

VALUTAZIONE DEI MARCHI

**“FOODY FARM”
“STEAK HOME”
“FISHING LAB”
ED ALTRI**

6 febbraio 2025

**PAGINA LASCIATA VOLUTAMENTE BIANCA
PER ESIGENZE DI IMPAGINAZIONE**

INDICE

1. PREMESSA: INDICAZIONE DELL'INCARICO.....	3
1.1. Indipendenza dell'esperto.....	3
2. I MARCHI OGGETTO DI VALUTAZIONE.....	4
2.1. Informazioni sulle società titolari dei marchi.....	4
2.2. I marchi oggetto di valutazione e i rispettivi modelli di ristorazione	6
2.3. I contratti intragruppo di licenza e franchising relativi ai marchi	10
2.4. Fatturati dei marchi oggetto di valutazione	12
3. VALUTAZIONE DI MARCHI “FOODY FARM”, “STEAK HOME” e “FISHING LAB”	13
3.1. Oggetto e finalità della valutazione	13
3.2. Configurazione di valore, prospettiva di stima e presupposto di valutazione	14
3.3. Data di riferimento della valutazione	14
3.4. Valuta di riferimento della valutazione.....	15
3.5. Documentazione e informazioni esaminate	15
3.6. I limiti della stima.....	15
3.7. Descrizione dei principali metodi di valutazione dei marchi	17
3.8. La scelta del metodo di valutazione.....	21
3.9. Valutazione con il metodo delle royalty di mercato.....	22
3.9.1. <i>La stima dei fatturati prospettici dei prodotti a marchio</i>	23
3.9.2. <i>La stima del tasso di royalty di mercato</i>	24
3.9.3. <i>La Stima della vita utile residua del marchio e del valore residuale</i>	25
3.9.4. <i>La stima dei costi di mantenimento del marchio</i>	26
3.9.5. <i>La Stima del tasso di attualizzazione</i>	26
3.9.6. <i>La valutazione finale</i>	29
4. CONCLUSIONI.....	31

**PAGINA LASCIATA VOLUTAMENTE BIANCA
PER ESIGENZE DI IMPAGINAZIONE**

1. PREMESSA: INDICAZIONE DELL'INCARICO

Il sottoscritto Dott. Fabio Giommoni, nato a Chianciano Terme il 03.01.1971, Dottore Commercialista iscritto all'Albo dei Dottori commercialisti ed esperti contabili della Provincia di Pistoia al n. 242/A, Revisore contabile iscritto nel Registro dei Revisori Contabili al n. 120013 con D.M. 2 febbraio 2001 pubblicato in G.U. n. 13 del 13 febbraio 2001 IV Serie speciale, con studio professionale in Pistoia, Via Dalmazia n. 225,

premesse

- che i curatori Dott.ssa Silvia Melani, Dott. Silvio Nannotti e Dott.ssa Silvia Strazzari, della liquidazione giudiziale delle società, [REDACTED], hanno conferito allo scrivente l'incarico di procedere alla stima dei marchi e disegni-modelli registrati in capo a dette società. I marchi principali sono: Fishing Lab, Steak Home, Foody Farm;
 - che l'incarico professionale si caratterizza come "valutazione" di asset intangibili (v. PIV 2015, III.1.1 e III.1.2);
 - che, in conformità al principio dei PIV 2015 II.4.3, il contenuto della presente relazione e il suo grado di dettaglio sono volti a permettere ai suoi destinatari di comprendere l'intero processo valutativo adottato e di ripercorrerlo criticamente, nonché di cogliere le ragioni delle scelte compiute dal sottoscritto esperto;
- ciò premesso, il sottoscritto in esecuzione dell'incarico conferitogli, ha effettuato la valutazione richiesta, della quale dà conto nella presente relazione.

1.1. Indipendenza dell'esperto

Il sottoscritto dichiara sotto la propria responsabilità:

- che la presente valutazione viene redatta in piena indipendenza professionale e che non ha vincoli economici, patrimoniali o familiari con le società proprietarie dei marchi, con i soci e/o con l'organo Amministrativo;
- di essere consapevole dello scopo e della finalità della valutazione;
- che la valutazione è stata operata nel rispetto di Principi Italiani di Valutazione (nel

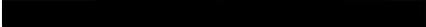
-
- prosieguo “PIV”) predisposti ed emanati dall’Organismo Italiano di Valutazione (nel prosieguo “OIV”);
- che l’incarico è stato svolto nel rispetto dell’etica professionale in adesione al “Code of Ethical Principles for Professional Valuers” dell’IVSC (International Valuation Standard Council);
 - che non sussistevano alla data dell’incarico, e non sussistono alla data di sottoscrizione del presente documento, condizioni o limitazioni alla propria indipendenza;
 - l’incarico è stato svolto secondo la normale diligenza professionale, così come meglio specificato nei successivi paragrafi;
 - il sottoscritto è in possesso della professionalità e delle competenze tecniche richieste, come pure delle conoscenze necessarie allo svolgimento del proprio mandato;
 - le informazioni, comunque acquisite, sono sufficienti a consentire l’espressione di un giudizio attendibile e prudente, nei limiti della tipologia di incarico ricevuto.

2. I MARCHI OGGETTO DI VALUTAZIONE

2.1. Informazioni sulle società titolari dei marchi

Come risulta dalla documentazione acquisita dal sottoscritto, l’intestatario dei marchi è principalmente la società “





La Società ha come oggetto *“l’esercizio, non nei confronti del pubblico, dell’attività di assunzione di partecipazioni in altre società od enti, il finanziamento ed il coordinamento amministrativo, commerciale, tecnico e finanziario delle società od enti in cui partecipa”*.

Inoltre ha per oggetto *“l’acquisto e la gestione di marchi industriali e di impresa in genere e di brevetti”* con specifico riferimento ad alcuni settori di attività tra i quali quelli di *“gestione di ristoranti, trattorie, bar e caffè, pasticcerie, gelaterie, pizzerie al taglio e da asporto, rosticcerie, friggitorie, tavole calde, fast food, self service, pubs, vinerie ed in genere l’attività di somministrazione*

al pubblico e commercio al dettaglio ed all'ingrosso di alimenti e bevande, compresi alcolici e superalcolici, nelle varie forme consentite dalla legge”.

Risultano intestatarie di alcuni marchi anche le seguenti due società, entrambe aventi oggetti sociali relativi al settore dell'esercizio di attività di ristorazione;

- [REDACTED]
[REDACTED]
[REDACTED]
- | [REDACTED]
[REDACTED]
[REDACTED]

Tutte le suddette società fanno parte di un “gruppo” che era formato da nove società di cui sette “operative”, in quanto direttamente svolgenti attività di ristorazione, una società di servizi [REDACTED], detentrici delle quote di partecipazione nelle società operative. Successivamente il gruppo si è ridotto a otto società in quanto la [REDACTED] è stata ceduta in data 26.07.2023.

[REDACTED]
[REDACTED]
[REDACTED]
[REDACTED]
[REDACTED]
[REDACTED]

Le società operative erano le seguenti: [REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED] che tutte le società operative sono state sottoposte a procedura di liquidazione giudiziale nel corso del 2024 [REDACTED] [REDACTED] la cui L.G. è stata aperta con sentenza del 10.07.2024).

-
- Marchio figurativo n. UK00915899016 registrato il 18/01/2017 per la Gran Bretagna a nome di [REDACTED]
 - Marchio figurativo n. 1456689 registrato il 04/12/2018 per OMPI (US) a nome di [REDACTED]
 - Marchio figurativo n. 17932861 registrato il 12/01/2019 per l'Unione Europea a nome di [REDACTED];
 - Marchio figurativo n. 1456689 registrato il 31/08/2021 per gli Stati Uniti a nome di [REDACTED]

STEAK HOME



- Marchio figurativo n. 16871212 registrato il 16/10/2017 per l'Unione Europea a nome di [REDACTED];
- Marchio figurativo n. UK00916871212 registrato il 16/10/2017 per la Gran Bretagna a nome di [REDACTED]
- Marchio figurativo n. 1456726 registrato il 04/12/2018 per OMPI (US) a nome di [REDACTED]

FISHING LAB



- Marchio figurativo n. 14971741 registrato il 20/04/2016 per l'Unione Europea a nome di [REDACTED];
- Marchio figurativo n. UK00914971741 registrato il 20/04/2016 per la Gran Bretagna a nome di [REDACTED]
- Marchio denominativo n. 17935685 registrato il 01/12/2018 per l'Unione

Europea a nome di ██████;

- Marchio denominativo n. UK00917935685 registrato il 01/12/2018 per la Gran Bretagna a nome di ██████
- Marchio denominativo n. 1446870 registrato il 04/12/2018 per OMPI (US) a nome di ██████
- Marchio figurativo n. 45609731 registrato il 07/12/2020 per la Cina a nome di ██████

Per maggiori informazioni sui marchi del ██████ si rinvia all'allegata presentazione del progetto imprenditoriale (Allegato 2).

2. Ai tre marchi oggetto di valutazione sono associati i seguenti specifici concetti di ristorazione.

“**Foody Farm**” rappresenta il concetto del “cibo giusto dai posti giusti”, ovvero la ricerca e riscoperta di eccellenti materie prime toscane – sapori così rari che sembravano ormai appartenere al passato – con il fine di renderli però accessibili a tutti, elaborando in forma innovativa i piatti della tradizione.

Così la carne è presentata in piatti tradizionali o estremamente innovativi; le verdure sono rigorosamente selezionate e la loro freschezza viene garantita dalla distanza relativamente breve dai produttori; le paste, i formaggi e gli affettati rappresentano vere e proprie eccellenze nei loro territori di origine.

Oltre ai piatti, preparati secondo rivisitazioni di ricette tradizionali, il menu del Foody Farm offre un'ampia scelta nei campi del Fast Food e dello Street Food, attraverso panini nobilitati dalle materie prime usate e dalle verdure, salse e contorni che li accompagnano.

