



Valorizzazione economico-finanziaria degli asset intangibili delle imprese come leva di sviluppo e di accesso al credito

Torino, 12 dicembre 2014

Indice

- 1. Chi siamo**
- 2. Introduzione del servizio sviluppato**
- 3. Il servizio sviluppato**
 - I requisiti
 - I bisogni di una PMI
 - La struttura
 - Il processo
 - Il questionario
 - I risultati
- 4. Dal concept all'implementazione del servizio**

Le notizie e i dati utilizzati nel presente documento provengono da informazioni fornite al pubblico dalle società citate e/o da altra documentazione di pubblico dominio. ICM Advisors LLC non risponde della completezza, precisione e imparzialità di tali dati e notizie. Il presente documento è stato redatto con la massima accuratezza e diligenza, in via autonoma e indipendente e senza la collaborazione delle società oggetto di analisi. In nessun caso ICM Advisors LLC può essere ritenuto responsabile per danni derivanti dall'utilizzo delle informazioni e delle opinioni riportate nello studio. Il presente documento ha esclusivamente finalità informative e non può essere riprodotto, ridistribuito a terzi, né pubblicato per qualsiasi finalità. I destinatari del presente documento sono vincolati ad osservare le limitazioni sopra riportate.

The information reflected in this document, including without limitation, case studies, frameworks, methodologies and benchmark comparisons, is confidential and proprietary information of ICM Advisors LLC; and of third parties referred as sources. Unauthorized reproduction, distribution, disclosure or dissemination is prohibited. (Copyright © 2014, Politecnico di Torino e ICM Advisors LLC. All rights reserved. . This precautionary notice against inadvertent publication is neither an acknowledgement of publication, nor waiver of confidentiality.)

ICM International è un gruppo europeo leader di servizi professionali altamente specializzati

Leverage the intangible assets



**Valuation
&
Strategic Services**

Intelligence for competitive advantage



**Competitive
Intelligence
Services**

Enabling sustainable innovation



**Innovation
&
Tech Transfer
Services**

©Politecnico di Torino & ICM Research Srl, 2014 All Rights Reserved

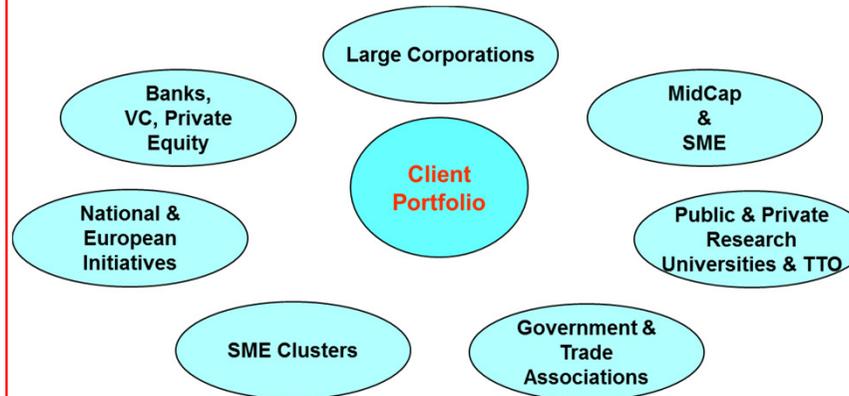


- ICM è membro fondatore di **IPT Alliance**, con **Avenium Consulting SA** (Francia - Subsidiary di CEA Commissariat à l'énergie atomique et aux énergies alternatives) e **Patev Associates GmbH** (Germania),
- **Oltre 150 professionals**
- **10 uffici in Europa, presente in Italia dal 2003**

ICM International – Esperienze, settori e clienti

ESPERIENZE, SETTORI E CLIENTI

- Aerospace
- Automotive
- Banking
- Biochips - lab-on-a-chip - microfluidics
- Chemical
- Consumer goods
- Pharmaceutical
- Life Science
- Electrical
- Electronics
- Energy & Environmental
- Equipment Manufacturing
- Food
- Fuel cells
- Government
- Green Building



