

TRIBUNALE DI TREVISO  
SEZIONE FALLIMENTARE  
FALLIMENTO N. 30/2022

RELAZIONE DI STIMA DEL VALORE ECONOMICO DEI MARCHI  
DI PROPRIETA' DELLA SOCIETA'

## INDICE

§ 1 – PREMESSE .....	pag.	3
1.1 – Natura ed oggetto dell’incarico .....	pag.	3
1.2 – I dati e la documentazione utilizzata .....	pag.	4
1.3 – L’oggetto della stima.....	pag.	4
1.4 – La data di riferimento della stima.....	pag.	4
§ 2 – PROFILO STORICO E BREVE RAPPRESENTAZIONE ECONOMICA .....	pag.	4
§ 3 – LA SCELTA DEL METODO DI VALUTAZIONE .....	pag.	6
3.1 – In generale .....	pag.	6
3.2 – Il metodo applicato .....	pag.	6
§ 4 – IL VALORE DEI MARCHI .....	pag.	10

## § 1 PREMESSE

### 1.1 – Natura ed oggetto dell'incarico

È stato conferito alla scrivente, dott.ssa Sonia Bettiol, iscritta all'Albo dei Dottori Commercialisti e degli Esperti Contabili di Treviso al n. A900, l'incarico di redigere una relazione di stima del valore economico dei marchi di proprietà della società

\_\_\_\_\_, dichiarata fallita dal Tribunale di Treviso in data 03.05.2022, con sentenza n. 31/2022, di seguito anche "Società".

La presente relazione di stima ha la finalità di supportare la valorizzazione dell'attivo della procedura al fine di poter individuare un valore di realizzo dei marchi destinati alla cessione.

Si ricorda che la vendita dovrà essere posta in essere con le modalità di cui all'art. 107 l. fall., il quale prevede che le vendite e gli altri atti di liquidazione, posti in essere in esecuzione del programma ex art. 104-ter l. fall., siano effettuate dal curatore tramite procedure competitive sulla base di stime effettuate da parte di operatori esperti.

La presente relazione di stima costituisce adempimento all'incarico affidato e non è destinata ad essere utilizzata per altri scopi se non quanto descritto nel presente paragrafo; non si assume pertanto alcuna responsabilità in relazione ad altri scopi o nei confronti di altri soggetti, a parte il Curatore.

La stima fa riferimento alla documentazione, dati e informazioni raccolti nel corso dell'esame alla data di sottoscrizione della presente Relazione e si basa sul presupposto che non siano intervenuti fatti straordinari dei quali non si è avuta conoscenza, tali da significatamente alterare la qualità delle conclusioni raggiunte, e che i dati gestionali forniti e/o esposti nei bilanci siano corretti e veritieri.

Scopo del presente paragrafo è pertanto quello di indicare i criteri, le condizioni e le limitazioni seguiti in relazione alle finalità dell'incarico ricevuto, secondo le norme applicabili nella preparazione di rapporti di valutazione (*Business Valuation Standards*); a tal riguardo si premette:

- A) *quanto all'indipendenza* – la sottoscritta non ha alcun interesse alla stima, o vi sono altre posizioni di conflitto, che possono metterne in dubbio l'indipendenza e l'obiettività;
- B) *quanto allo scopo e all'uso della Stima* – la presente relazione, come detto, ha lo scopo di fornire un supporto in ordine alla vendita dei marchi da parte della curatela, per il tramite della procedura competitiva ex art. 107 l. fall., onde poter massimizzare il realizzo dell'attivo a vantaggio dell'intera massa dei creditori;
- C) *quanto alla validità della Stima* – la presente stima è valida solo in relazione ai dati ottenuti ed utilizzati e agli scopi come sopra stabiliti, che implicano un approccio prudenziale. La stessa, pertanto, non potrà rappresentare finalità diverse fuori da detto contesto e da quelle sopra enunciate, né potrà rappresentare, in nessun modo, attestazioni o conferme dei dati forniti alla scrivente. Le conclusioni esposte nella presente relazione sono basate sul complesso delle valutazioni in essa contenute e pertanto nessuna parte della stessa potrà essere utilizzata disgiuntamente dal documento nella sua interezza.

La presente Relazione, supportata da elementi probativi, è quindi finalizzata all'ottenimento di un ragionevole conforto che l'inevitabile discrezionalità della stima si è mantenuta nei limiti consentiti dalla tecnica per prassi riconosciuta.

La sottoscritta dichiara infine di essere domiciliato presso il proprio studio in Treviso

(Treviso), Via Santa Margherita n. 46 (tel. 04221868511 – e-mail sonia.bettiol@cbbassociati.com – pec sb@odcctv.legalmail.it).

### 1.2 – I dati e la documentazione analizzata

La presente stima si basa su dati ed informazioni forniti dal Curatore, nonché su dati aziendali relativi al periodo antecedente l'apertura della Procedura, rappresentati principalmente da:

- visura storica della Società;
- estratto della sentenza di fallimento del 03.05.2022;
- status dei marchi e brevetti intestati alla Società rilasciato dalla società GLP Srl datata 28.11.22;
- certificato di rinnovo del marchio "Alibert"® per il territorio del Canada avvenuta a febbraio 2023;
- bilanci d'esercizio e situazioni contabili dal 2017 al 2021;
- situazione contabile 31.05.2022.

Sono stati inoltre utilizzati elementi contabili ed extracontabili, di mercato (MEF, indici banca dati Damodarand, ecc.) e statistici, nonché altre informazioni ritenute utili ai fini dell'incarico.

### 1.3 – L'oggetto della stima

La società di consulenza sui marchi (GLP Srl) ha trasmesso al curatore un riepilogo delle proprietà industriali ed intellettuali della Società, con il dettaglio della classe di appartenenza, del paese di registrazione e della data di prossimo rinnovo. La procedura ha altresì provveduto a rinnovare il marchio per il mercato Canadese.

Dalla relazione si evince che la società è titolare del marchio "Alibert"® in tutte le sue diverse raffigurazioni, e dei marchi "Antichi Pastai di Bologna"® e "Tuttigiorni"®. Nell'allegato alla presente (doc. 1) sono riportati i riferimenti dei marchi registrati con relative scadenze.