I locali del ██████ contrassegnati dal marchio Foody Farm erano due; ubicati a Montecatini Terme, e a Firenze, oltre ad un “temporary restaurant” aperto a Prato solo nella stagione invernale 2021-2022.

“**Steak Home**” richiama l’idea di creare un luogo dove poter mangiare una buona bistecca alla brace in compagnia, con lo stesso calore e la semplicità di casa.

Il format prevede la realizzazione, all’interno dei locali, di innovative celle frigorifere, pensate e brevettate dall’azienda, per la frollatura della carne, con il risultato di ottenere una carne più saporita, più tenera, più frollata, ad un prezzo concorrenziale.

Non esiste un vero e proprio menu, ma è la bistecca la protagonista assoluta.

Tuttavia, aspettando la cottura della carne, è possibile ordinare taglieri di formaggi, mentre una volta che la bistecca è a tavola, può essere accompagnata da una selezione di contorni e da salse studiate per esaltare il sapore della carne in abbinamento ai vari tempi di frollatura.

Anche la carta dei vini è studiata per esaltare il piatto principale e comprende in particolare vini toscani e birre artigianali.

I locali del ██████████ contrassegnati dal marchio Steak Home erano due, ubicati a Serravalle Pistoiese (non lontano da Montecatini Terme), e a Firenze, oltre ad un “temporary restaurant” aperto a Firenze solo nel 2019.

“**Fishing Lab**”, rappresenta un modello innovativo di ristorazione basato su una formula originale del consumo non convenzionale del pesce crudo o cotto, attraverso il ricorso a piatti “semilavorati” realizzati presso un laboratorio centralizzato e completati nella sede del ristorante, in modo da rendere disponibile il piatto di pesce in pochi minuti e con prezzi competitivi, ma offrendo comunque materie prime e ingredienti di primissima qualità.

L’intento è mettere in tavola un menu “libero” che, mantenendo un’alta qualità del prodotto, permetta di scegliere non solo cosa e quanto mangiare, ma soprattutto anche di tenere sotto controllo la spesa.

Fishing Lab lascia liberi i clienti di comporre il proprio menu, di scegliere fantasiose combinazioni, di sedere al tavolo o di stare in piedi, anche per un semplice aperitivo.

Dopo aver selezionato i piatti delle cucine tradizionali, Fishing Lab li ha rielaborati presentandoli in una versione inedita.

In parallelo, è stata studiata un'innovativa carta dei vini capace di accompagnare ogni piatto del menu; con molte etichette disponibili anche al calice.

I locali del ██████████ contrassegnati dal marchio Fishing Lab erano cinque, ubicati a Montecatini Terme, Firenze, Pietrasanta, Verona e Prato. A Firenze, nel 2021 e 2022 è stato aperto un secondo “temporary restaurant” (in due diverse location).

Per maggiori informazioni sui marchi del ██████████ e sui rispettivi ristoranti associati si rinvia all'allegata presentazione del progetto imprenditoriale (Allegato 2).

3. I tre marchi oggetto di valutazione hanno una significativa presenza sui social network.

“**Foody Farm Firenze**” è presente su Facebook con 32.847 follower e su Instagram con 13.900 follower.

È presente su Internet al seguente indirizzo: <https://www.steakhome.it/>

“**Steak Home**” è presente su Facebook con 10.450 follower e su Instagram con 6.145 follower.

È presente su Internet al seguente indirizzo: <https://www.foodyfarm.it/>

“**Fishing Lab Firenze**” è presente su Facebook con 19.979 follower e su Instagram con 25.200 follower.

È presente su Internet al seguente indirizzo: <https://www.fishinglab.it/>

Per maggiori dettagli sulla presenza dei tre marchi oggetto di valutazione su Facebook e Instagram si rinvia all'allegata stampa delle rispettive pagine Facebook e Instagram alla data della presente valutazione (Allegato 3).

2.3. I contratti intragruppo di licenza e franchising relativi ai marchi

Essendo la ██████████ titolare della stragrande maggioranza dei marchi del gruppo,

detta società li concedeva in uso alle società controllate direttamente operative nel settore ristorazione mediante contratto di licenza marchio e contratti di franchising.

La curatela delle liquidazioni giudiziali delle società del ██████████ srl ha fornito al sottoscritto una serie di contratti di licenza marchio e contratti di franchising che possono essere riassunti nella tabella seguente.

Società / Marchio	data contratto	tipo contratto	durata contratto	corrispettivo
██████████ FOODY FARM	21/02/2017	licenza marchi	5 anni rinnovo tacito alla scadenza	6% fatturato mensile
██████████ FOODY FARM	01/01/2018	franchising	3 anni in 3 anni	6% fatturato mensile
██████████ - STEAK HOME	01/04/2019	licenza marchi	5 anni rinnovo tacito alla scadenza	€ 24.000 annui
██████████ - FISHING LAB	01/01/2017	licenza marchi	5 anni rinnovo tacito alla scadenza	€ 24.000 annui
██████████ STEAK HOME	01/06/2017	licenza marchi	5 anni rinnovo tacito alla scadenza	€ 24.000 annui
██████████ - FISHING LAB	01/01/2023	licenza marchi	5 anni rinnovo tacito alla scadenza	€ 24.000 annui
██████████ FISHING LAB	01/01/2017	licenza marchi	5 anni rinnovo tacito alla scadenza	€ 24.000 annui
██████████ - FOODY FARM	01/07/2019	franchising	3 anni in 3 anni	€ 2.000 mensili
██████████ FOODY FARM	01/05/2018	franchising	3 anni in 3 anni	nessun corrispettivo

Come già anticipato, i soli marchi concessi in uso dalla ██████████ alle società controllate sono i seguenti: “FOODY FARM”, “STEAK HOME” e “FISHING LAB”.

Rispetto alla tabella che precede si segnala che dalle informazioni acquisite risulta che anche la società del ██████████ srl utilizzava il marchio “FISHING LAB” nell’ambito della gestione del proprio ristorante in Pietrasanta (LU), sebbene non sia stato rinvenuto nell’ambito della documentazione della relativa procedura di

liquidazione giudiziale alcun contratto per l'utilizzo dello stesso.

2.4. Fatturati dei marchi oggetto di valutazione

Nell'ambito della documentazione delle rispettive procedure di liquidazione giudiziale non sono risultati disponibili i dettagli dei fatturati dei predetti marchi "FOODY FARM", "STEAK HOME" e "FISHING LAB", indispensabili per la valutazione degli stessi, come sarà meglio indicato in seguito.

A tale riguardo il sottoscritto ha pertanto effettuato una operazione di ricostruzione dei fatturati associabili a ciascuno dei suddetti marchi, alla luce della documentazione contabile fornita dalla curatela (bilanci di verifica dal 2018 in poi di tutte le società del ██████████), delle visure al registro imprese delle suddette società, delle informazioni desumibili dai siti internet di ciascuna società (che risultano ancora attivi), nonché della ulteriore documentazione delle rispettive procedure di liquidazione giudiziale.

Tale attività ha permesso di elaborare la migliore ricostruzione possibile dei fatturati associabili a ciascuno dei marchi suddetti, la quale può essere riassunta dalla tabella che segue (dati in Euro).

Società	Marchio	Ubicazione locale	fatturato 2022	fatturato 2023
██████████	FOODY FARM	Prato	301.885,01	
██████████	FOODY FARM	Firenze	1.655.998,19	1.812.573,35
██████████	FOODY FARM	Montecatini	844.994,97	358.675,97 ¹
Sub totale FOODY FARM			2.802.878,17	2.171.249,32

¹ L'importo indicato corrisponde al fatturato del solo periodo dal 01.01.2023 al 26.07.2023, data di cessione delle quote a terzi estranei al Gruppo.

██████████	STEAK HOME	Firenze	903.622,31	989.458,71
██████████	STEAK HOME	Serravalle P.t	711.337,35	745.347,93
Sub totale STEAK HOME			1.614.959,66	1.734.806,64
██████████	FISHING LAB	Prato	514.020,42	276.304,48
██████████	FISHING LAB	Firenze	1.462.995,67	1.700.012,34
██████████	FISHING LAB	Verona	648.892,04	713.495,78
██████████	FISHING LAB	Montecatini	921.788,88	730.144,47
██████████	FISHING LAB	Pietrasanta	866.569,47	650.133,90
Sub totale FISHING LAB			4.414.266,48	4.070.090,97
Totale marchi			8.832.104,31	7.976.146,93

Come sarà meglio indicato in seguito, i suddetti fatturati saranno presi a riferimento per la valutazione dei rispettivi marchi.

3. VALUTAZIONE DI MARCHI “FOODY FARM”, “STEAK HOME” e “FISHING LAB”

3.1. Oggetto e finalità della valutazione

Come già precisato, la valutazione specifica ha per oggetto unicamente i marchi “FOODY FARM”, “STEAK HOME” e “FISHING LAB” di proprietà della ██████████ e, in parte, per quanto riguarda il marchio “FISHING LAB”, dalla società ██████████, come in precedenza indicato.

Nel caso di specie, il valore economico del marchio rappresenta una informazione necessaria alla curatela per poter indire una vendita dei marchi mediante asta competitiva nell’ambito della procedura di liquidazione giudiziale.

La stima in oggetto, attesi i Principi Italiani di Valutazione (PIV, I.4.3), si configura

come una *valutazione*, ossia un giudizio sul valore che scaturisce da un processo valutativo che si sviluppa nelle seguenti fasi:

- raccolta, analisi e apprezzamento della base informativa;
- analisi dei dati consuntivi e dei dati prospettici;
- definizione delle metodologie di valutazione più adatte al caso specifico;
- esame dei principali fattori di rischio e loro traduzione in coerenti parametri valutativi;
- formulazione di un giudizio valutativo di sintesi.