- Oltre 700 progetti di valutazione e valorizzazione
- 250 in Italia (prevalenza in PMI del Made in Italy)

- ICT
- Materials
- Mechatronics
- Media/Digital TV
- Medtech
- Optics
- Packaging
- Photovoltaics
- Private Equity
- Private & public Research
- Secondary batteries
- Smart Grid
- Semiconductors
- Software
- Telecom
- Textiles/Apparel
- Venture Capital

Perché gli asset immateriali sono critici per lo sviluppo dell'impresa

Valutazione dei
principali
asset immateriali

Valore
d'impresa

=

Asset
Immateriali

+

Asset
Tangibili

- Rappresentano una **parte rilevante del valore d'impresa (40-80%)** secondo le caratteristiche del settore industriale
- **Assorbono la gran parte** delle spese e degli **investimenti** (R&D, Marketing/Branding, Formazione) delle imprese
- **Determinano il vantaggio competitivo e consentono di valutare lo stato di salute di un'azienda**
- Sono i fattori che maggiormente **consentono di prevedere il vantaggio competitivo** prospettico di un'organizzazione, ovvero la sua **capacità di creare valore anche domani**

Introduzione del servizio sviluppato



COSA È?

Servizio per l'analisi e la valutazione di una delle componenti del patrimonio aziendale: **il portafoglio degli asset immateriali**

A CHI SI RIVOLGE?



Grandi imprese



Medie imprese



Piccole imprese

Il servizio sviluppato – I requisiti

**Soddisfare i
bisogni di una PMI**

Il servizio deve essere in grado di rispondere a domande di business tipiche di una PMI

Fruibilità

Il servizio deve essere facilmente fruibile dall'azienda

**Immediatezza
dell'output**

Il processo che conduce dall'input all'output deve essere rapido

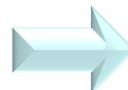
**Applicabilità dei
risultati ottenuti**

I risultati ottenuti devono essere "utili" per l'azienda che accede al servizio, concretamente utilizzabili

Il servizio sviluppato – I bisogni di una PMI

BISOGNI DI LIVELLO 1

- **Incremento dei ricavi** – crescita del fatturato aziendale
- **Riduzione dei costi** – miglioramento della redditività aziendale
- **Mitigazione dei rischi strategici, operativi e di mercato** – Selezione consapevole delle aree tecnologiche e di mercato in cui investire



BISOGNI DI LIVELLO 2

- **Incrementare la consapevolezza** delle componenti di valore del patrimonio immateriale
- **Investire** nei mercati e nelle tecnologie più promettenti
- **Ridurre/eliminare i costi** in aree/attività poco significative per l'azienda
- **Valorizzare** gli asset immateriali prevalenti per la competitività
- **Comunicare** il valore aziendale ai portatori di interesse (es. operatori finanziari per accesso al credito)



Il servizio sviluppato – La struttura

Unità di analisi

- Macro: azienda
- Micro: area tecnologica/linea prodotto

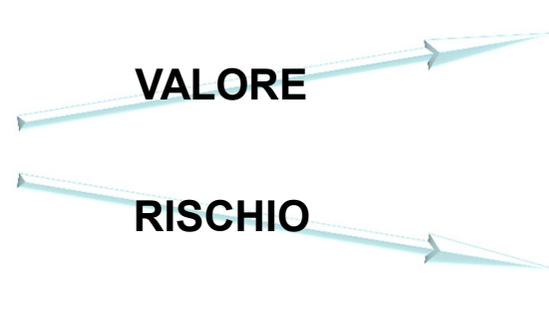
Categorie di intangibili

1. Tecnologie e prodotti
2. Capitale umano
3. Capitale relazionale
4. Capitale organizzativo
5. Asset di marketing

Valutazione Rating

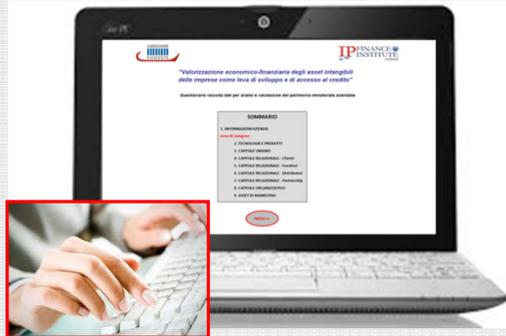
MINIMA FORZA

MASSIMA FORZA



Il servizio sviluppato – Il processo

1. INPUT



Questionario online (portale CCIAA Unioncamere)