Si ricorda che il trasferimento nell'ambito della procedura fallimentare interviene nello stato di fatto e di diritto in cui il bene (nella fattispecie i marchi) si trovano pertanto il potenziale acquirente dovrà considerare anche i costi da sostenere per procedere alla trascrizione della nuova titolarità.

Si rappresenta inoltre che non vi è evidenza del fatturato a marchio "Antichi Pastai di Bologna"® e "Tuttigiorni"® pertanto non risulta possibile una valutazione degli stessi, se non nei limiti del costo per la registrazione dei marchi medesimi.

Per quanto concerne l'attività di ricerca e sviluppo per la realizzazione dei prodotti contrassegnati dai marchi, va segnalato che nessuna documentazione è stata prodotta.

### 1.4 – La data di riferimento della stima

La liquidazione giudiziale della società è stata dichiarata a maggio 2022, pertanto ai fini della presente si prende a riferimento la data del 31.12.21, pur con i limiti informativi di seguito esposti.

## § 2

### PROFILO STORICO

#### E BREVE RAPPRESENTAZIONE ECONOMICA

La Società era attiva nella produzione di pasta ripiena, pasta secca e pasta fresca, avvalendosi dell'unità produttiva in ... tramite la controllata ... per soddisfare la richiesta del mercato. La produzione aveva ad oggetto in minima parte prodotti a marchio Alibert®, non superando in media

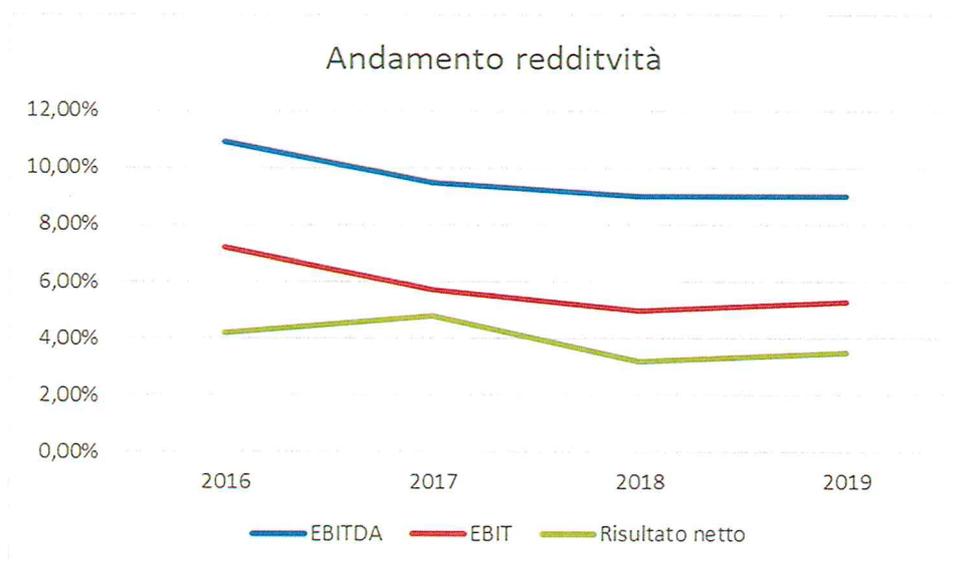
nel periodo di analisi 2017-2021, il 13%. La più parte del prodotto era quindi realizzata per conto terzi (es: catene di supermercati).

L'azienda è stata acquisita nel 2017 da una procedura concordataria, risultando pertanto la storia della società relativamente recente e conseguente alla prosecuzione di una attività avviata da tempo. Il ramo d'azienda acquistato comprendeva infatti attrezzature, arredi, impianti ed immobili ove era svolta l'attività oltre a proseguire nei contratti di lavoro in essere ed a subentrare nelle licenze e nei permessi produttivi.

Nel medesimo atto venivano trasferiti altresì i marchi, brevetti ed i segni distintivi.

Il marchio e la produzione dei tortellini in particolare erano noti nel territorio da oltre quarant'anni, operando in un mercato, quello della pasta, che ha visto periodi di crisi, con margini assai contenuti, che hanno penalizzato le aziende produttrici.

Le aziende che operano nel comparto della pasta hanno visto nel corso del quadriennio 2016-2019 un andamento decrescente della redditività, rispetto all'anno 2016 (vedasi fra le altre banca dati Euler Hermes).



Nel settore è atteso un trend di crescita per l'Italia fino ai 130 miliardi entro il 2024, valore pari a un CAGR del 5.8% (rispetto al 2021). Guardando ai consumi a livello mondiale del 2021, si tratta di un mercato che vale 130 miliardi di euro con previsioni di crescita che raggiungeranno nel 2024 i 139 miliardi di euro e un CAGR al + 2.2%. Il settore italiano della pasta conta 120 imprese e 10.200 addetti (escluso l'indotto); la produzione si aggira intorno a 3,6 milioni di tonnellate annue e 2,2 milioni sono destinate all'esportazione in 200 paesi. Secondo elaborazioni di Unione Italiana Food, sono aumentati i Paesi destinatari (oggi quasi 200, +42%) ed è più che raddoppiata la quota export, il cui 70% è destinato all'Europa. Germania, Francia, Usa, Giappone, Regno Unito sono i mercati più importanti, ma la voglia di pasta italiana registra crescite superiori al 40% verso Colombia, Paesi Bassi, Arabia Saudita.

Il settore della pasta è per l'Italia un settore in salute caratterizzato da un fatturato medio oscillante su valori elevati e una marginalità che ha conseguito proprio nel 2020 uno dei suoi migliori risultati. L'aumento del prezzo del grano e del costo del gas ed energia, portano ad appesantire i costi del settore e quindi a ridurre la redditività.

## LA SCELTA DEL METODO DI VALUTAZIONE

### 3.1 – In Generale

La creazione di un marchio da parte di un'azienda è un procedimento lungo e oneroso che va dalla creazione e registrazione fino alla sua pubblicazione, utilizzo e affermazione sul mercato.

Questo processo normalmente richiede tempi lunghi e investimenti importanti, sia finanziari che in termini di risorse. Dal punto di vista economico, essendo un segno grafico, il marchio rappresenta una entità priva di un valore in sé, se non è conosciuto dai consumatori.