3.2. Configurazione di valore, prospettiva di stima e presupposto di valutazione

La presente relazione, come già accennato, concerne la valutazione dei marchi “FOODY FARM”, “STEAK HOME” e “FISHING LAB” (d’ora in poi anche i “Marchi”).

La configurazione di valore da adottare è dunque il valore di mercato dell'*asset* oggetto di stima.

Il *valore di mercato* è quello esprimibile nella prospettiva di un generico investitore, cioè il valore riconosciuto all'*intangibile* dai partecipanti al mercato, che formulano il loro giudizio valutativo considerando il miglior uso possibile delle attività da trasferire. Vero è, infatti, che la configurazione del valore di mercato “*riflette il massimo e migliore uso delle attività*” (PIV, 2015, pag. 27). I PIV, in particolare, definiscono il valore di mercato come “... *il prezzo al quale verosimilmente la medesima [attività] potrebbe essere negoziata, alla data di riferimento dopo un appropriato periodo di commercializzazione, fra soggetti indipendenti e motivati che operano in modo informato, prudente, senza essere esposti a particolari pressioni (obblighi a comprare o a vendere)*” (PIV, 2015, I.6.3). In questo caso, la prospettiva assunta per la stima è, dunque, quella dei generici partecipanti al mercato.

3.3. Data di riferimento della valutazione

Lo scrivente ha eseguito le proprie valutazioni alla data del 6 febbraio 2025.

3.4. Valuta di riferimento della valutazione

La presente relazione è stata redatta in unità di euro.

3.5. Documentazione e informazioni esaminate

L'espletamento dell'incarico ricevuto ha reso necessario raccogliere documenti e informazioni non solo dalle società coinvolte, ma anche di provenienza esterna alle stesse. In particolare, circa la documentazione prodotta dalle società, talora si è attinto agli archivi delle stesse ed a quelli dei curatori, mentre in altri casi sono stati predisposti nuovi elaborati specificamente richiesti dalla presente valutazione. Lo scrivente ha anche raccolto informazioni per proprio conto.

La documentazione e le informazioni più significative, aventi valenza probatoria e che concorrono alla formazione della base informativa utilizzata per l'elaborazione della presente relazione, sono di seguito elencate:

- Visure camerali storiche della ██████████ e delle società partecipate;
- Bilancini analitici per gli anni dal 2018 al 2023 della ██████████ e delle società partecipate;
- Contratti di franchising e di concessione in uso dei marchi tra ██████████ e le società partecipate;
- Prospetti di riepilogo del portafoglio marchi e disegni-modelli della ██████████ e delle società partecipate ██████████
- Presentazione del progetto imprenditoriale del ██████████

Si fa presente, in conclusione, che il materiale acquisito, oltre a quello allegato alla presente relazione, è conservato presso l'archivio del sottoscritto.

3.6. I limiti della stima

Con riferimento ai limiti della stima, è necessario segnalare quanto segue:

- le valutazioni formulate nella presente relazione sono valide unicamente per le finalità prestabilite e alla data di riferimento sopra indicata, pertanto non potranno in nessun caso essere utilizzate, in tutto o in parte, per scopi differenti da quelli propri

dell'incarico ricevuto o con riferimento a date diverse;

- la documentazione e le informazioni fornite dalla società su richiesta dello scrivente non possono ritenersi attestate dal sottoscritto nella loro veridicità;

- non sono state svolte procedure autonome di revisione sui dati contabili delle società del ██████████

- i dati contabili utilizzati per lo sviluppo delle metodologie di valutazione adottate nella presente relazione sono stati analizzati in termini di ragionevolezza e coerenza complessiva ma non è stata svolta alcuna autonoma verifica su di essi;

- ai fini della valutazione è stata verificata la registrazione dei marchi e disegni-modelli alle società del ██████████ dal sito www.tmdn.org, accessibile dal portale del Ministero delle Imprese e del Made in Italy – Ufficio Italiano Brevetti e Marchi (UIBM);

- la valutazione prescinde da qualsivoglia verifica sulla titolarità dei Marchi e sulla sussistenza in capo ad essi dei requisiti giuridici che ne garantiscano la validità e il loro pieno utilizzo;

- nessuna dichiarazione espressa o implicita, né alcuna garanzia relativa all'accuratezza e alla completezza delle informazioni contenute nella relazione è resa dallo scrivente perito e nulla di quanto contenuto nella relazione è o potrà considerarsi una promessa o un'indicazione sui risultati futuri dei Marchi oggetto di valutazione;

- qualsiasi valutazione dei Marchi oggetto di stima effettuata in passato o resa in futuro potrebbe risultare divergente e difficilmente confrontabile con le stime del presente incarico;

- il contenuto della relazione va interpretato come stima del valore dei Marchi basata su ipotesi e criteri valutativi generalmente accettati, applicati nella fattispecie mediante le metodologie di valutazione ritenute più appropriate, nel rispetto dell'incarico ricevuto;

- la stima è stata effettuata avendo riferimento alle condizioni economiche e di mercato attuali e alla luce degli elementi di previsione ragionevolmente ipotizzabili;

- sono stati tenuti in considerazione solo gli eventi rilevanti noti alla data della presente

relazione.

3.7. Descrizione dei principali metodi di valutazione dei marchi

La valutazione di un *intangible asset* presuppone una fase preliminare, durante la quale l'esperto si dedica alla raccolta delle informazioni necessarie a identificare il bene con precisione, a verificarne le proprietà fondamentali, a individuare l'esistenza di accordi di licenza, di sub-licenza, e altri, in genere di obbligazioni afferenti al bene immateriale stesso, a definire la vita economica residua e la vita legale del bene intangibile, le potenzialità in termini di valorizzazione commerciale, il suo miglior uso, più in generale tutto ciò che può influenzare l'attribuzione al bene di un determinato valore; ciò, al fine di poter fondare su basi robuste e attendibili i propri apprezzamenti in merito, anzitutto, ai benefici economici diretti e indiretti che il bene immateriale produrrà in capo al proprietario o al titolare durante la sua vita economica residua (PIV, 2015, III.5.4).

La stima degli *intangible assets* esige, anzitutto, la scelta dell'approccio valutativo a cui ispirarsi e degli specifici criteri da adottare. Gli approcci di valutazione possono essere di tipo diverso (si vedano, in particolare: PIV, III.5.8, III.5.9 e III.5.10):

- 1) approccio del costo (PIV III.5.8);
- 2) approccio del mercato (PIV III.5.10);
- 3) approccio dei flussi attesi o del reddito (PIV III.5.9).

1. L'approccio basato sul costo (PIV III.5.8) cerca di quantificare economicamente il valore del marchio attraverso la determinazione della quantità di risorse monetarie necessarie per ricreare un marchio identico a quello oggetto di valutazione ovvero che consenta di beneficiare dei medesimi vantaggi sui concorrenti. L'obiettivo di tale metodologia di valutazione consiste nello stabilire quanto sia costato "costruire" il brand oggetto di valutazione, in base alla configurazione di riferimento: costo storico, costo di riproduzione e costo di sostituzione.

Il metodo basato sul "costo storico rivalutato" si basa sui costi storici sostenuti per l'ottenimento del marchio, opportunamente rivalutati per tener conto del mero

fenomeno inflattivo, mentre, il “costo di riproduzione e di sostituzione” presuppone la capacità di identificare il piano di investimenti necessario ad una azienda anonima per costruire il proprio brand ed ottenere un effetto reputazionale paragonabile a quello attuale.

2. L’approccio di mercato (PIV III.5.10) consiste nel raccogliere informazioni sulla valutazione economica del marchio mediante la rilevazione indiretta del valore di quest’ultimo, così come risultante dai prezzi concordati tra le parti in transazioni recenti aventi per oggetto marchi simili; estremamente importante affinché tale metodologia risulti rappresentativa del reale valore del brand è realizzare una comparazione con altre operazioni dalle caratteristiche simili a quella oggetto di realizzazione.

Tali metodi si sostanziano nell’applicazione di una percentuale o di un moltiplicatore ad una determinata grandezza (fatturato, reddito netto, margini lordi, etc.) espressa dall’impresa (o dal marchio) e ritenuta rappresentativa dell’elemento da valutare. Nell’applicazione del metodo dei moltiplicatori, la selezione di un campione idoneo costituisce un passaggio imprescindibile, dal momento che i valori espressi dai comparables devono essere quanto più possibile confrontabili con quelli dell’impresa target. Il ragionamento è di tipo analogico; se le transazioni relative ai marchi e le società selezionate possiedono caratteristiche omogenee a quelle delle società target, si possono ipotizzare analoghe relazioni di valore.

Il valore economico del marchio, stimato con tale metodo, è pertanto sintetizzabile con la seguente formula:

$$W_m = \text{molt} * R_m$$

dove:

W_m = il valore economico del marchio;

molt = è il moltiplicatore che esprime la grandezza atta a valorizzare il marchio;

R_m = flusso di redditi imputabile al marchio.

3. L’approccio reddituale (espresso nei c.d. metodi di valutazione economico-reddituali) (PIV III.5.9) ha lo scopo di quantificare il contributo offerto dal marchio

alla redditività dell'impresa, attualizzando i benefici economici rinvenibili dall'asset intangibile.

L'apporto fornito dal marchio può essere quantificato sia calcolando la differenza tra i redditi di un'impresa generati dai prodotti/servizi dotati di marchio e quelli ottenuti dagli stessi o simili prodotti/servizi privi di marchio (c.d. redditi differenziali), sia sulla base delle royalties che un soggetto terzo sarebbe disposto a corrispondere per ottenere l'autorizzazione (cessione o licenza d'uso) nell'utilizzo del marchio.

La prima metodologia di stima è conosciuta come "metodo del premium pricing" e consiste essenzialmente nel calcolo e nella attualizzazione del maggior reddito conseguito dall'azienda in virtù della presenza di un marchio distintivo.