5 aree di indagine

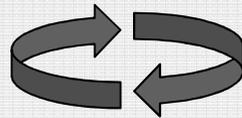
Domande con punteggi da 1 a 5

Linguaggio semplice

Supporto tecnico durante la compilazione

Set informativo "accessibile"

2. ELABORAZIONI



Contestualizzazione dell'informazione

Tempi di elaborazione rapidi

3. OUTPUT



Output semi-automatico

Rapporto sintetico del patrimonio immateriale

Il servizio sviluppato – Il questionario



“Valorizzazione economico-finanziaria degli asset intangibili delle imprese come leva di sviluppo e di accesso al credito”

Questionario raccolta dati per analisi e valutazione del patrimonio immateriale aziendale

SOMMARIO

1. INFORMAZIONI AZIENDA

Aree di indagine:

2. TECNOLOGIE E PRODOTTI
3. CAPITALE UMANO
4. CAPITALE RELAZIONALE - Clienti
5. CAPITALE RELAZIONALE - Fornitori
6. CAPITALE RELAZIONALE - Distributori
7. CAPITALE RELAZIONALE - *Partnership*
8. CAPITALE ORGANIZZATIVO
9. ASSET DI MARKETING

INIZIO >>

Il servizio sviluppato – Il questionario

INFORMAZIONI GENERALI AZIENDA

Sez. A Informazioni generali

1	Ragione sociale azienda:	
2	Informazioni rispondente:	
	Nome	
	Cognome	
	Ruolo	
	Email	
	Telefono	
3	Addetti Azienda	

Indicare il "numero addetti" in **Full Time Equivalent (FTE)**: un valore di 1 FTE è l'equivalente di un dipendente a tempo pieno, un valore di 0,5 FTE è l'equivalente di un lavoratore part-time.

Il servizio sviluppato – Il questionario

INFORMAZIONI GENERALI AZIENDA

1. Qual è il settore di riferimento in cui opera l'azienda?

2. A quale tipologia di cliente si rivolge l'azienda? (B2B – B2C – entrambe)

B2B	B2C	entrambe
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

3. Nel settore di riferimento dell'azienda qual è la rilevanza della componente tecnologica?

basso	medio-basso	medio	medio-alto	alto
<input type="checkbox"/>				

4. Nel settore di riferimento dell'azienda in quale misura un'azienda viene identificata attraverso il proprio marchio?

basso	medio-basso	medio	medio-alto	alto
<input type="checkbox"/>				

5. Nel settore di riferimento dell'azienda qual è la rilevanza della componente know-how?

basso	medio-basso	medio	medio-alto	alto
<input type="checkbox"/>				

AVANTI

Il servizio sviluppato – Il questionario

AREA 1: TECNOLOGIE E PRODOTTI

Ricerca e sviluppo

		basso	medio-basso	medio	medio-alto	alto
1	Qual è la rilevanza dell'attività di Ricerca e Sviluppo nell'attività aziendale?	<input type="checkbox"/>				
	MAGGIORI DETTAGLI	risposta aperta (numero)				
2	Qual è la quota media di investimenti in Ricerca e Sviluppo in termini di % sul fatturato nell'ultimo triennio? (es. 5% = 5)	risposta aperta (numero)				
3	Qual è il grado di rotazione (turnover) dei ricercatori presenti in azienda?	<input type="checkbox"/>				
	MAGGIORI DETTAGLI	risposta aperta (numero)				
4	Qual è il livello di dipendenza da inventori?	<input type="checkbox"/>				
	MAGGIORI DETTAGLI	risposta aperta (numero)				

