

Dalla Proprietà Intellettuale al Capitale



Peter Regent 

Swiss Independent Financial Advisor (FinSA) | Family Offices & UHNW Entrepreneurs | Cross-Border Wealth Structuring |
Capital Governance | Non-Custodial Advisory | Switzerland



June 18, 2026

Come i marchi, i brevetti e gli asset immateriali possono diventare motori di crescita, investimento e creazione di valore

Per gran parte della storia industriale il valore delle imprese è stato associato principalmente a fabbriche, immobili, impianti produttivi e capitale fisico. Negli ultimi decenni questo paradigma si è progressivamente trasformato. Oggi una quota crescente del valore delle aziende più importanti del mondo deriva da elementi immateriali: marchi, brevetti, know-how, design, software e proprietà intellettuale.

Molte organizzazioni continuano tuttavia a considerare tali asset come semplici strumenti operativi o di marketing. In realtà, la proprietà intellettuale può rappresentare una vera e propria infrastruttura economica capace di generare flussi finanziari autonomi, attrarre investitori, sostenere operazioni di crescita e contribuire alla creazione di valore patrimoniale nel lungo periodo.

Il presente contributo analizza le principali strategie attraverso cui un patrimonio immateriale può essere trasformato in una piattaforma economica e finanziaria, mantenendo al tempo stesso il controllo imprenditoriale e la continuità dell'attività operativa.

L'ascesa dell'economia immateriale

L'economia globale sta attraversando una trasformazione profonda. Se nel secolo scorso la forza di un'impresa era misurata soprattutto dalla capacità produttiva e dalla disponibilità di capitale fisico, oggi la competitività dipende sempre più da elementi difficilmente

replicabili: reputazione, innovazione, riconoscibilità del marchio e capacità di creare relazioni durature con il mercato.

I bilanci delle grandi imprese mostrano una realtà che fino a pochi decenni fa sarebbe apparsa sorprendente. In molti settori il valore attribuito dal mercato agli asset immateriali supera di gran lunga quello degli asset tangibili. Marchi storici, brevetti tecnologici e piattaforme digitali rappresentano spesso il principale fattore di valorizzazione aziendale.[1]

Questa evoluzione ha modificato anche il modo in cui investitori, istituzioni finanziarie e operatori professionali valutano le imprese. Non si osserva più soltanto ciò che un'azienda possiede fisicamente, ma soprattutto ciò che è in grado di generare grazie alla propria identità, alle proprie competenze e ai propri diritti esclusivi.

Quando un marchio smette di essere soltanto un marchio

Un marchio forte produce effetti economici che vanno ben oltre la semplice identificazione commerciale di un prodotto.

Nel tempo esso accumula reputazione, fiducia, riconoscibilità e valore simbolico. Questi elementi consentono all'impresa di applicare prezzi premium, fidelizzare i clienti e differenziarsi dai concorrenti.

Da un punto di vista economico, il marchio diventa quindi una fonte autonoma di reddito. Non è più soltanto uno strumento che supporta la vendita di beni e servizi, ma un asset capace di generare flussi finanziari propri.

È proprio in questo passaggio che nasce il concetto moderno di monetizzazione della proprietà intellettuale.

La separazione tra attività operativa e proprietà degli asset

Una delle strategie più diffuse a livello internazionale consiste nella separazione tra l'attività industriale e la proprietà della proprietà intellettuale.

In questo modello una società dedicata diventa proprietaria dei marchi, dei brevetti, dei design registrati e degli altri diritti immateriali del gruppo. Le società operative continuano invece a svolgere le attività di produzione, distribuzione, marketing e vendita.

La società proprietaria concede l'utilizzo degli asset attraverso accordi di licenza regolati da condizioni economiche coerenti con i valori di mercato.[2]

Tale struttura presenta diversi vantaggi. Consente una gestione più efficiente degli asset immateriali, favorisce la protezione patrimoniale, semplifica le operazioni internazionali e rende più trasparente il valore della proprietà intellettuale agli occhi degli investitori.

Soprattutto, permette di trasformare il patrimonio immateriale in una fonte stabile di ricavi ricorrenti.

Il ruolo del licensing nella creazione di valore

Il licensing rappresenta probabilmente lo strumento più efficace per monetizzare la proprietà intellettuale.

Attraverso la concessione di licenze, il proprietario del marchio o del brevetto riceve compensi periodici sotto forma di royalties. Questi flussi possono essere collegati al fatturato, agli utili o ad altri parametri economici concordati tra le parti.

La caratteristica più interessante del licensing risiede nella sua capacità di generare crescita senza richiedere investimenti industriali proporzionali.

In altre parole, il valore creato non deriva necessariamente dall'espansione della struttura produttiva, ma dalla capacità di estendere l'utilizzo della proprietà intellettuale su nuovi mercati, nuove categorie merceologiche o nuove aree geografiche.

Questo spiega perché molti gruppi internazionali abbiano costruito una parte significativa della propria redditività proprio attraverso programmi di licensing globale.

Dare un valore economico agli asset immateriali

Affinché la proprietà intellettuale possa diventare oggetto di operazioni finanziarie, è necessario attribuirle un valore economico credibile e difendibile.