Più nello specifico, si tratta di attualizzare non il reddito imputabile al prodotto/merce dotato di marchio, ma la differenza tra questo reddito e quello conseguibile con un prodotto/merce analogo ma privo di marchio o dotato di un marchio nuovissimo.

Ne consegue che, la valutazione con il metodo del premium pricing avviene in applicazione della seguente formula:

$$W_m = \sum_{t=1}^n \frac{[(F_t * (\Delta p\% - \Delta q\%) - C) * (1 - tax)]}{(1 - i)^t}$$

dove:

W_m = rappresenta il valore economico del marchio;

n = rappresenta la durata della vita economica del marchio;

F_t = rappresenta il fatturato annuo;

Δ_p = rappresenta il differenziale di prezzo;

Δ_q = rappresenta il differenziale di quantità;

C = rappresenta i costi di mantenimento medi annui;

tax = rappresenta l'aliquota fiscale;

i = rappresenta il tasso di attualizzazione.

I benefici della presenza del marchio possono essere considerati sia come maggiorazione al prezzo di vendita, sia come incremento o stabilità nei volumi di

vendita. Dall'incremento di fatturato devono essere sottratti i costi richiesti per il sostenimento del marchio (ad esempio, spese di pubblicità, promozioni, provvigioni, spese legali di mantenimento etc.), nonché gli assestamenti per effetti diversi dalla notorietà, quali la migliore qualità intrinseca del prodotto o una superiore organizzazione interna.

L'ulteriore metodologia di stima secondo l'approccio reddituale, conosciuta come "relief from royalty method", stima il valore dei beni immateriali specifici facendo riferimento a un ipotetico corrispettivo (royalty) spettante a un terzo per l'uso del bene immateriale, al netto dei costi di mantenimento/sviluppo del bene stesso. Le royalties sono stimate in base a un "tasso di royalty" applicato al fatturato aziendale. Il tasso di royalty è l'ammontare in percentuale che viene pagato per l'utilizzo dei diritti del bene immateriale nel settore in esame. Per attingere detto tasso dal mercato è, però, necessario disporre di un adeguato numero di transazioni rappresentative e trasparenti, che abbiano per oggetto beni immateriali omogenei a quello da stimare. Nel caso, invece, in cui i dati non siano reperibili, di norma si ricorre a un royalty rate implicito, desunto dalla capacità reddituale prospettica dell'azienda. Il royalty rate implicito, in particolare, viene solitamente calcolato applicando la ben nota "25% Rule", "regola del pollice" di ampia diffusione, secondo la quale i profitti della licenza spettano per il 75% al licenziatario e per il 25% al licenziante.

In entrambi i casi viene applicata la seguente formula:

$$W_m = \sum_{t=1}^n \{[(S * r) - C] * (1 - tax)\} * (1 + WACC)^{-tax} + TV * (1 + WACC)^{-n}$$

dove:

W_m = valore economico del marchio;

r = royalty rate (di mercato o implicito);

S = vendite attese riferibili al marchio;

C = costi di conservazione del marchio;

tax = aliquota fiscale;

$WACC$ = costo medio ponderato del capitale;

TV = valore residuale del marchio al tempo “n”.

Si aggiunga, inoltre, che per applicare un qualsiasi metodo di valutazione è necessario stimare la vita economica complessiva e la vita utile residua alla data della valutazione del bene immateriale. La vita utile residua definisce l’arco di tempo futuro durante il quale il bene immateriale genererà i benefici economici residui attesi. Per alcune attività il periodo è definito, limitato da un contratto o da cicli di vita tipici del settore; per altre può essere indefinito. La stima della vita utile residua è condizionata da fattori legali, tecnologici, funzionali ed economici (PIV, 2015, III.5.6).

Risulta, infine, di particolare importanza esaminare una possibile componente aggiuntiva del valore dell’*intangible asset*, denominata Tax Amortization Benefit (TAB). I Principi di Valutazione Internazionali (IVS 210, 2016, 180) e i PIV (2015, III.5.11) chiariscono, infatti, che quando un bene immateriale è fiscalmente ammortizzabile da parte del potenziale acquirente, la deducibilità fiscale degli ammortamenti può concorrere a formare una parte significativa del valore di mercato del bene, rappresentata appunto dal beneficio fiscale dell’ammortamento. L’applicazione del TAB, in particolare, è diversa in funzione del tipo di approccio seguito per la valutazione dell’*intangible asset*. Il TAB, infatti, va aggiunto nel caso in cui si siano utilizzati metodi basati sull’attualizzazione dei risultati attesi o metodi basati sul costo, a condizione che in entrambi i casi i valori siano stati espressi al netto delle relative imposte. Il TAB non deve, invece, essere sommato al valore inizialmente individuato quando si adotta l’approccio di mercato, poiché è verosimile ritenere che i prezzi negoziati già incorporino il suddetto beneficio fiscale (integralmente o pro-quota, in relazione al potere negoziale delle parti) (PIV, 2015, III.5.11; Linee Guida CNDCEC- SIDREA, 8.8.14).

3.8. La scelta del metodo di valutazione

Tra i tre principali metodi di valutazione evidenziati in precedenza quelli più utilizzati nella pratica per la stima del valore di mercato dei marchi sono il “metodo del premium pricing” (approccio reddituale) e il “metodo delle royalty di mercato”

(approccio di mercato). Va detto che, nel caso specifico, non è stato possibile applicare il primo dei due metodi, principalmente per l'impossibilità di raccogliere informazioni sufficienti (prezzi, quantità, costi di mantenimento, ecc.) su attività analoghe *unbranded* di società comparabili. Questa è la ragione per cui la stima del valore di mercato dei marchi "FOODY FARM", "STEAK HOME" e "FISHING LAB" è stata condotta con il "metodo delle royalty di mercato" che, come detto in precedenza, è riassumibile con la seguente formula:

$$W_m = \sum_{t=1}^n \{[(S * r) - C] * (1 - tax)\} * (1 + WACC)^{-tax} + TV * (1 + WACC)^{-n}$$

dove:

W_m = valore economico del marchio;

r = royalty rate (di mercato o implicito);

S = vendite attese riferibili al marchio (fatturato);

C = costi di conservazione del marchio;

tax = aliquota fiscale;

$WACC$ = costo medio ponderato del capitale;

TV = valore residuale del marchio al tempo "n".

* * *

Per la stima dei marchi "minori" per i quali non è stato possibile individuare un fatturato agli stessi riconducibile si è adottato un approccio di valutazione semplificato basato sul costo forfettariamente sostenuto per la creazione degli stessi.

3.9. Valutazione con il metodo delle royalty di mercato

La valutazione dei marchi sulla base del metodo delle royalties di mercato presuppone in primo luogo l'individuazione dei fatturati prospettici dei prodotti e servizi a marchio, del tasso di royalty di mercato, della durata residua del marchio, dei costi di mantenimento e del tasso di attualizzazione.

3.9.1. La stima dei fatturati prospettici dei prodotti a marchio

Per quanto riguarda i fatturati prospettici dei marchi “FOODY FARM”, “STEAK HOME” e “FISHING LAB” si è fatto riferimento alla ricostruzione effettuata dal sottoscritto e descritta in precedenza, dei fatturati dei locali gestiti dalle società del ██████████ negli anni 2022 e 2023, associando i predetti locali a relativi marchi/insegne.

In particolare, tenuto conto che alcuni locali sono stati chiusi nel corso del 2023 a causa della crisi del gruppo e che altri, invece, nonostante la crisi, hanno registrato una crescita di fatturato nel 2023 rispetto al 2022, sono stati assunti i valori maggiori di fatturato tra quelli fatti registrare dai locali del gruppo nel 2022 e nel 2023.

La tabella seguente riassume i fatturati dei “FOODY FARM”, “STEAK HOME” e “FISHING LAB” presi in considerazioni ai fini della presente valutazione.

Società	Marchio	Ubicazione locale	Fatturato di riferimento
██████████	FOODY FARM	Prato	301.885,01
██████████	FOODY FARM	Firenze	1.812.573,35
██████████	FOODY FARM	Montecatini	844.994,97
Sub totale FOODY FARM			2.959.453,33
██████████	STEAK HOME	Firenze	989.458,71
██████████	STEAK HOME	Serravalle P.t	745.347,93
Sub totale STEAK HOME			1.734.806,64
██████████	FISHING LAB	Prato	514.020,42
██████████	FISHING LAB	Firenze	1.700.012,34
██████████	FISHING LAB	Verona	713.495,78

██████████	FISHING LAB	Montecatini	921.788,88
██████████	FISHING LAB	Pietrasanta	866.569,47
Sub totale FISHING LAB			4.715.886,89
Totale marchi			9.410.146,86

In sostanza si è assunto che i Marchi consentano di sviluppare un fatturato almeno pari a quello realizzato negli anni 2022/2023, nonostante la crisi del ██████████

In particolare, tenuto conto degli opportuni arrotondamenti, i fatturati di riferimento dei rispettivi marchi ai fini della presente valutazione sono i seguenti:

- FOODY FARM fatturato euro 2.960.000,00;
- STEAK HOME fatturato euro 1.730.000,00;
- FISHING LAB fatturato euro 4.720.000,00.

3.9.2. La stima del tasso di royalty di mercato

Il tasso di royalty ai fini della presente valutazione è stato determinato sulla base dei tassi di royalty di mercato derivanti da transazioni relative a marchi comparabili del settore della ristorazione.

Lo scrivente ha cercato informazioni in merito a negoziazioni di beni comparabili con l'oggetto di valutazione.

Da tali verifiche è emerso che i tassi di royalty nel settore della ristorazione si riferiscono spesso ai contratti di franchising, ovvero per la fornitura di un format aziendale completo e collaudato, che include un marchio affermato ed anche altri servizi.

È difficile quindi suddividere i tassi di royalty del franchising nei suoi vari elementi, per cui è necessario fare riferimento a casistiche, peraltro limitate, ove siano presenti i soli marchi di ristoranti, senza un format aziendale o di franchising.