©Politecnico di Torino & ICM Research Srl, 2014 All Rights Reserved

Il servizio sviluppato – Il questionario

AREA 1: TECNOLOGIE E PRODOTTI

Know-how: le conoscenze e le abilità operative necessarie per svolgere una determinata attività lavorativa.

		basso	medio-basso	medio	medio-alto	alto
17	Qual è l'impatto nell'attività aziendale del <i>know-how tecnologico</i> ?	<input type="checkbox"/>				

Segreto industriale: insieme di informazioni che vengono protette in modo da rimanere sconosciute all'esterno dell'organizzazione, che ne ha dunque la proprietà esclusiva. Es. **composizione della Coca Cola**

		basso	medio-basso	medio	medio-alto	alto
18	In che misura l'azienda utilizza il segreto industriale?	<input type="checkbox"/>				

Il servizio sviluppato – Il questionario

AREA 2: CAPITALE UMANO

		risposta aperta (numero FTE)				
1	Qual è il numero totale di addetti impiegati in azienda (in termini di FTE)?					
2	Da quanti anni le risorse sono presenti in azienda?	n° <5 anni	n° 5-10 anni	n° >10 anni		
		MAGGIORI DETTAGLI				
		risposta aperta (numero addetti)				
3	Quanti sono gli addetti con titolo di studio pari o superiore alla laurea?					
4	Qual è il grado di specializzazione richiesto agli addetti in azienda?	basso	medio-basso	medio	medio-alto	alto
		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5	Quanto è strutturata l'attività di formazione interna delle risorse?	basso	medio-basso	medio	medio-alto	alto
		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

©Politecnico di Torino & ICM Research Srl, 2014 All Rights Reserved

Il servizio sviluppato – Il questionario

AREA 3: CAPITALE RELAZIONALE (Clienti)

		basso	medio-basso	medio	medio-alto	alto
1	Qual è il grado di dipendenza del fatturato aziendale da pochi grandi clienti?	<input type="checkbox"/>				
	MAGGIORI DETTAGLI					
2	Qual è il grado di longevità medio delle relazioni con i clienti?	<input type="checkbox"/>				
	MAGGIORI DETTAGLI					
3	Qual è il livello di fedeltà medio dei clienti?	<input type="checkbox"/>				
	MAGGIORI DETTAGLI					
4	Qual è l'importanza strategica dei contratti in essere con i clienti nell'attività aziendale?	<input type="checkbox"/>				
	MAGGIORI DETTAGLI					
5	Qual è il livello di reputazione di cui l'azienda gode nei confronti dei clienti?	<input type="checkbox"/>				
	MAGGIORI DETTAGLI					

Il servizio sviluppato – Il questionario

AREA 3: CAPITALE RELAZIONALE (Partnership)

		basso	medio-basso	medio	medio-alto	alto
1	Qual è l'impatto delle collaborazioni/partnership esterne nell'attività aziendale?	<input type="checkbox"/>				
MAGGIORI DETTAGLI						
		Ricerca	Sviluppo Prodotto	Commercia-lizzazione		
2	In che fase del ciclo di vita del prodotto vengono, prevalentemente, sviluppate collaborazioni? (massimo due opzioni)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
		PMI	Grandi Imprese	Università	Centri Ricerca	Altro
3	Con quali <i>partner</i> sono state avviate in prevalenza collaborazioni negli ultimi 3 anni? (massimo tre opzioni)	<input type="checkbox"/>				
		basso	medio-basso	medio	medio-alto	alto
4	In che misura le partnership permettono all'azienda di raggiungere nuovi segmenti di mercato o nuovi mercati?	<input type="checkbox"/>				
MAGGIORI DETTAGLI						
		basso	medio-basso	medio	medio-alto	alto
5	Qual è il grado delle formalizzazione di collaborazioni in essere? (strutturato = alto/ sulla parola = basso)	<input type="checkbox"/>				
MAGGIORI DETTAGLI						