Il reale valore di un marchio infatti è determinato unicamente dal suo accreditamento sul mercato, ossia dal positivo apprezzamento dei consumatori riguardo alle caratteristiche dei prodotti ad esso legati e da questo contrassegnati: in pratica, dal livello di accettazione di tali prodotti da parte del mercato e quindi dalla loro capacità di vendita.

A conferma di quanto sopra enunciato, i dati empirici dimostrano che un marchio, in quanto fattore produttivo che concorre alla formazione del reddito aziendale, è destinato a incrementare il suo valore nel tempo in funzione della sua notorietà e apprezzamento presso i consumatori, salendo a livelli di gran lunga superiori ai costi sostenuti per la sua creazione.

La tendenza attuale in materia di valutazione dei marchi è quella di far prevalere la componente intangibile del segno distintivo attribuendoli un valore direttamente correlato alla capacità di vendita.

L'elemento fondamentale del valore di un marchio è la sua capacità di produrre reddito, nella pratica, per contro, la determinazione di tale capacità presenta difficoltà oggettive e nella valutazione spesso intervengono fattori del tutto slegati dal conto economico.

Si può tranquillamente affermare che non esiste un metodo di valutazione dei marchi universalmente riconosciuto, in dipendenza di fattori quali la variegata possibilità di reperire le informazioni, l'aleatorietà dei mercati e le specifiche situazioni che caratterizzano ogni realtà economica.

Pertanto la scelta del metodo di valutazione va attentamente ponderata analizzando, caso per caso, la realtà aziendale in quel momento, la sua specifica situazione e le sue prospettive future.

Di solito i criteri generalmente utilizzati per la valorizzazione di un marchio sono i seguenti:

- Attualizzazione dei redditi differenziali attesi;
- Determinazione del costo sostenuto;
- Determinazione del costo di riproduzione;
- Metodo dei tassi di royalties;
- Valorizzazione delle quote di mercato;
- Benchmark con aziende/marchi del settore.

Tutto questo è naturalmente valido nel contesto di aziende in funzionamento, in particolare se i risultati sono positivi e se le aziende operano su scenari vasti o molto vasti, con una visibilità unanimemente riconosciuta.

Altro discorso deve essere effettuato se la società proprietaria del marchio non è operativa.

### 3.2 – Il metodo applicato

Per la determinazione del valore economico dei marchi "Alibert"® nelle sue diverse raffigurazioni e declinazioni la scrivente ha scelto di utilizzare il metodo dei tassi di

royalties.

La scelta è strettamente correlata alla tipologia del prodotto e dal fatto che altri metodi, quali il costo storico o di riproduzione, sono difficilmente applicabili ad un'azienda oggi in fallimento.

Tale metodo si sostanzia nell'attualizzazione per un tempo giudicato congruo dei flussi di royalties che il mercato sarebbe disposto a corrispondere al proprietario del marchio per acquisirne in licenza il diritto di godimento.

Per determinare il valore economico del marchio si è reso pertanto necessario quantificare i seguenti valori:

- Fatturato medio;
- Misura della royalties;
- Tasso di attualizzazione;
- Periodo di riferimento ovvero vita utile del marchio.

#### Fatturato Medio

Al fine di determinare il valore del marchio "Alibert"®, si è necessariamente preso a riferimento il fatturato medio conseguito dalla società dal 2017 al 2021, individuando la quota parte commercializzata con riferimento al citato marchio e di seguito rappresentata.

ANNO	Fatturato totale	di cui a marchio Alibert	Incidenza
2017	4.500.000	905.146	20,1%
2018	6.500.000	1.320.702	20,3%
2019	4.700.000	936.472	19,9%
2020	5.200.000	1.244.983	23,9%
2021	5.500.000	1.330.594	24,2%

Determinata la media in euro (€ 1.130.594), non è stato ipotizzato alcun tasso di crescita rispetto al fatturato medio, in quanto il potenziale acquirente dovrà sostenere una attività di marketing e di sviluppo di mercato per recuperare ed incrementare la quota di mercato a suo tempo acquisita dalla società in bonis. La stima della potenziale crescita rappresenterebbe oggi un esercizio meramente matematico non supportato da alcun dato concreto.

#### Royalty rate

Aspetto particolarmente delicato riguarda la determinazione del "royalty rate" da applicare al fatturato atteso, poiché, come per tutti i corrispettivi, anche la definizione dei tassi di royalty consegue al processo negoziale che intercorre fra le parti e al potere contrattuale di cui ciascuna dispone; è evidente che mentre il licenziante tende a massimizzare il suo ritorno economico, il licenziatario cercherà di minimizzare l'impegno finanziario.

Nel settore alimentare le royalties oscillano tra l'1% e il 7% del fatturato annuo, maggiore è la notorietà del marchio, maggiore è il tasso riconosciuto.

Nel caso specifico la sottoscritta ha assunto, per la determinazione del tasso di royalty, una percentuale di royalty stabilita in ragione del 2,00%. Tale percentuale deve ritenersi di misura modesta, ma congrua nel caso di specie, in quanto trattasi di prodotti alimentari, destinati al consumatore finale, ma assenti nel mercato da oltre un anno e che non presentano innovazioni né di prodotto, né di packaging, tali da collocarli in un'area preferenziale rispetto ad altri prodotti simili. Detta percentuale viene inoltre mitigata da quanto di seguito esposto.

Al fine di determinare il più probabile valore di liquidazione/realizzo del marchio si ritiene necessario considerare un fattore correttivo che tenga conto dei costi di mantenimento del medesimo (costi per marketing, pubblicità, ecc.) che sosterrà

l'aggiudicatario. I costi di mantenimento dei marchi sostenuti dalla società in bonis, negli esercizi 2017-2021 per i prodotti a marchio Alibert sono in media nell'ordine di euro 13 mila, che incidono nell'ordine del 1,16% sul fatturato medio. Detto importo è stato determinato considerando le spese specifiche indicate nelle situazioni contabili per i prodotti a marchio Alibert e incrementate delle spese di pubblicità generali per un importo pari all'incidenza del fatturato dei prodotti a marchio alibert rispetto al generale.