In tale contesto, da ricerche di mercato (<https://www.markables.net/full-service-restaurants>) è emerso che i tassi di royalty dei marchi per i ristoranti variano in genere

tra l'1% e il 4% dei ricavi del locale, con una royalty rate media del 2%. Mentre i tassi di royalties dei contratti di franchising risultano generalmente superiori e possono raggiungere il 6%.

Alla luce di queste considerazioni il sottoscritto ha deciso di assumere prudenzialmente quale tasso di royalty, da applicare al metodo delle royalty di mercato, quello medio riscontrato sul mercato per le sole concessioni dei marchi, pari al 2%.

Detto tasso è, tra l'altro, perfettamente il linea con quello di redditività dei marchi di proprietà di ██████ ripetto al fatturato dei locali che utilizzavano gli stessi nell'anno 2023.

Infatti dal bilancio analitico di ██████ emergono ricavi per royalties pari a circa € 160.000,00 contro un fatturato 2023 complessivo dei locali delle società utilizzatrici dei Marchi pari a circa 8 milioni di euro. Quindi il tasso di redditività lorda dei Marchi è risultato pari a circa il 2%.

3.9.3. La Stima della vita utile residua del marchio e del valore residuale

La stima del periodo di vita utile residua di un marchio può risultare complessa in ragione del fatto che su di essa incidono numerosi elementi difficilmente prevedibili.

Ai fini di una sua determinazione non necessariamente ci si deve riferire a quanto fissato in tema di ammortamento dai principi contabili (vita utile contabile), quanto piuttosto alla presumibile vita economica del marchio stesso, ancorché differente.

In funzione di molteplici fattori quale il suo perdurare nel tempo, la forza del marchio, l'obsolescenza delle soluzioni cui esso è collegato, le tendenze nel gusto e nei comportamenti d'acquisto dei consumatori, la pressione competitiva e gli sforzi di marketing volti a mantenerne la vitalità, la vita utile di un marchio può essere di natura determinata o indeterminata.

Lo scrivente, alla luce delle considerazioni fatte e tenuto conto delle caratteristiche dei marchi oggetto di valutazione ritiene che la loro vita utile possa essere stimata in un periodo di 10-12 anni in quanto tali intangibili racchiudono in sé specifici concetti di ristorazione a cui associare comunque una durata limitata nel tempo in quanto i gusti

dei clienti e le “mode” nel settore della ristorazione si evolvono in fretta.

Tenuto conto che i Marchi oggetto di valutazione sono stati registrati principalmente tra il 2016 e il 2018 il sottoscritto ritiene di attribuire agli stessi, alla data di redazione della presente relazione di valutazione, una vita utile residua media di 3 anni, entro la quale possono ancora fornire il loro beneficio economico all’attività di ristorazione associata.

Proprio perché alla fine di detta vita utile si ritiene che i Marchi oggetto di valutazione non siano suscettibili di fornire più un apprezzabile beneficio economico all’attività di ristorazione associata, non è stato considerato alcun valore residuale del marchio (TV).

3.9.4. La stima dei costi di mantenimento del marchio

I costi di mantenimento del marchio sono stati assunti pari a zero in quanto dai bilanci di verifica della ██████████ per gli anni di riferimento non risultano apprezzabili costi di mantenimento dei marchi di proprietà.

3.9.5. La Stima del tasso di attualizzazione

Il tasso di attualizzazione (i) utilizzato per la stima del valore economico del marchio è il costo medio ponderato del capitale investito in azienda, ossia il WACC (Weighted Average Cost of Capital).

Il WACC è calcolato applicando la seguente formula:

$$WACC = K_e \frac{E}{E + D} + K_d(1 - t) \frac{D}{E + D}$$

Dove:

K_e = costo del capitale proprio;

K_d = costo del capitale di terzi;

t = aliquota delle imposte sul reddito (aliquota IRES);

E = capitale di proprietà (valore corrente di mercato);

D = debiti finanziari (valore corrente di mercato).

Il costo del capitale proprio (Ke) esprime il rendimento normale offerto da investimenti a titolo di capitale di proprietà in aziende caratterizzate dal medesimo profilo di rischio. Esso è assunto in termini nominali, in coerenza con i flussi di cassa oggetto di attualizzazione. Secondo la migliore dottrina e la prassi professionale più accreditata, la stima del costo del capitale di proprietà può effettuarsi applicando il modello del Capital Asset Pricing Model (CAPM). Nelle società non quotate di piccole e medie dimensioni, la formula CAPM viene, però, modificata introducendo un premio addizionale per le dimensioni ridotte (Small Size Premium).

Si applica, così, la formula di seguito riportata:

$$Ke = Rf + \beta (Rm - Rf) + SSP$$

dove:

Ke = costo del capitale di proprietà;

Rf = rendimento di investimenti privi di rischio (Risk-Free Rate);

β = coefficiente Beta Levered che esprime il grado di rischio sistematico stimato per l'azienda;

Rm = rendimento atteso di mercato;

$(Rm - Rf)$ = premio per il rischio generale di mercato (Market Risk Premium);

SSP = premio specifico addizionale per la dimensione ridotta (Small Size Premium).

* * *

In particolare, ai fini della presente valutazione il tasso di attualizzazione (i) è stato calcolato sulla base della metodologia del WACC utilizzando i seguenti parametri:

- R_f : il tasso di rendimento delle attività prive di rischio è stato determinato in misura pari al 3,50%, corrispondente al tasso di rendimento lordo dei BTP scadenza 1.2.2035, (fonte Il Sole24Ore del 5.2.2025). Il tasso di inflazione "I" è stato assunto nella misura del 1,80% pari all'inflazione programmata per l'anno 2025. Pertanto, il tasso di rendimento delle attività prive di rischio (3,50%) depurato dell'inflazione (1,80%), ovvero R_f in termini reali, è pari all' 1,67% [calcolato secondo la formula $R_{fr} =$

$(1+R_{fr})/(1+I)-1$];

- R_m : il rendimento atteso di mercato è stato assunto in misura pari al 7,26%, corrispondente a quello applicabile al mercato italiano sulla base del rating (fonte Damodaran on-line, gennaio 2025);
- $(R_m - R_f)$: il premio per il rischio di mercato è stato dunque determinato in misura pari al 5,59% $= (7,26\% - 1,67\%)$;
- SSP: è stato considerato prudenzialmente un ulteriore premio di rischio specifico del 5% per tenere conto della dimensione ridotta del ██████████ e dei maggiori rischi legati alla sua attuale situazione di crisi;
- β : il coefficiente beta levered è stato determinato in misura pari a 1,18, corrispondente a quello rilevato a livello europeo nel settore economico “Restaurant/Dining” (fonte Damodaran on-line, gennaio 2025), determinato, rispetto al beta unlevered, sulla base del tax rate del 15,47% e del rapporto D/E del 36,20% rilevati nel medesimo settore e periodo (fonte Damodaran on-line, gennaio 2025);
- k_d : il costo dei debiti finanziari è stato determinato in misura pari al 6,36%, rilevato a livello europeo nel settore economico “Restaurant/Dining” (fonte Damodaran on-line, gennaio 2025);
- t : l’aliquota fiscale delle imposte sul reddito è stata determinata in misura pari al 24%, corrispondente all’aliquota IRES;
- D/E = il rapporto tra indebitamento finanziario netto e capitale di rischio è stato determinato in misura pari al 36,20% che corrisponde alla struttura finanziaria media evidenziata nel settore “Restaurant/Dining” al livello europeo (fonte Damodaran on-line, gennaio 2025).

Sulla base delle predette variabili si ricava un costo del capitale proprio “levered” in termini reali del 13,27% e un costo del capitale di terzi (al netto del risparmio fiscale) del 4,83%, che conducono, tenuto conto del rapporto D/E pari al 36,20% ad un tasso di attualizzazione (WACC) pari al 11,02%.

La tabella seguente riassume il calcolo del WACC.

Risk free - tasso lordo BTP	3,50%
Tasso di inflazione	1,80%
Risk free rate ante imposte reale	1,67%
Market premium	5,59%
Coefficiente beta	1,18
Premio per il rischio	6,60%
Premio per il rischio specifico	5,00%
Costo del capitale proprio	13,27%
Fiscalità figurativa per imposte sul reddito	24,00%
Costo del debito	6,36%
Meno: Effetto fiscale	-1,53%
Costo del capitale di terzi	4,83%
Debt/Equity ratio	36,20%
Peso del capitale proprio	73,42%
Peso del capitale di debito	26,58%
Totale	100,00%
WACC	11,02%

3.9.6. La valutazione finale

Applicando il tasso di royalties di mercato del 2% ai fatturati prospettici nel periodo di di utilità residua dei Marchi di 3 anni è stato possibile determinare le royalties lorde, dalle quali si sono ottenute royalties nette per sottrazione delle imposte, calcolate in questo caso al tax rate marginale del 27,9% (Ires 24% + Irap Toscana 3,9%). Per giungere al valore del marchio, si sono capitalizzate le royalties nette per un periodo di 3 anni al tasso del 11,02%. Come detto, non è stato prudenzialmente considerato un valore terminale (Terminal Value) in quanto si è assunto che alla fine del periodo di utilità residua media dei Marchi di 3 anni gli stessi non siano più suscettibili di apportare alcun apprezzabile valore.

Si è così pervenuti ai valori dei Marchi riepilogati nelle tabelle di seguito riportate.