©Politecnico di Torino & ICM Research Srl, 2014 All Rights Reserved

Il servizio sviluppato – Il questionario

AREA 4: CAPITALE ORGANIZZATIVO

©Politecnico di Torino & ICM Research Srl, 2014 All Rights Reserved

		basso	medio-basso	medio	medio-alto	alto
1	Qual è il grado di formalizzazione delle procedure?	<input type="checkbox"/>				
	MAGGIORI DETTAGLI					
2	Qual è il grado di automazione dei processi?	<input type="checkbox"/>				
	MAGGIORI DETTAGLI					
3	Qual è il livello di codifica del <i>know-how</i> presente in azienda?	<input type="checkbox"/>				
	MAGGIORI DETTAGLI					
4	Qual è l'impatto nell'attività aziendale delle certificazioni ottenute dall'azienda?	Certificazioni				
		basso	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
		medio-basso	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
		medio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
		medio-alto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
		alto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
MAGGIORI DETTAGLI						

Il servizio sviluppato – Il questionario

AREA 5: ASSET DI MARKETING

		risposta aperta (numero)				
1	Quanti marchi possiede l'azienda?					
		risposta aperta (numero anni)				
2	Qual è la longevità media del portafoglio marchi dell'azienda?					
MAGGIORI DETTAGLI						
		n° ITA	n° EU	n° Mondo		
3	Marchi in ITA? In Europa? Nel Mondo?					
MAGGIORI DETTAGLI						
		basso	medio-basso	medio	medio-alto	alto
4	Qual è l'importanza del portafoglio marchi nell'attività aziendale?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
MAGGIORI DETTAGLI						
		basso	medio-basso	medio	medio-alto	alto
5	Qual è il livello di notorietà del portafoglio marchi aziendale?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Il servizio sviluppato – Il questionario

IL SUPPORTO TECNICO DURANTE LA COMPILAZIONE

©Politecnico di Torino & ICM Research Srl, 2014 All Rights Reserved

		basso	medio-basso	medio	medio-alto	alto
1	Qual è il grado di dipendenza del fatturato aziendale da pochi grandi clienti?	<input type="checkbox"/>				
	MAGGIORI DETTAGLI					
2	Qual è il grado di longevità medio delle relazioni con i clienti?	<input type="checkbox"/>				
	MAGGIORI DETTAGLI					
	Un elevato grado di longevità indica relazioni durature e consolidate con i clienti					
3	Qual è il livello di fedeltà medio dei clienti?	<input type="checkbox"/>				

2	Qual è il grado di longevità medio delle relazioni con i clienti?
	MAGGIORI DETTAGLI
	Un elevato grado di longevità indica relazioni durature e consolidate con i clienti

Il servizio sviluppato – Il questionario

IL SUPPORTO TECNICO DURANTE LA COMPILAZIONE

©Politecnico di Torino & ICM Research Srl, 2014 All Rights Reserved

		basso	medio-basso	medio	medio-alto	alto
7	Con quale frequenza vengono intraprese iniziative volte al miglioramento della produttività degli addetti in azienda?	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8	Qual è il grado di rotazione (turnover) degli addetti presenti in azienda?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
MAGGIORI DETTAGLI						
9	Quanto è strutturato il processo di controllo delle <i>performance</i> del <i>management</i> ?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

E' possibile inserire una sola risposta per ogni domanda. Si prega di verificare

La risposta non è stata inserita. Si prega di verificare

basso	medio-basso	medio	medio-alto	alto
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

E' possibile inserire una sola risposta per ogni domanda. Si prega di verificare

basso	medio-basso	medio	medio-alto	alto
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

La risposta non è stata inserita. Si prega di verificare

basso	medio-basso	medio	medio-alto	alto
<input type="checkbox"/>				

Il servizio sviluppato – I risultati

RAPPORTO SINTETICO DI VALUTAZIONE DEL PATRIMONIO IMMATERIALE

©Politecnico di Torino & ICM Research Srl, 2014 All Rights Reserved

Valorizzazione economico-finanziaria degli asset intangibili delle imprese come leva di sviluppo e di accesso al credito