Nel corso degli anni si sono sviluppate metodologie di valutazione sempre più sofisticate. Tra le più utilizzate vi è il cosiddetto Relief from Royalty Method, che stima il valore di un marchio calcolando quanto un'impresa dovrebbe pagare per utilizzarlo qualora non ne fosse proprietaria.[3]

Accanto a questo approccio vengono frequentemente impiegati modelli basati sui flussi di cassa futuri, sui multipli di mercato e sull'analisi comparativa di transazioni analoghe.

La valutazione non rappresenta soltanto un esercizio teorico. Essa costituisce spesso il punto di partenza per operazioni di finanziamento, raccolta di capitali e pianificazione strategica.

Proprietà intellettuale e accesso ai capitali

Una volta identificato e valorizzato, un asset immateriale può diventare il fondamento di iniziative finanziarie che in passato erano riservate principalmente ai beni materiali.

Le royalties possono essere utilizzate per sostenere operazioni di private equity, private debt o strutture di investimento specializzate. In alcuni casi vengono persino cartolarizzate, trasformando flussi futuri in capitale immediatamente disponibile.

Per gli investitori questo approccio presenta un elemento di particolare interesse: l'esposizione non riguarda esclusivamente l'andamento operativo di una singola azienda, ma una fonte di reddito collegata alla forza economica di un asset immateriale.

Si tratta di una logica che avvicina la proprietà intellettuale alle moderne infrastrutture finanziarie.

La trasformazione digitale della proprietà

Negli ultimi anni la digitalizzazione ha aperto nuove prospettive anche nel campo della gestione degli asset immateriali.

L'evoluzione normativa di alcune giurisdizioni ha consentito la rappresentazione digitale di diritti societari e strumenti finanziari mediante registri distribuiti e tecnologie DLT.[4]

Ciò non significa trasformare i marchi o le azioni in criptovalute speculative. Significa piuttosto utilizzare infrastrutture tecnologiche capaci di migliorare la trasparenza, l'efficienza amministrativa e la trasferibilità dei diritti.

La combinazione tra proprietà intellettuale, governance moderna e tecnologia potrebbe favorire nei prossimi anni la nascita di nuovi modelli di investimento e gestione patrimoniale.

Dalla valorizzazione all'espansione

Quando una struttura basata sulla proprietà intellettuale raggiunge una dimensione sufficiente, può evolvere ulteriormente.

I flussi generati dal licensing possono essere reinvestiti nell'acquisizione di nuovi marchi, brevetti o attività complementari. In questo modo la società proprietaria degli asset immateriali si trasforma gradualmente in una piattaforma di consolidamento.

La crescita non dipende più esclusivamente dall'espansione organica dell'attività originaria, ma dalla capacità di aggregare ulteriori asset e generare economie di scala.

Si tratta di un modello che ha caratterizzato numerose operazioni di successo nei settori del lusso, della tecnologia, dell'intrattenimento e dei beni di consumo.

Riflessioni finali

La crescente importanza degli asset immateriali rappresenta una delle trasformazioni più significative dell'economia contemporanea.

Marchi, brevetti, design e know-how non sono più semplicemente strumenti di supporto all'attività aziendale. Sempre più spesso costituiscono il vero cuore del valore economico di un'impresa.

Comprendere come strutturare, proteggere, valorizzare e monetizzare tali asset significa affrontare una delle principali sfide strategiche del nostro tempo.

Le organizzazioni che sapranno integrare proprietà intellettuale, governance, finanza e innovazione tecnologica avranno maggiori possibilità di costruire modelli di sviluppo sostenibili, attrarre capitali e creare valore nel lungo periodo.

Note

[1] WIPO, World Intellectual Property Indicators, 2024.

[2] OECD, Transfer Pricing Guidelines for Multinational Enterprises and Tax Administrations, 2022.

[3] ISO 10668 – Brand Valuation: Requirements for Monetary Brand Valuation.

[4] Swiss Code of Obligations, artt. 973d–973h, Ledger-Based Securities.

[5] IAS 38 – Intangible Assets.

[6] Damodaran, A., Investment Valuation, Wiley.

[7] International Valuation Standards Council (IVSC), Valuation of Intangible Assets.

[8] Brand Finance Global Report 2025.

Bibliografia

Aaker, David – Building Strong Brands.

Damodaran, Aswath – Investment Valuation.

Keller, Kevin Lane – Strategic Brand Management.

OECD – Transfer Pricing Guidelines for Multinational Enterprises and Tax Administrations.

World Intellectual Property Organization (WIPO) – World Intellectual Property Indicators.

International Valuation Standards Council – Valuation of Intangible Assets.

International Accounting Standards Board – IAS 38 Intangible Assets.

Brand Finance – Global Brand Valuation Reports.

European Commission – Intellectual Property Action Plan.

Swiss Code of Obligations.

Disclaimer

Il presente contributo ha finalità esclusivamente accademiche, informative e divulgative.

Le considerazioni esposte non costituiscono consulenza legale, fiscale, finanziaria, contabile o di investimento e non devono essere interpretate come raccomandazioni operative.

Ogni operazione avente ad oggetto proprietà intellettuale, licensing, valorizzazione di asset immateriali, raccolta di capitali, digitalizzazione di strumenti finanziari o strutturazione societaria richiede una valutazione specifica delle normative applicabili e il supporto di professionisti qualificati.

Gli esempi descritti hanno finalità esclusivamente illustrative e non costituiscono offerte al pubblico, sollecitazioni all'investimento o promesse di rendimento.