Metodo attualizzazione flussi di royalties di mercato	FOODY FARM
Fatturato annuale prospettico marchio	€ 2.960.000
Tasso di royalty ideale	2%
Royalty lorda annuale prospettica	€ 44.400
Tax rate	27,90%
Royalty netta annuale prospettica	€ 32.012
Tasso di attualizzazione	11,02%
Periodo di durata residua del marchio	3

Valore attuale royalties nette per il periodo di durata residua del marchio	€ 78.202
---	----------

Valore del marchio (arrotondato)	€ 78.000
---	-----------------

Metodo attualizzazione flussi di royalties di mercato	STEAK HOME
--	-------------------

Fatturato annuale prospettico marchio	€ 1.730.000
Tasso di royalty ideale	2%
Royalty lorda annuale prospettica	€ 25.950
Tax rate	27,90%
Royalty netta annuale prospettica	€ 18.710
Tasso di attualizzazione	11,02%
Periodo di durata residua del marchio	3

Valore attuale royalties nette per il periodo di durata residua del marchio	€ 45.706
---	----------

Valore del marchio (arrotondato)	€ 45.000
---	-----------------

Metodo attualizzazione flussi di royalties di mercato	FISHING LAB
--	--------------------

Fatturato annuale prospettico marchio	€ 4.720.000
Tasso di royalty ideale	2%
Royalty lorda annuale prospettica	€ 70.800
Tax rate	27,90%
Royalty netta annuale prospettica	€ 51.047
Tasso di attualizzazione	11,02%
Periodo di durata residua del marchio	3

Valore attuale royalties nette per il periodo di durata residua del marchio	€ 124.700
---	-----------

Valore del marchio (arrotondato)	€ 124.000
---	------------------

Dall'applicazione del metodo delle royalties di mercato risultano quindi i seguenti valori di mercato dei principali marchi alla data del 6 febbraio 2025:

- **FOODY FARM:** valore euro 78.202,00 che viene arrotondato per difetto in **euro 78.000,00;**
- **STEAK HOME:** valore euro 45.706,00 che viene arrotondato per difetto in **euro 45.000,00;**
- **FISHING LAB:** valore euro 124.700,00 che viene arrotondato per difetto in **euro**

124.000,00.

Con riferimento agli altri marchi “minori”, per i quali non è stato possibile identificare un fatturato di riferimento e che non siano risultati funzionali e/o comunque riconducibili ai suddetti marchi principali, la stima è stata effettuata applicando un approccio semplificato basato sul costo forfettariamente imputabile alla creazione degli stessi.

In particolare, il valore di tali marchi può essere quantificato in base ai costi da sostenere per lo sviluppo grafico e creativo di marchi analoghi, che, da indagini effettuate dallo scrivente perito, sono risultati pari a circa euro 1.500,00 ciascuno.

Invece, per i marchi “minori” e per i disegni-modelli funzionali e /o riconducibili ai predetti tre marchi “principali” il valore degli stessi deve essere considerato ricompreso in quello dei marchi “Fishing Lab”, “Steak Home”, “Foody Farm”.

4. CONCLUSIONI

All’esito del lavoro svolto, tenuto conto dell’oggetto e della finalità della valutazione (v. § 3.1), della configurazione di valore, della prospettiva di stima nonché del presupposto di valutazione che si è deciso di assumere (v. § 3.2), della documentazione e delle informazioni esaminate (v. § 3.5), dei limiti indicati nella presente relazione (v. § 3.6), considerati i risultati delle analisi svolte (v. § 3.9), nella tabella di seguito riportata si riassumono i risultati delle valutazioni effettuate dallo scrivente.

MARCHIO	VALORE
FOODY FARM	€ 78.000,00
STEAK HOME	€ 45.000,00
FISHING LAB	€ 124.000,00
Totale marchi	€ 247.000,00

A tutti gli altri marchi e disegni-modelli registrati a nome delle XXXXXXXXXX XXXXXXXXXX che non risultino funzionali ai marchi principali, è attribuito un valore

forfettariamente pari ad euro 1.500,00, corrispondente ai costi da sostenere per lo sviluppo grafico e creativo di marchi analoghi, in quanto non è stato possibile identificare per essi alcun fatturato né alcun contratto di concessione in licenza e, dunque, alcun beneficio economico tale da poterne giustificare una valutazione economica diversamente apprezzabile.

Si sottolinea che tali valori, individuati nell'ambito del presente lavoro, in virtù della natura e delle specifiche finalità dell'incarico ricevuto, devono essere interpretati e utilizzati esclusivamente alla luce degli scopi ivi previsti.

Tenuto conto che il marchio "Fishing Lab", limitatamente all'ambito dell'Unione Europea e della Gran Bretagna, risulta registrato a [REDACTED] come marchio denominativo e a nome [REDACTED] come marchio figurativo e che il fatturato riconducibile a detto marchio è stato realizzato unicamente in Italia, e quindi nell'Unione Europea, si ritiene che il valore di euro 124.000,00 attribuito a detto marchio possa essere imputato forfettariamente [REDACTED]

Il sottoscritto, confidando di aver adempiuto all'incarico ricevuto, ringrazia il committente per la fiducia accordatagli, restando a completa disposizione per ogni eventuale chiarimento sulle risultanze emerse.

Con osservanza.

Pistoia, 6 febbraio 2025

L'ESPERTO INCARICATO

Dott. Fabio Giommoni



Allegati:

- 1) Riepilogo marchi e disegni-modelli [REDACTED]
- 2) Presentazione progetto imprenditoriale [REDACTED]
- 3) Presenza sui social dei marchi oggetto di valutazione

Cliente: [REDACTED]

ID Pratica Prossimo rinnovo	Marchio	Paese Stato pratica Paesi designati	Data di deposito N. Domanda	Data di registrazione N. Registrazione	Classi Note
2584-TMWOCN	GELATAI TOSCANI Figurativo 	Cina Pubblicato	Prima registrazione 21/09/2021 1511470901	16/12/2021 1633442	35, 41, 43 Titolare: [REDACTED]
2206-TMESC�	FISHING LAB Figurativo 06/12/2030 	Cina Registrato/concesso	Prima registrazione 20/04/2020 45609731	07/12/2020 45609731	43 Titolare: [REDACTED]
2196-TMESGB	FIGHT FOR KIDS Figurativo 01/02/2028 	Gran Bretagna Registrato/concesso	Prima registrazione 01/02/2018 UK00917766684	21/05/2018 UK00917766684	35, 36, 43 Brexit: copied from case TM1919EU00 Titolare: [REDACTED]

Cliente:

ID Pratica Prossimo rinnovo	Marchio	Paese Stato pratica Paesi designati	Data di deposito N. Domanda	Data di registrazione N. Registrazione	Classi Note
2584-TMWOGB	GELATAI TOSCANI Figurativo 	Gran Bretagna Registrato/concesso	Prima registrazione 21/09/2021 1511470901 Registrazione corrente 16/12/2021	16/12/2021 1633442 20/03/2022 1511470901	35, 41, 43 Protection for all goods and/or services. Titolare: [REDACTED]
2197-TMESGB 26/07/2028	FISHING LAB Denominativo	Gran Bretagna Registrato/concesso	Prima registrazione 26/07/2018 UK00917935685 Registrazione corrente 26/07/2018 UK00917935685	01/12/2018 UK00917935685 01/12/2018 UK00917935685	43 Brexit: copied from case TM1914EU01 Titolare: [REDACTED]
2200-TMESGB 14/06/2027	BIZIONAIRE Figurativo 	Gran Bretagna Registrato/concesso	Prima registrazione 14/06/2017 UK00916871253 Registrazione corrente 14/06/2017 UK00916871253	07/08/2019 UK00916871253 07/08/2019 UK00916871253	35, 41, 43 Brexit: copied from case TM1922EU00 Titolare: [REDACTED]

Cliente:

ID Pratica Prossimo rinnovo	Marchio	Paese Stato pratica Paesi designati	Data di deposito N. Domanda	Data di registrazione N. Registrazione	Classi Note
2202-TMESGB 07/10/2029	FARMOLOGY Denominativo	Gran Bretagna Registrato/concesso	Prima registrazione 07/10/2019 UK00918133375 Registrazione corrente 07/10/2019 UK00918133375	18/01/2020 UK00918133375 18/01/2020 UK00918133375	33, 35, 43 Brexit: copied from case TM1924EU00 Titolare:
2190-TMESGB 14/06/2027	PESCE FATTO A MANO Figurativo 	Gran Bretagna Registrato/concesso	Prima registrazione 14/06/2017 UK00916871279 Registrazione corrente 14/06/2017 UK00916871279	17/10/2017 UK00916871279 17/10/2017 UK00916871279	29, 35, 40 Brexit: copied from case TM1913EU00 Titolare:
2194-TMESGB 09/11/2027	STEAK HOME DRY AGING Figurativo 	Gran Bretagna Registrato/concesso	Prima registrazione 09/11/2017 UK00917456658 Registrazione corrente 09/11/2017 UK00917456658	23/02/2018 UK00917456658 23/02/2018 UK00917456658	29, 42, 43 Brexit: copied from case TM1917EU00 Titolare:

Cliente: [REDACTED]

ID Pratica	Marchio	Paese Stato pratica Paesi designati	Data di deposito N. Domanda	Data di registrazione N. Registrazione	Classi Note
2195-TMESGB	BUSINESS FOR CHARITY NOT CHARITY FOR BUSINESS Denominativo	Gran Bretagna Registrato/concesso	Prima registrazione 28/01/2018 UK00917738618	11/05/2018 UK00917738618	35, 36, 43 Brexit: copied from case TM1918EU00
28/01/2028			Registrazione corrente 28/01/2018 UK00917738618	11/05/2018 UK00917738618	Titolare: [REDACTED]
2198-TMESGB	DRY AGING Denominativo	Gran Bretagna Registrato/concesso	Prima registrazione 27/09/2018 UK00917932861	12/01/2019 UK00917932861	43 Brexit: copied from case TM1920EU00
27/09/2028			Registrazione corrente 27/09/2018 UK00917932861	12/01/2019 UK00917932861	Titolare: [REDACTED]
2201-TMESGB	BREAKFARM Denominativo	Gran Bretagna Registrato/concesso	Prima registrazione 07/10/2019 UK00918133382	18/01/2020 UK00918133382	35, 42, 43 Brexit: copied from case TM1923EU00
07/10/2029			Registrazione corrente 07/10/2019 UK00918133382	18/01/2020 UK00918133382	Titolare: [REDACTED]