Rapporto di sintesi

ICM Research
ICM ADVISORS EQUITY RESEARCH

IP FINANCE INSTITUTE

Indicatore di struttura del portafoglio immateriale

Indicatore di struttura 2,97

Tecnologie e prodotti

Tecnologie e Prodotti 3,5

Portafoglio asset immateriali

Il portafoglio degli asset immateriali di ha riportato un risultato complessivo pari a 3,01

Prodotti ha riportato il risultato più importante (3,52)

Organizzativo costituisce l'area con il punteggio inferiore (1,25)

L'impatto del portafoglio tecnologico nel settore di riferimento è auspicabile un'alta valutazione/valorizzazione del portafoglio tecnologico aziendale



IP FINANCE INSTITUTE

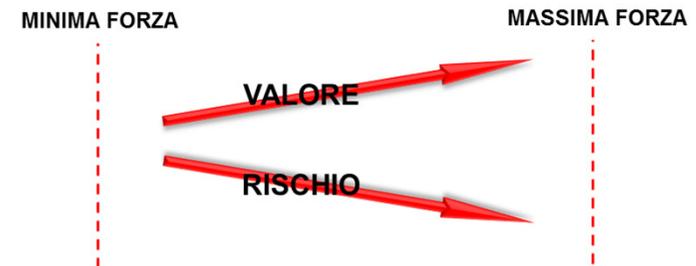
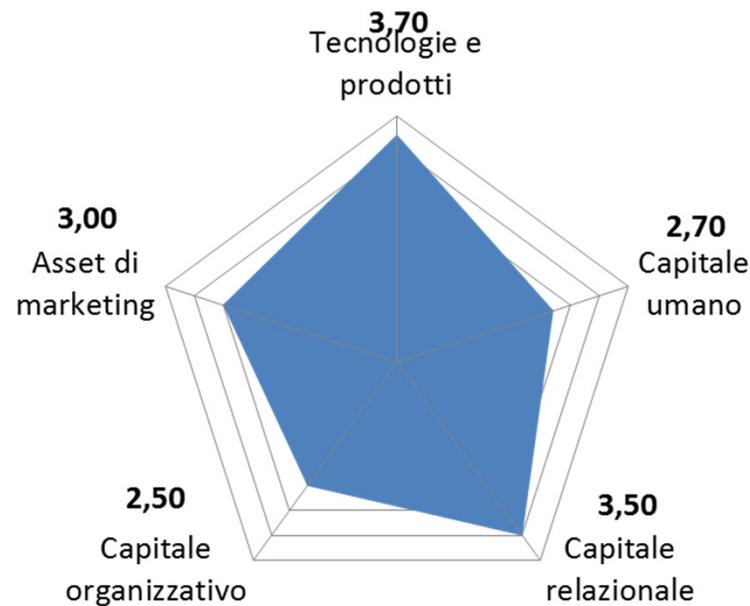
IP FINANCE INSTITUTE