In merito alla determinazione del tasso di royalty, Helmut Knoppe nel 1967 introdusse la c.d. Knoppe formula:

$$\frac{(\text{profitto del prodotto dato in licenza} * 100)}{(\text{vendite del prodotto dato in licenza} * 3)}$$

Questa formula si basa sul principio amministrativo tedesco secondo cui un manager deve pagare una royalty fintanto che ottiene un profitto operativo appropriato per lo sfruttamento del prodotto avuto in licenza. Per Knoppe la somma ottimale da corrispondere è un tasso royalty che va dal 25% al 33,33% dei profitti del licenziante (proprietario del brand) prima delle tasse.

In ragione della redditività del settore sopra esposta che vede un Ebit variabile fra il 7,2% max ed il 5% min, il tasso del 2% associato alla detrazione dei costi di mantenimento, si ritiene possa rappresentare un tasso in linea con la dottrina aziendale maturata con riferimento alla determinazione del tasso di royalties.

#### Tasso di attualizzazione

Il flusso delle royalties che viene generato applicando il royalty rate al fatturato prospettico deve essere tuttavia attualizzato; a tal fine si tratta di identificare il corretto tasso di attualizzazione (Wacc), riepilogabile in

$$Wacc = K_e \times E/(D+E) + K_d \times (1 - t) \times D/(D+E)$$

Il calcolo del tasso di remunerazione del capitale ( $k_e$ ) è stato determinato secondo la seguente formula

$$k_e = R_f + (R_m - R_f) * \beta_L$$

dove:

$R_f$  è il rendimento corrente degli investimenti a lunga scadenza privi di rischio;

$R_m$  è il rendimento medio del mercato azionario;

$\beta_L$  è il coefficiente di rischio specifico del settore di riferimento, adeguato per il caso di specie.

#### $R_f$ – Tasso privo di rischio

In condizioni di mercato "normali", il tasso privo di rischio viene solitamente assunto per approssimazione pari al rendimento dei titoli di stato a lungo termine, rilevato alla data di riferimento della stima; in Italia è prassi fare riferimento ai rendimenti BTP a 10 anni. Attualmente il mercato dei tassi sta registrando notevoli variazioni nel breve periodo pertanto assumere il tasso attuale del rendimento dei BTP a 10 anni superiore al 4% potrebbe risultare incoerente con le rilevazioni del premio per rischio aziendale rilevato sui mercati azionari. La capitalizzazione di borsa degli ultimi dieci anni: 2013-2022 (non potendo considerare periodi inferiori a causa dell'andamento altalenante della medesima) ha visto un incremento del 10,3% (Borsa Italiana – Main Indicators). Per il medesimo periodo l'andamento dei titoli a reddito fisso (Bot 10 anni) hanno visto una variazione del tasso del 2,68% (passando da un rendimento dell'1,68% nel 2013 al 4,357% nel 2022).

Nella determinazione di detto tasso si è fatto riferimento pertanto ai valori forniti dalla banca dati Market-Risk-Premia, ad agosto il tasso privo di rischio si attestava nella misura del 2,44%

$$R_f = 2,44\%$$

### MRP – Premio per il rischio aziendale

Il *market risk premium* (MRP) è inteso come maggior rendimento atteso dal mercato azionario ( $R_m$ ) rispetto ad un investimento in titoli di debito privi di rischio ( $R_f$ ). In genere viene assunto il rendimento medio di borsa; a tal fine la banca dati Market-Risk-Premia ad agosto 2023 indica un premio per il rischio nella misura del 7,54% e quindi un rendimento complessivo del 9,98%.

Il premio per il rischio è determinato pertanto nella misura del 7,62% (differenza tra rendimento della borsa e variazione del tasso dei titoli privi di rischio).

Di conseguenza, il rendimento atteso totale è pari a

$$\text{MRP} = (R_m + R_f) = (7,54\% + 2,44\%) = 9,98\%$$

### $\beta_L$ - Coefficiente Beta

Il coefficiente Beta è rilevato da banche dati internazionali (cfr. Total Beta, A. Damodaran, gennaio 2023) che individuano per il settore di attività svolto dalla società Alibert 1967 assimilabile a "Food Processing", un beta levered ( $\beta_L$ ) pari a 0,92. Considerato che il dato è elaborato prendendo a riferimento grandi aziende e senza considerare la specificità del caso in esame, è stata aumentata l'elasticità determinando un adeguamento del coefficiente beta aggiustato  $\beta_L$  del 30%. Tenuto conto che l'azienda è relativa ad una società insolvente, si è ritenuto opportuno ponderare ulteriormente il rischio potendo risultare difficile conseguire la redditività attesa e quindi risultando maggiormente elastica rispetto a minime variazioni di mercato.

### $k_e$ - Costo di remunerazione del capitale

Applicando alla formula i parametri come sopra determinati, il costo di remunerazione del capitale proprio ( $k_e$ ) ammonta quindi a:

$$k_e = R_f + (R_m - R_f) * \beta_L$$
$$k_e = 2,44\% + (9,98\% - 2,44\%) * 1,20 = 11,46\%$$

Altro elemento per la determinazione è rappresentato dal tasso di attualizzazione dei sovraredditi; poiché anche le royalties sono comunque soggette a rischio, si ritiene che la loro attualizzazione non possa essere effettuata ad un tasso privo di rischio, perché, in tal modo, si finirebbe per effettuare una sopravvalutazione.

Si è pertanto ritenuto più opportuno attualizzare gli incassi da royalties al tasso medio ponderato del costo del capitale (*wacc*), ovvero il tasso di natura finanziaria, comprensivo delle componenti di rischio, che un'impresa sostiene per finanziare le proprie attività, ricorrendo sia al capitale di terzi (prestiti obbligazionari, debiti bancari, ecc.), sia al capitale di rischio.

L'acquisto del marchio implicherà, verosimilmente, il ricorso all'indebitamento bancario da parte del cessionario per finanziare l'operazione, stimata in misura non superiore ad un terzo del capitale investito. I dati medi del settore (cfr. *Beta by Sector*) vedono un rapporto D/E superiore al 28,86% e quindi con un acquisto finanziato per il 78% da mezzi propri e per il 22% con indebitamento bancario, con un costo del debito (tasso di interesse) del 14,07% (cfr. *Banca d'Italia*, Tassi effettivi globali medi categoria altri finanziamenti – ultimo trimestre 2023) quanto al carico fiscale si è fatto riferimento alle aliquote attualmente vigenti (24% Ires – 3,9% Irap). Sulla base dei dati appena esposti, si è quindi proceduto a determinare il tasso di attualizzazione, secondo la formula del costo medio ponderato del capitale (*wacc*), ottenendo un tasso di attualizzazione pari a 11,29%.

