

L'IMPAIRMENT TEST DI UN MARCHIO

Il 1° febbraio 2005 la società *Alfa S.p.A.*, che produce e commercializza abbigliamento sportivo, acquista da un'altra società un marchio da apporre ai propri capi, sostenendo un costo pari a €35.000. A seguito delle verifiche necessarie, la direzione aziendale attribuisce al marchio una vita utile indefinita.

La società *Alfa S.p.A.* redige il proprio Bilancio in conformità ai principi contabili internazionali *Ias/Ifrs*, i quali richiedono che le attività immateriali a vita utile indefinita siano sottoposte all'*impairment test* con cadenza annuale.

Sulla base delle indicazioni che seguono, si provveda alla determinazione del valore al quale il marchio deve trovare iscrizione nello Stato patrimoniale di *Alfa S.p.A.* al 31/12/2005:

- il *fair value* del marchio alla fine dell'esercizio, determinato in base alle migliori informazioni di mercato, è stimato, al netto dei costi di vendita, in €30.000;
- la società stima di poter conseguire, grazie all'impiego del marchio, i seguenti flussi di cassa operativi in entrata:

Anni	2006	2007	2008	2009	2010
Flussi	6.500	7.000	6.500	5.500	6.000

- il tasso corrente di mercato *risk free* risulta pari al 4,2%;
- il premio per il rischio associato alla gestione del marchio è stimato pari al 2,8%;
- la società prevede di vendere il marchio al termine del 2010 e di conseguire un ricavo pari a €8.000.