IP FINANCE INSTITUTE

Il servizio sviluppato – I risultati

1

INDICATORE DI SINTESI DEL PORTAFOGLIO IMMATERIALE AZIENDALE

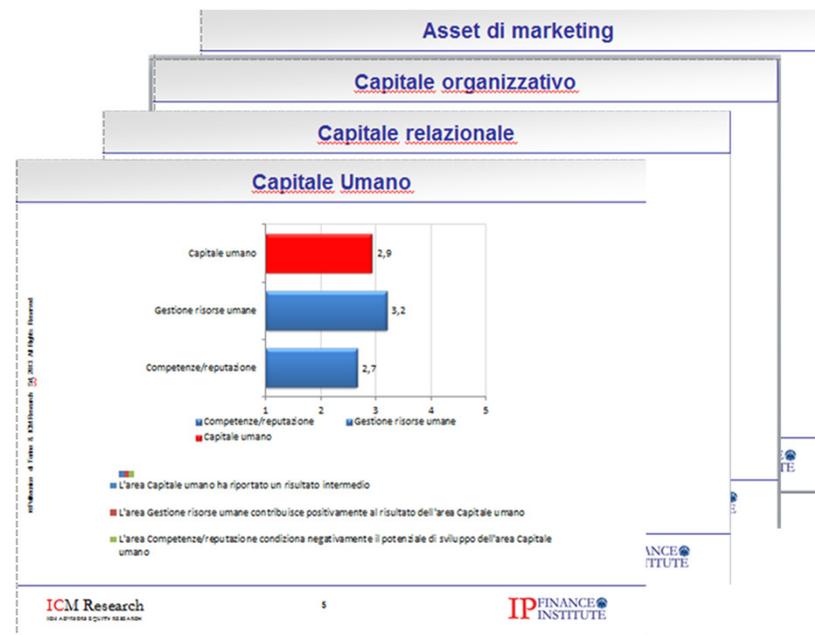
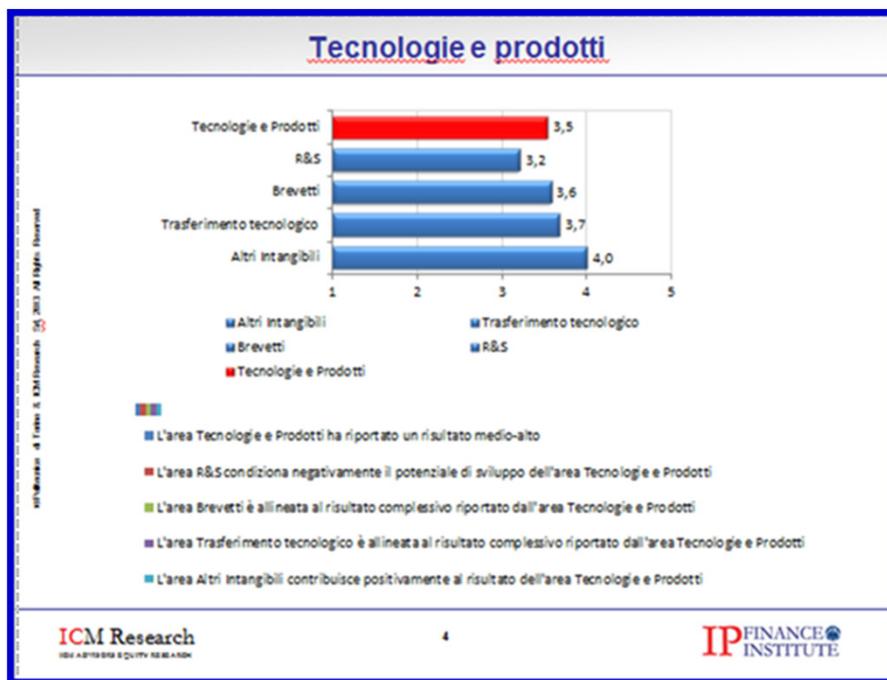


Indicatore di sintesi che esplicita le **aree di forza e debolezza** del portafoglio immateriale aziendale