Cliente: [REDACTED]

ID Pratica Prossimo rinnovo	Marchio	Paese Stato pratica Paesi designati	Data di deposito N. Domanda	Data di registrazione N. Registrazione	Classi Note
2193-TMESGB 14/06/2027	STEAK HOME Figurativo 	Gran Bretagna Registrato/concesso	Prima registrazione 14/06/2017 UK00916871212 Registrazione corrente 14/06/2017 UK00916871212	16/10/2017 UK00916871212 16/10/2017 UK00916871212	25, 35, 43 Brexit: copied from case TM1916EU00 Titolare: [REDACTED]
2199-TMESGB 27/09/2028	DRY AGING RESTAURANT SYSTEM Figurativo 	Gran Bretagna Registrato/concesso	Prima registrazione 27/09/2018 UK00917932868 Registrazione corrente 27/09/2018 UK00917932868	23/01/2019 UK00917932868 23/01/2019 UK00917932868	43 Brexit: copied from case TM1921EU00 Titolare: [REDACTED]
2192-TMESGB 06/10/2026	FOODY FARM Figurativo 	Gran Bretagna Registrato/concesso	Prima registrazione 06/10/2016 UK00915899016 Registrazione corrente 06/10/2016 UK00915899016	18/01/2017 UK00915899016 18/01/2017 UK00915899016	35, 43 Brexit: copied from case TM1915EU00 Titolare: [REDACTED]

Cliente: [REDACTED]

ID Pratica	Marchio	Paese Stato pratica Paesi designati	Data di deposito N. Domanda	Data di registrazione N. Registrazione	Classi Note
2133-TMIT Prossimo rinnovo 27/10/2024	fishLab Figurativo 	Italia Registrato/concesso	Prima registrazione 27/10/2014 302014902304331	22/09/2015 0001647699	29, 43
			Registrazione corrente 27/10/2014 302014902304331	22/09/2015 1647699	Titolare: [REDACTED]
2210-TMIT 29/01/2030	GELATAI TOSCANI Figurativo 	Italia Registrato/concesso	Prima registrazione 29/01/2020 302019000064343	07/09/2020 302019000064343	35, 41, 43
			Registrazione corrente 29/01/2020 302019000064343	07/09/2020 302019000064343	Titolare: [REDACTED]
2584-TMWO 21/09/2031	GELATAI TOSCANI Figurativo 	OMPI (Accordo + Protocollo) Registrato/concesso CN, GB	Prima registrazione 21/09/2021 1633442	16/12/2021 1633442	35, 41, 43
			Registrazione corrente 21/09/2021 1511470901	16/12/2021 1633442	Titolare: [REDACTED]

Cliente: 

ID Pratica Prossimo rinnovo	Marchio	Paese Stato pratica Paesi designati	Data di deposito N. Domanda	Data di registrazione N. Registrazione	Classi Note
2209-TMWO 04/12/2028	STEAK HOME Figurativo 	OMPI (Accordo + Protocollo) Registrato/concesso US	Prima registrazione 04/12/2018 1456726 Registrazione corrente 04/12/2018	04/12/2018 1456726 04/12/2018 1456726	43 Titolare: 
2208-TMWO 04/12/2028	FISHING LAB Denominativo	OMPI (Accordo + Protocollo) Registrato/concesso US	Prima registrazione 04/12/2018 1446870 Registrazione corrente 04/12/2018	04/12/2018 1446870 04/12/2018 1446870	43 Titolare: 
2207-TMWO 04/12/2028	FOODY FARM Figurativo 	OMPI (Accordo + Protocollo) Registrato/concesso US	Prima registrazione 04/12/2018 1456689 Registrazione corrente 04/12/2018 1456689	04/12/2018 1456689 04/12/2018 1456689	43 Titolare: 

Cliente: [REDACTED]

ID Pratica	Marchio	Paese Stato pratica Paesi designati	Data di deposito N. Domanda	Data di registrazione N. Registrazione	Classi Note
2192-TMWOUS	FOODY FARM Figurativo	Stati Uniti Registrato/concesso	Prima registrazione 04/12/2018 79254750	04/12/2018 1456689 31/08/2021 1456689	43 Titolare: [REDACTED]
2194-TMEU	STEAK HOME DRY AGING Figurativo	Unione Europea Registrato/concesso	Prima registrazione 09/11/2017 17456658	23/02/2018 17456658	29, 42, 43 Titolare: [REDACTED]
09/11/2027		AT, BG, BX, CY, CZ, DE, DK, EE, ES, FI, FR, GB, GR, HR, HU, IE, IT, LT, LV, MT, PL, PT, RO, SE, SI, SK	Registrazione corrente 09/11/2017 17456658	23/02/2018 17456658	
2202-TMEU	FARMOLOGY Denominativo	Unione Europea Registrato/concesso	Prima registrazione 07/10/2019 18133375	18/01/2020 18133375	33, 35, 43 Titolare: [REDACTED]
07/10/2029		AT, BG, BX, CY, CZ, DE, DK, EE, ES, FI, FR, GB, GR, HR, HU, IE, IT, LT, LV, MT, PL, PT, RO, SE, SI, SK	Registrazione corrente 07/10/2019 18133375	18/01/2020 18133375	

Cliente: [REDACTED]

ID Pratica	Marchio	Paese	Data di deposito	Data di registrazione	Classi
Prossimo rinnovo		Stato pratica	N. Domanda	N. Registrazione	Note
2200-TMEU	BIZIONAIRE				35, 41, 43
14/06/2027	Figurativo	Unione Europea	Prima registrazione	07/08/2019	
		Registrato/concesso	14/06/2017	16871253	
		AT, BG, BX, CY, CZ, DE, DK, EE, ES, FI, FR, GB, GR, HR, HU, IE, IT, LT, LV, MT, PL, PT, RO, SE, SI, SK	Registrazione corrente	07/08/2019	Titolare: [REDACTED]
			14/06/2017	16871253	[REDACTED]
2199-TMEU	DRY AGING RESTAURANT SYSTEM				43
27/09/2028	Figurativo	Unione Europea	Prima registrazione	23/01/2019	
		Registrato/concesso	27/09/2018	17932868	
		AT, BG, BX, CY, CZ, DE, DK, EE, ES, FI, FR, GB, GR, HR, HU, IE, IT, LT, LV, MT, PL, PT, RO, SE, SI, SK	Registrazione corrente	17932868	Titolare: [REDACTED]
			27/09/2018	17932868	[REDACTED]
2196-TMEU	FIGHT FOR KIDS				35, 36, 43
01/02/2028	Figurativo	Unione Europea	Prima registrazione	21/05/2018	
		Registrato/concesso	01/02/2018	17766684	
		AT, BG, BX, CY, CZ, DE, DK, EE, ES, FI, FR, GB, GR, HR, HU, IE, IT, LT, LV, MT, PL, PT, RO, SE, SI, SK	Registrazione corrente	17766684	Titolare: [REDACTED]
			01/02/2018	17766684	[REDACTED]

Cliente: 

ID Pratica	Marchio	Paese	Data di deposito	Data di registrazione	Classi
Prossimo rinnovo		Stato pratica	N. Domanda	N. Registrazione	Note
		Paesi designati			
2192-TMEU	FOODY FARM				35, 43
06/10/2026	Figurativo	Unione Europea	Prima registrazione	18/01/2017	
		Registrato/concesso	06/10/2016	15899016	
		AT, BG, BX, CY, CZ, DE, DK, EE, ES, FI, FR, GB, GR, HR, HU, IE, IT, LT, LV, MT, PL, PT, RO, SE, SI, SK	Registrazione corrente	18/01/2017	Titolare:
			06/10/2016	15899016	
2198-TMEU	DRY AGING				43
27/09/2028	Denominativo	Unione Europea	Prima registrazione	12/01/2019	
		Registrato/concesso	27/09/2018	17932861	
		AT, BG, BX, CY, CZ, DE, DK, EE, ES, FI, FR, GB, GR, HR, HU, IE, IT, LT, LV, MT, PL, PT, RO, SE, SI, SK	Registrazione corrente	12/01/2019	Titolare:
			27/09/2018	17932861	
2195-TMEU	BUSINESS FOR CHARITY NOT CHARITY FOR BUSINESS				35, 36, 43
28/01/2028	Denominativo	Unione Europea	Prima registrazione	11/05/2018	
		Registrato/concesso	28/01/2018	17738618	
		AT, BG, BX, CY, CZ, DE, DK, EE, ES, FI, FR, GB, GR, HR, HU, IE, IT, LT, LV, MT, PL, PT, RO, SE, SI, SK	Registrazione corrente	11/05/2018	Titolare:
			28/01/2018	17738618	

Cliente: [REDACTED]

ID Pratica Prossimo rinnovo	Marchio	Paese Stato pratica Paesi designati	Data di deposito N. Domanda	Data di registrazione N. Registrazione	Classi Note
2190-TMEU 14/06/2027	PESCE FATTO A MANO Figurativo 	Unione Europea Registrato/concesso AT, BG, BX, CY, CZ, DE, DK, EE, ES, FI, FR, GB, GR, HR, HU, IE, IT, LT, LV, MT, PL, PT, RO, SE, SI, SK	Prima registrazione 14/06/2017 16871279 Registrazione corrente 14/06/2017 16871279	17/10/2017 16871279 17/10/2017 16871279	29, 35, 40 Titolare: [REDACTED]
2193-TMEU 14/06/2027	STEAK HOME Figurativo 	Unione Europea Registrato/concesso AT, BG, BX, CY, CZ, DE, DK, EE, ES, FI, FR, GB, GR, HR, HU, IE, IT, LT, LV, MT, PL, PT, RO, SE, SI, SK	Prima registrazione 14/06/2017 16871212 Registrazione corrente 14/06/2017 16871212	16/10/2017 16871212 16/10/2017 16871212	25, 35, 43 Titolare: [REDACTED]
2201-TMEU 07/10/2029	BREAKFARM Denominativo	Unione Europea Registrato/concesso AT, BG, BX, CY, CZ, DE, DK, EE, ES, FI, FR, GB, GR, HR, HU, IE, IT, LT, LV, MT, PL, PT, RO, SE, SI, SK	Prima registrazione 07/10/2019 18133382 Registrazione corrente 07/10/2019 18133382	18/01/2020 18133382 18/01/2020 18133382	35, 42, 43 Titolare: [REDACTED]