### Vita utile

La vita media dei marchi oscilla nell'ambito valutativo tra i 10 ed i 20 anni. Nella fattispecie sono stati considerati 5 anni contemperando da un lato la storicità del

marchio, che porterebbe a posizionarsi nella parte alta della forchetta valutativa, dall'altro il fatto che il medesimo è stato oggetto di passaggio in diverse procedure concorsuali che hanno inciso anche nell'immagine.

Si aggiunga che da oltre un anno il prodotto non è presente negli scaffali, in un mercato in cui la concorrenza e l'innovazione nel prodotto è costante. Ne consegue che ai fini valutativi si ritiene prudente considerare una vita utile di cinque anni.

#### § 4

#### IL VALORE DEI MARCHI

Considerati gli assunti sopra esposti e di seguito riepilogati:

- fatturato medio nell'ordine di euro 1 milione;
- una royalty media del 2% sui ricavi;
- una rettifica annua alla royalties che contempera le diverse esigenze di chi compra, quali i costi di mantenimento del marchio, ovvero la ridotta forza del marchio stesso in relazione alla particolare condizioni di chi vende e alla specifica natura del bene, individuata nella misura dello 1,16% del fatturato;
- un periodo di vita utile di 5 anni;
- un tasso di attualizzazione wacc, come sopra definito, pari al 11,29%;

si determina il più probabile valore di liquidazione/realizzo del marchio "Alibert"®, nelle diverse raffigurazioni e declinazioni, in euro 35.408.

\*\*\*

Per i marchi "Antichi Pastai di Bologna"®, e "Tuttigiorni"®, non è possibile attribuire un valore superiore a quello di registrazione (indicativamente euro 1.000,00 cadauno) in considerazione di quanto sopra esposto.

\*\*\*

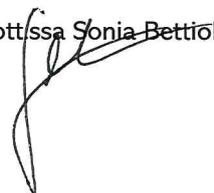
Complessivamente pertanto il più probabile valore di liquidazione dei marchi detenuti dall'azienda viene arrotondato per difetto e determinato in euro 37.000.

\*\*\*

Si rassegna la presente relazione di stima ringraziando per la fiducia accordata, restando a disposizione per ogni chiarimento dovesse necessitare.

Treviso, il 12 Ottobre 2023

dott.ssa Sonia Bettiol



Allegati:

doc.1 – relazione glp e rinnovo marchio in Canada



Viale Europa Unita, 171 - 33100 UDINE  
Telefono 0432.506388 - Fax 0432.507735  
Videoconferenza 0432.287207  
E-mail: [glp@glp.eu](mailto:glp@glp.eu) [www.glp.eu](http://www.glp.eu)

Le nostre sedi

**UDINE – MILANO – BOLOGNA – PERUGIA – ZURIGO – REPUBBLICA DI SAN MARINO**

**Situazione titoli (marchi) al 28/11/2022**

**ALIBERT 1967 SPA**



**ALIBERT 1967 S.P.A. - Situazione al 28/11/2022**

---

**Marchio: ALIBERT**

**Titolo:** ALIBERT  
**REGISTRAZIONE ORIGINARIA:** N.791426 del 04/10/1999, dep. il 07/04/1998 Rif.GLP H1-7856

Rif.cliente:  
**Rif.GLP:** H1-7856R2  
**Nr. domanda:** 791426 **Data deposito:** 06/04/2018  
**Nr. registrazione:** 791426 **Data registrazione:** 09/04/2018  
**Durata anni:** 10 **Data scadenza:** 07/04/2028  
**Stato:** MARCHIO DELL'UNIONE EUROPEA  
**Classi:** 30

**Titolari:** ALIBERT 1967 SRL

**Priorità:** nessuna

---

**Titolo:** ALIBERT  
**REGISTRAZIONE ORIGINARIA:** N.708 874 del 08/02/1999, dep. il 30/12/1998 Rif.GLP H1-8249

Rif.cliente:  
**Rif.GLP:** H1-8249R2  
**Nr. domanda:** 26913/D/2019 **Data deposito:** 06/02/2019  
**Nr. registrazione:** 708874 **Data registrazione:** 08/02/2019  
**Durata anni:** 10 **Data scadenza:** 08/02/2029  
**Stato:** MARCHIO INTERNAZIONALE  
**Classi:** 30

**Titolari:** ALIBERT 1967 S.P.A.

**Priorità:** nessuna

**Diritti multipli:** BG-CH-CU-CZ-HR-HU-LI-MC-PL-RO-RU-SI-SK

---

**Titolo:** ALIBERT  
**REGISTRAZIONE ORIGINARIA:** N.UK00900791426 del 04/10/1999, dep. il 07/04/1998 Rif.GLP L6-3169

Rif.cliente:  
**Rif.GLP:** L6-3169R2  
**Nr. domanda:** UK00900791426 **Data deposito:** 06/04/2018  
**Nr. registrazione:** UK00900791426 **Data registrazione:** 09/04/2018  
**Durata anni:** 10 **Data scadenza:** 07/04/2028  
**Stato:** GB-GRAN BRETAGNA  
**Classi:** 30

**Titolari:** ALIBERT 1967 SRL

**Priorità:** nessuna

---

**ALIBERT 1967 S.P.A. - Situazione al 28/11/2022**

---

**Marchio: ALIBERT (figurativo)**

Titolo: **ALIBERT (figurativo)**

REGISTRAZIONE ORIGINARIA: N.657034 del 22/09/1995, dep. il 05/05/1995 Rif.GLP E1-4042

Rif.cliente:

Rif.GLP: **E1-4042R2**

Nr. domanda: **362015000018438**

Nr. registrazione: **362015000018438**

Durata anni: **10**

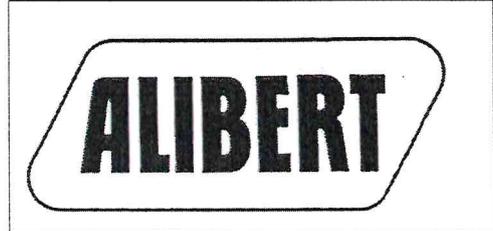
Stato: **IT-ITALIA**

Classi: **30**

Data deposito: **27/05/2015**

Data registrazione: **05/12/2016**

Data scadenza: **05/05/2025**



Titolari: **ALIBERT SRL**

Priorità: **nessuna**

---

Titolo: **ALIBERT (figurativo)**

REGISTRAZIONE ORIGINARIA: N.178.997 del 09/01/1997, dep. il 03/10/1995 Rif.GLP E1-4060

Rif.cliente:

Rif.GLP: **E1-4060R2**

Nr. domanda: **178997**

Nr. registrazione: **178997**

Durata anni: **10**

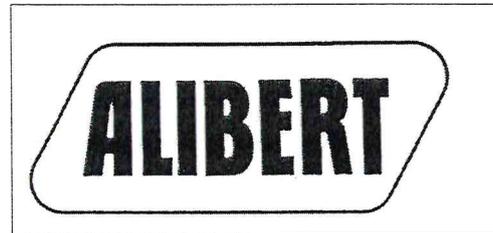
Stato: **NO-NORVEGIA**

Classi: **30**

Data deposito: **07/07/2017**

Data registrazione: **07/07/2017**

Data scadenza: **09/01/2027**



Titolari: **ALIBERT SRL**

Priorità: **nessuna**

---

Titolo: **ALIBERT (figurativo)**

REGISTRAZIONE ORIGINARIA: N.33744 del 01/10/2006, dep. il 24/02/1997 Rif.GLP E1-4063

Rif.cliente:

Rif.GLP: **E1-4063R2**

Nr. domanda: **35847**

Nr. registrazione: **33744**

Durata anni: **10**

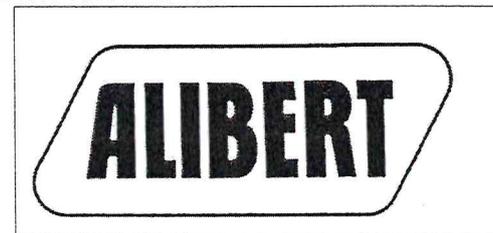
Stato: **KW-KUWAIT**

Classi: **30**

Data deposito: **09/08/2017**

Data registrazione: **09/08/2017**

Data scadenza: **24/02/2027**



Titolari: **ALIBERT SPA**

Priorità: **nessuna**

---



**ALIBERT 1967 S.P.A. - Situazione al 28/11/2022**

**Marchio: ALIBERT (figurativo)**

Titolo: **ALIBERT (figurativo)**

REGISTRAZIONE ORIGINARIA: N.67273 del 04/11/1995, dep. il 04/11/1995 Rif.GLP E1-4064

Rif.cliente:

Rif.GLP: **E1-4064R1**

Nr. domanda: **132373**

Nr. registrazione: **132373**

Durata anni: **15**

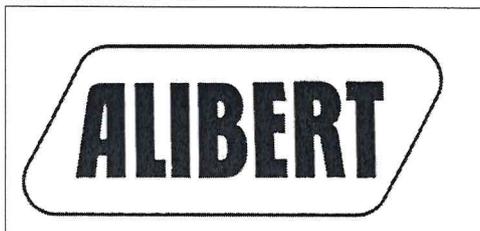
Stato: **LB-LIBANO**

Classi: **30**

Data deposito: **09/12/2010**

Data registrazione: **09/12/2010**

Data scadenza: **04/11/2025**



Titolari: **ALIBERT SPA**

Priorità: **nessuna**

Titolo: **ALIBERT (figurativo)**

REGISTRAZIONE ORIGINARIA: N.2,141,735 del 10/03/1998, dep. il 12/10/1995 Rif.GLP E1-4426

Rif.cliente:

Rif.GLP: **E1-4426R2**

Nr. domanda: **75004425**

Nr. registrazione: **2,141,735**

Durata anni: **10**

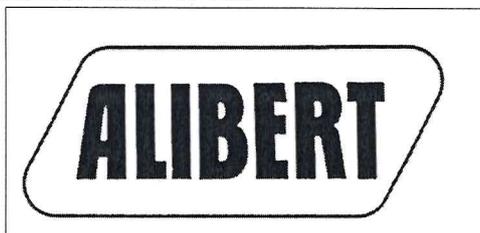
Stato: **US-STATI UNITI**

Classi: **30**

Data deposito: **10/09/2018**

Data registrazione: **10/03/1998**

Data scadenza: **10/03/2028**



Titolari: **ALIBERT 1967 S.P.A.**

Priorità: **IT n. UD95C000100 del 05/05/1995**

**ALIBERT 1967 S.P.A. - Situazione al 28/11/2022**

**Marchio: ALIBERT DAL 1967 (figurativo)**

Titolo: **ALIBERT DAL 1967 (figurativo)**

**REGISTRAZIONE ORIGINARIA: N.T04/17428H del 14/10/2004, dep. il 14/10/2004 Rif.GLP Q2-6706**

Rif.cliente:

Rif.GLP: **Q2-6706R1**

Nr. domanda: **T0417428H**

Nr. registrazione: **T0417428H**

Durata anni: **10**

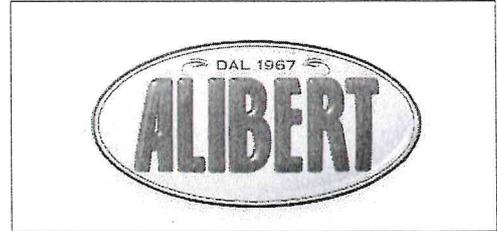
Stato: **SG-SINGAPORE**

Classi: **30**

Data deposito: **14/10/2014**

Data registrazione: **14/10/2014**

Data scadenza: **14/10/2024**



Titolari: **ALIBERT SRL**

Priorità: **nessuna**

Titolo: **ALIBERT DAL 1967 (figurativo)**

Rif.cliente:

Rif.GLP: **R2-7271**

Nr. domanda: **1,245,879**

Nr. registrazione: **TMA707906**

Durata anni: **15**

Stato: **CA-CANADA**

Classi: **30**

Data deposito: **03/02/2005**

Data registrazione: **20/02/2008**

Data scadenza: **20/02/2023**



Titolari: **ALIBERT SPA**

Priorità: **nessuna**

Titolo: **ALIBERT DAL 1967 (figurativo)**

**REGISTRAZIONE ORIGINARIA: N.999899 del 28/03/2006, dep. il 04/05/2005 Rif.GLP R2-7709**

Rif.cliente:

Rif.GLP: **R2-7709R1**

Nr. domanda: **362015000018426**

Nr. registrazione: **362015000018426**

Durata anni: **10**

Stato: **IT-ITALIA**

Classi: **30**

Data deposito: **27/05/2015**

Data registrazione: **05/12/2016**

Data scadenza: **04/05/2025**



Titolari: **ALIBERT SRL**

Priorità: **nessuna**



**ALIBERT 1967 S.P.A. - Situazione al 28/11/2022**

**Marchio: ALIBERT DAL 1967 (figurativo)**

Titolo: **ALIBERT DAL 1967 (figurativo)**

REGISTRAZIONE ORIGINARIA: N.889703 del 28/03/2006, dep. il 16/09/2005 Rif.GLP R2-8169

Rif.cliente:

Rif.GLP: **R2-8169R1**

Nr. domanda: **26911/D/2016**

Data deposito: **29/03/2016**

Nr. registrazione: **889703**

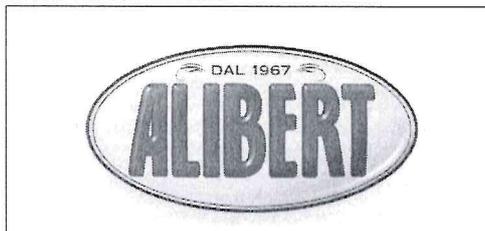
Data registrazione: **28/03/2016**

Durata anni: **10**

Data scadenza: **28/03/2026**

Stato: **MARCHIO INTERNAZIONALE**

Classi: **30**



Titolari: **ALIBERT SPA**

Priorità: **nessuna**

Diritti multipli: **CH-EM-LI-MC-RU(\*)**

Note: **RU: disclaimer per la dicitura "DAL 1967" in seguito a rifiuto provvisorio**

Titolo: **ALIBERT DAL 1967 (figurativo)**

REGISTRAZIONE ORIGINARIA: N.UK00800889703 del 28/03/2006, dep. il 16/09/2005 Rif.GLP M6-5448

Rif.cliente:

Rif.GLP: **M6-5448R1**

Nr. domanda: **UK0080026911/D/2016**

Data deposito: **29/03/2016**

Nr. registrazione: **UK00800889703**

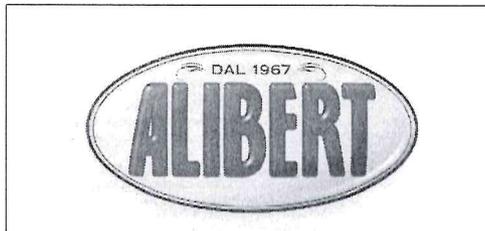
Data registrazione: **28/03/2016**

Durata anni: **10**

Data scadenza: **28/03/2026**

Stato: **GB-GRAN BRETAGNA**

Classi: **30**



Titolari: **ALIBERT SPA**

Priorità: **nessuna**

**ALIBERT 1967 S.P.A. - Situazione al 28/11/2022**

---

**Marchio: ANTICHI PASTAI DI BOLOGNA (figurativo)**

Titolo: **ANTICHI PASTAI DI BOLOGNA (figurativo)**  
Rif. cliente:  
Rif. GLP: **M6-5568**  
Nr. domanda: **SM-M-2021-00036** Data deposito: **15/03/2021**  
Nr. registrazione: **SM-M-202100036** Data registrazione: **12/05/2022**  
Durata anni: **10** Data scadenza: **15/03/2031**  
Stato: **SM-SAN MARINO**  
Classi: **30**  
  
Titolari: **ALIBERT 1967 S.P.A.**  
  
Priorità: **nessuna**



**ALIBERT 1967 S.P.A. - Situazione al 28/11/2022**

**Marchio: TUTTIGIORNI (figurativo)**

Titolo: **TUTTIGIORNI (figurativo)**

REGISTRAZIONE ORIGINARIA: N.1171141 del 12/02/2009, dep. il 30/06/2005 Rif.GLP R2-7941

Rif. cliente:

Rif.GLP: **R2-7941R1**

Nr. domanda: **362015000018461**

Nr. registrazione: **362015000018461**

Durata anni: **10**

Stato: **IT-ITALIA**

Classi: **30**

Data deposito: **27/05/2015**

Data registrazione: **05/12/2016**

Data scadenza: **30/06/2025**



Titolari: **ALIBERT SRL**

Priorità: **nessuna**

## LISTA STATI MARCHIO INTERNAZIONALE

<b>AF</b> Afghanistan	<b>EE</b> Estonia	<b>LA</b> Lao People's	<b>RS</b> Serbia
<b>AG</b> Antigua and Barbuda	<b>EG</b> Egypt	Democratic Republic	<b>RU</b> Russian Federation
<b>AL</b> Albania	<b>EM</b> European Union	<b>LI</b> Liechtenstein	<b>RW</b> Rwanda
<b>AM</b> Armenia	<b>ES</b> Spain	<b>LR</b> Liberia	<b>SD</b> Sudan
<b>AT</b> Austria	<b>FI</b> Finland	<b>LS</b> Lesotho	<b>SE</b> Sweden
<b>AU</b> Australia	<b>FR</b> France	<b>LT</b> Lithuania	<b>SG</b> Singapore
<b>AZ</b> Azerbaijan	<b>GB</b> United Kingdom	<b>LV</b> Latvia	<b>SI</b> Slovenia
<b>BA</b> Bosnia and Herzegovina	<b>GE</b> Georgia	<b>MA</b> Morocco	<b>SK</b> Slovakia
<b>BG</b> Bulgaria	<b>GH</b> Ghana	<b>MC</b> Monaco	<b>SL</b> Sierra Leone
<b>BH</b> Bahrain	<b>GM</b> Gambia	<b>MD</b> Republic of Moldova	<b>SM</b> San Marino
<b>BN</b> Brunei Darussalam	<b>GR</b> Greece	<b>ME</b> Montenegro	<b>ST</b> Sao Tome and Principe
<b>BQ</b> Bonaire, Saint Eustatius and Saba	<b>HR</b> Croatia	<b>MG</b> Madagascar	<b>SX</b> Sint Maarten (Dutch part)
<b>BR</b> Brazil	<b>HU</b> Hungary	<b>MK</b> North Macedonia	<b>SY</b> Syrian Arab Republic
<b>BT</b> Bhutan	<b>ID</b> Indonesia	<b>MN</b> Mongolia	<b>SZ</b> Eswatini
<b>BW</b> Botswana	<b>IE</b> Ireland	<b>MW</b> Malawi	<b>TH</b> Thailand
<b>BX</b> Benelux	<b>IL</b> Israel	<b>MX</b> Mexico	<b>TJ</b> Tajikistan
<b>BY</b> Belarus	<b>IN</b> India	<b>MY</b> Malaysia	<b>TM</b> Turkmenistan
<b>CA</b> Canada	<b>IR</b> Iran (Islamic Republic of)	<b>MZ</b> Mozambique	<b>TN</b> Tunisia
<b>CH</b> Switzerland	<b>IS</b> Iceland	<b>NA</b> Namibia	<b>TR</b> Turkey
<b>CN</b> China	<b>IT</b> Italy	<b>NO</b> Norway	<b>UA</b> Ukraine
<b>CO</b> Colombia	<b>JP</b> Japan	<b>NZ</b> New Zealand	<b>US</b> United States of America
<b>CU</b> Cuba	<b>KE</b> Kenya	<b>OA</b> African Intellectual Property Organization (OAPI)	<b>UZ</b> Uzbekistan
<b>CW</b> Curacao	<b>KG</b> Kyrgyzstan	<b>OM</b> Oman	<b>VN</b> Viet Nam
<b>CY</b> Cyprus	<b>KH</b> Cambodia	<b>PH</b> Philippines	<b>WS</b> Samoa
<b>CZ</b> Czech Republic	<b>KP</b> Democratic People's Republic of Korea	<b>PL</b> Poland	<b>ZM</b> Zambia
<b>DE</b> Germany	<b>KZ</b> Kazakhstan	<b>PT</b> Portugal	<b>ZW</b> Zimbabwe
<b>DK</b> Denmark		<b>RO</b> Romania	
<b>DZ</b> Algeria			





GLP attua ogni ragionevole sforzo per garantire che le informazioni di cui al presente documento siano aggiornate ed esenti da errori, inesattezze e omissioni. Ciò nonostante, per la natura stessa di dette informazioni e per il fatto che sono soggette a convenzioni internazionali e a leggi nazionali che possono essere modificate anche nel periodo di redazione e/o di consultazione del presente documento, GLP non può fornire alcuna garanzia in merito all'affidabilità e all'esattezza delle informazioni riportate.

GLP declina pertanto ogni e qualsivoglia responsabilità, senza alcuna limitazione, per qualsiasi danno, diretto, indiretto, incidentale e consequenziale all'uso, proprio o improprio delle informazioni contenute in questo documento.

GLP declina altresì ogni responsabilità per qualunque modifica apportata da terzi senza la sua preventiva autorizzazione scritta.



# Marque de commerce / Trademark

CERTIFICAT DE RENOUVELLEMENT / CERTIFICATE OF RENEWAL

LMC  
TMA **707,906**  
**Numéro d'enregistrement**  
**Registration number**

Numéro de la demande / Application number  
1245879

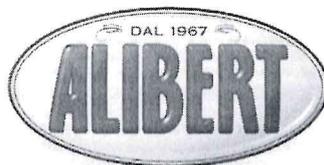
Date d'enregistrement / Registration date  
20 fév/Feb 2008

Date d'émission / Date of issuance  
06 fév/Feb 2023

Date de prise d'effet du renouvellement /  
Effective date of renewal  
20 fév/Feb 2023

*La présente certifie que l'enregistrement de  
cette marque de commerce est renouvelé  
pour une période de 10 ans, conformément  
à l'article 46 de la Loi sur les marques de  
commerce.*

*This is to certify that this trademark  
registration is renewed for a period of 10  
years, in accordance with section 46  
of the Trademarks Act.*



  
Registraire des marques de commerce  
Registrar of Trademarks

Canada



Alibert S.p.A  
Via F.LLI Bandiera 30  
Preganziol  
Treviso  
ITALY

Propriétaire - Owner  
Alibert S.p.A

Marque de commerce - Trademark  
ALIBERT & Design

Date	07 fév/Feb 2023
Votre référence - Your reference	
Numéro de dossier - File number	1245879
Numéro d'enregistrement - Registration Number	TMA707,906



**ACCUSÉ DE RÉCEPTION DU  
RENOUVELLEMENT DE L'ENREGISTREMENT  
D'UNE MARQUE DE COMMERCE**

**TRADEMARK REGISTRATION RENEWAL  
ACKNOWLEDGEMENT**

Vous êtes par la présente avisé que cet enregistrement de  
marque de commerce a été renouvelé.

This is to notify you that this trademark registration has been  
renewed.

Demande présenté par:  
Request initiated by:

ROBIC  
630, boul. René-Lévesque Ouest  
20e étage  
Montréal  
QUEBEC H3B 1S6

Registraire des marques de commerce  
Registrar of Trademarks

Contact: Section des cessions et renouvellements /  
Assignment and Renewal Section  
819-997-2590



# Marque de commerce

CERTIFICAT DE RENOUVELLEMENT

# Trademark

CERTIFICATE OF RENEWAL



Numéro de la demande / Application number  
1245879

Date d'enregistrement / Registration date  
20 fév/Feb 2008

Date d'émission / Date of issuance  
06 fév/Feb 2023

Date de prise d'effet du renouvellement /  
Effective date of renewal  
20 fév/Feb 2023

*La présente certifie que l'enregistrement de  
cette marque de commerce est renouvelé  
pour une période de 10 ans, conformément  
à l'article 46 de la Loi sur les marques de  
commerce.*

*This is to certify that this trademark  
registration is renewed for a period of 10  
years, in accordance with section 46  
of the Trademarks Act.*



  
Registraire des marques de commerce  
Registrar of Trademarks