Il servizio sviluppato – I risultati

2

DETTAGLIO PER OGNUNA DELLE 5 AREE DI INTANGIBILI

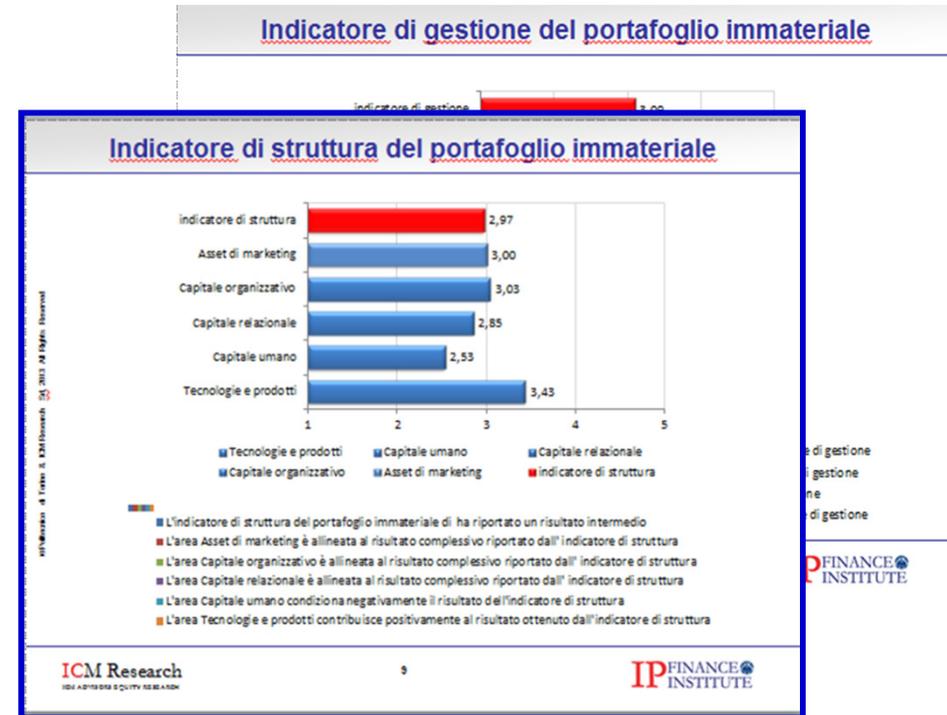
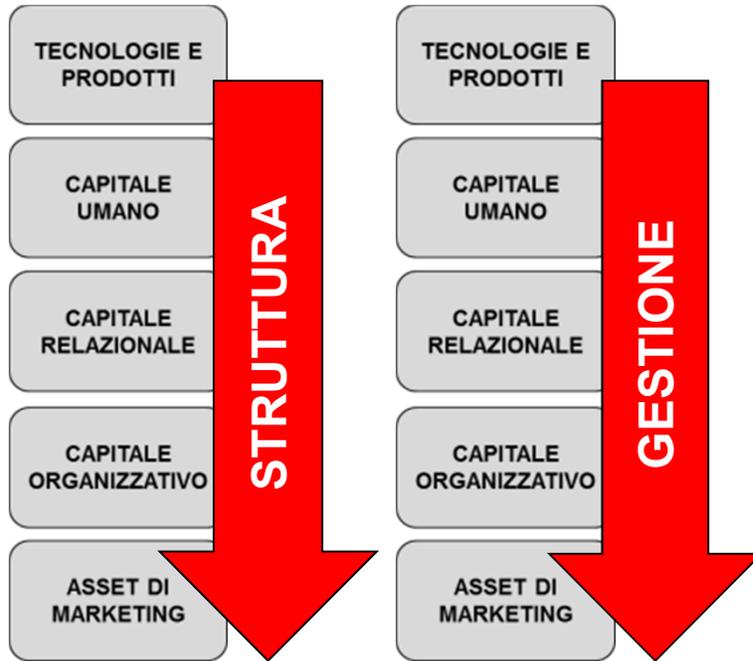


Dettaglio per ogni area di intangibile che esplicita **elementi di forza e debolezza che determinano il risultato complessivo**

Il servizio sviluppato – I risultati

3

INDICATORI DI STRUTTURA E GESTIONE



Il portafoglio immateriale viene analizzato trasversalmente alle 5 aree sotto il profilo della struttura e della gestione

Dal concept all'implementazione del servizio



©Politecnico di Torino & ICM Research Srl, 2014 All Rights Reserved

La fase di testing (**3 aziende dei settori orafo, tessile e meccatronica**) ha permesso di:

- verificare la sfruttabilità dei risultati da parte dell'azienda
- migliorare il modello



ICM Research Srl

Via Giovanni Prati, 3
10121 **Torino** – Italy
Phone: +39 011 4546399
Fax: +39 011 4542416