Cliente: [REDACTED]

ID Pratica	Marchio	Paese	Data di deposito	Data di registrazione	Classi
Prossimo rinnovo		Stato pratica	N. Domanda	N. Registrazione	Note
		Paesi designati			
2197-TMEU	FISHING LAB				43
26/07/2028	Denominativo	Unione Europea	Prima registrazione		
		Registrato/concesso	26/07/2018		
		AT, BG, BX, CY, CZ, DE, DK, EE, ES, FI, FR, GB, GR, HR, HU, IE, IT, LT, LV, MT, PL, PT, RO, SE, SI, SK	17935685		
			Registrazione corrente		Titolare:
			26/07/2018	01/12/2018	[REDACTED]
			17935685	17935685	[REDACTED]

Cliente: [REDACTED]

ID Pratica Prossimo rinnovo	Marchio	Paese Stato pratica Paesi designati	Data di deposito N. Domanda	Data di registrazione N. Registrazione	Classi Note
2203-TMEUGB 09/06/2026	FISHON VICTIM Figurativo	Gran Bretagna Registrato/concesso	Prima registrazione 09/06/2016 UK00915524648	21/12/2016 UK00915524648	25, 43 Brexit: copied from case TM1925EU00
			Registrazione corrente 09/06/2016 UK00915524648	21/12/2016 UK00915524648	Titolare: [REDACTED]
2203-TMEU 09/06/2026	FISHON VICTIM Figurativo	Unione Europea Registrato/concesso	Prima registrazione 09/06/2016 15524648	21/12/2016 15524648	25, 43
		AT, BG, BX, CY, CZ, DE, DK, EE, ES, FI, FR, GB, GR, HR, HU, IE, IT, LT, LV, MT, PL, PT, RO, SE, SI, SK	Registrazione corrente 09/06/2016 15524648	21/12/2016 15524648	Titolare: [REDACTED]

Cliente: [REDACTED]

ID Pratica	Marchio	Paese Stato pratica Paesi designati	Data di deposito N. Domanda	Data di registrazione N. Registrazione	Classi Note
2191-TMESGB 31/12/2025	FISHING LAB Figurativo 	Gran Bretagna Registrato/concesso	Prima registrazione 31/12/2015 UK00914971741 Registrazione corrente 31/12/2015 UK00914971741	20/04/2016 UK00914971741 20/04/2016 UK00914971741	35, 41, 43 Brexit: copied from case TM1914EU00 Titolare: [REDACTED]
2191-TMEU 31/12/2025	FISHING LAB Figurativo 	Unione Europea Registrato/concesso	Prima registrazione 31/12/2015 14971741 Registrazione corrente 31/12/2015 14971741	20/04/2016 14971741 20/04/2016 14971741	35, 41, 43 Titolare: [REDACTED]

Cliente: [REDACTED]

ID Pratica Durata Prossimo rinnovo	Tipo pratica Oggetto	Paese Stato Designazioni	Data di deposito N. Deposito	Data di concessione N. Registrazione	Note
2225-IDEU 26/07/2043 25/07/2023	Disegno Design no. 005515582	Unione Europea Registrato/concesso AT, BG, BX, CY, CZ, DE, DK, EE, ES, FI, FR, GB, GR, HR, HU, IE, IT, LT, LV, MT, PL, PT, RO, SE, SI, SK	26/07/2018 005515582-0001	26/07/2018 005515582-0001	Titolare: [REDACTED]
2224-IDEU 25/07/2043 31/07/2023	Disegno Design no. 005514684	Unione Europea Registrato/concesso AT, BG, BX, CY, CZ, DE, DK, EE, ES, FI, FR, GB, GR, HR, HU, IE, IT, LT, LV, MT, PL, PT, RO, SE, SI, SK	25/07/2018 005514684-0001	25/07/2018 005514684-0001	Titolare: [REDACTED]
2227-IDEU 15/07/2045 15/07/2025	Disegno Design no. 008042733	Unione Europea Registrato/concesso AT, BG, BX, CY, CZ, DE, DK, EE, ES, FI, FR, GB, GR, HR, HU, IE, IT, LT, LV, MT, PL, PT, RO, SE, SI, SK	15/07/2020 008042733-0001	15/07/2020 008042733-0001	Titolare: [REDACTED]

Cliente: [REDACTED]

ID Pratica Durata Prossimo rinnovo	Tipo pratica Oggetto	Paese Stato Designazioni	Data di deposito N. Deposito	Data di concessione N. Registrazione	Note
2223-IDEU 25/07/2043 25/07/2023	Disegno Design 005514155	Unione Europea Registrato/concesso AT, BG, BX, CY, CZ, DE, DK, EE, ES, FI, FR, GB, GR, HR, HU, IE, IT, LT, LV, MT, PL, PT, RO, SE, SI, SK	25/07/2018 005514155-0001	25/07/2018 005514155-0001	Titolare: [REDACTED]
2222-IDEU 25/07/2043 25/07/2023	Disegno ciotola	Unione Europea Registrato/concesso AT, BG, BX, CY, CZ, DE, DK, EE, ES, FI, FR, GB, GR, HR, HU, IE, IT, LT, LV, MT, PL, PT, RO, SE, SI, SK	25/07/2018 005514692-0001	31/10/2018 005514692-0001	Titolare: [REDACTED]
2226-IDEU 15/01/2044 15/01/2024	Disegno Design no. 006024022	Unione Europea Registrato/concesso AT, BG, BX, CY, CZ, DE, DK, EE, ES, FI, FR, GB, GR, HR, HU, IE, IT, LT, LV, MT, PL, PT, RO, SE, SI, SK	15/01/2019 006024022-0001	15/01/2019 006024022-0001	Titolare: [REDACTED]

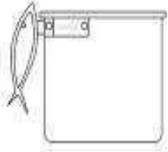
Cliente: 

ID Pratica Durata Prossimo rinnovo	Tipo pratica Oggetto	Paese Stato Designazioni	Data di deposito N. Deposito	Data di concessione N. Registrazione	Note
2221-IDEU 08/11/2042 30/11/2027	Disegno scomodino 	Unione Europea Rinnovato AT, BG, BX, CY, CZ, DE, DK, EE, ES, FI, FR, GB, GR, HR, HU, IE, IT, LT, LV, MT, PL, PT, RO, SE, SI, SK	08/11/2017 004499853-0001	10/11/2017 004499853-0001	Titolare: 
2223-IDEUGB 25/07/2043 25/07/2023	Disegno Design 005514155 	Gran Bretagna Registrato/concesso	25/07/2018 90055141550001	24/08/2018 90055141550001	Titolare: 
2225-IDEUGB 26/07/2043 26/07/2023	Disegno Design no. 005515582 	Gran Bretagna Registrato/concesso	26/07/2018 90055155820001	23/08/2018 90055155820001	Titolare: 

Cliente: [REDACTED]

ID Pratica Durata Prossimo rinnovo	Tipo pratica Oggetto	Paese Stato Designazioni	Data di deposito N. Deposito	Data di concessione N. Registrazione	Note
2224-IDEUGB 25/07/2043 25/07/2023	Disegno Design no. 005514684	Gran Bretagna Registrato/concesso	25/07/2018 90055146840001	23/08/2018 90055146840001	Titolare: [REDACTED]
2222-IDEUGB 25/07/2043 25/07/2023	Disegno ciotola	Gran Bretagna Registrato/concesso	25/07/2018 90055146920001	31/10/2018 90055146920001	Titolare: [REDACTED]
2224-IDEUGB 25/07/2043 25/07/2023	Disegno Design no. 005514684	Gran Bretagna Registrato/concesso	25/07/2018 90055146840001	23/08/2018 90055146840001	Titolare: [REDACTED]

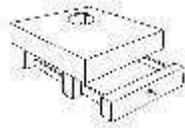
Cliente: [REDACTED]

ID Pratica Durata Prossimo rinnovo	Tipo pratica Oggetto	Paese Stato Designazioni	Data di deposito N. Deposito	Data di concessione N. Registrazione	Note
2226-IDEUGB 15/01/2044 15/01/2024	Disegno Design no. 006024022 	Gran Bretagna Registrato/concesso	15/01/2019 90060240220001	17/01/2019 90060240220001	Titolare: [REDACTED]
2227-IDEUGB 15/07/2045 15/07/2025	Disegno Design no. 008042733 	Gran Bretagna Registrato/concesso	15/07/2020 90080427330001	06/08/2020 90080427330001	Titolare: [REDACTED]
2222-IDEUGB 25/07/2043 25/07/2023	Disegno ciotola 	Gran Bretagna Registrato/concesso	25/07/2018 90055146920001	31/10/2018 90055146920001	Titolare: [REDACTED]

Cliente: [REDACTED]

ID Pratica Durata Prossimo rinnovo	Tipo pratica Oggetto	Paese Stato Designazioni	Data di deposito N. Deposito	Data di concessione N. Registrazione	Note
--	-------------------------	--------------------------------	---------------------------------	---	------

2221-IDEUGB 08/11/2042 08/11/2027	Disegno scomodino	Gran Bretagna Registrato/concesso	08/11/2017 90044998530001	08/11/2017 90044998530001	
--	----------------------	--------------------------------------	------------------------------	------------------------------	--



Titolare: [REDACTED]