



Ordine dei  
Dottori Commercialisti  
e degli Esperti Contabili  
Verona



Commissione Diritto Societario

# *Il Transfer Pricing alla luce dei recenti provvedimenti attuativi*

*“I metodi di calcolo e l’analisi di  
comparabilità”*

A cura di Alberto Righini  
Verona, 16 dicembre 2010

# Premessa

- All'interno di un gruppo si possono fare degli arbitraggi tra i prezzi interni spostando così i margini dove conviene, senza che il gruppo nel suo complesso ne risenta
- E' quindi evidente l'importanza per le varie amministrazioni fiscali trovare un sistema di regole condiviso che permetta di evitare facili aggiramenti ed elusioni.
- A fondamento di tale esigenza, la maggior parte dei Paesi industrializzati (OCSE) ha individuato la necessità che le transazioni intragruppo avvengano a condizioni di libera concorrenza (*at arm's length*).

# Il principio generale: “at arm’s length”

- **Il principio generale** che governa l’intero sistema della verifica sulle transazioni intra gruppo a livello internazionale, e quello del prezzo di libera concorrenza (at arm’s length) **cioè la necessità che le stesse siano avvenute al medesimo valore che si sarebbe riscontrato in una uguale transazione effettuata tra parti indipendenti.**
- L’applicazione di detto principio si basa su una sofisticata, e il più possibile completa, **comparazione dei prezzi e margini** fra la transazione intra gruppo in verifica ed una o più transazioni comparabili avvenute sul mercato fra parti indipendenti



# Il principio generale: “at arm’s length”

- Il concetto di valore normale legislativamente definito (*cfr.* articolo 9, come richiamato dall’art.110 TUIR) recepisce il principio del **prezzo di libera concorrenza** (CUP) consigliato dall’OCSE per la determinazione dei prezzi di trasferimento tra imprese associate.
- *“Per **valore normale**, salvo quanto stabilito nel comma 4, si intende il prezzo o corrispettivo mediamente praticato per i beni e i servizi della stessa specie o similari, in condizioni di libera concorrenza e al medesimo stadio di commercializzazione, nel tempo e nel luogo in cui i beni o servizi sono stati acquisiti o prestati, e, in mancanza, nel tempo e nel luogo più prossimi. Per la determinazione del valore normale si fa riferimento, in quanto possibile, ai listini o alle tariffe del soggetto che ha fornito i beni o i servizi e, in mancanza, alle mercuriali e ai listini delle camere di commercio e alle tariffe professionali, tenendo conto degli sconti d’uso. Per i beni e i servizi soggetti a disciplina dei prezzi si fa riferimento ai provvedimenti in vigore.”* [art.9, comma 3 TUIR];



# I metodi applicabili per la determinazione del Transfer price

Il provvedimento dell'Agenzia delle Entrate

Il provvedimento dell'Agenzia delle Entrate Prot. 137654 del 28 settembre 2010 quando definisce i metodi di determinazione dei prezzi di trasferimento rinvia in toto a quanto previsto dall'OCSE nelle linee guida ai capitolo II parte II e III.

## 1 Definizioni

■ omississ

■ g) per “**metodo transazionale tradizionale**” si intende uno dei metodi di determinazione dei prezzi di trasferimento declinati al **Capitolo II, parte II delle Linee guida OCSE**;

■ h) per “**metodo transazionale reddituale**” si intende uno dei metodi di determinazione dei prezzi di trasferimento declinati al **Capitolo II, parte III delle Linee guida OCSE**.

■ omississ



# I metodi applicabili per la determinazione del Transfer price

Il provvedimento dell' Agenzia delle Entrate

5.1.3 Metodo adottato per la determinazione dei prezzi di trasferimento delle operazioni

- a) **Enunciazione del metodo prescelto e delle ragioni della sua conformità al principio di libera concorrenza** [in questa sezione dovranno essere anche richiamati gli esiti dell'analisi di comparabilità che hanno determinato la qualificazione del metodo adottato come metodo più appropriato alle circostanze del caso. Nel caso di selezione di un metodo transazionale reddituale, in presenza del potenziale utilizzo di un metodo transazionale tradizionale, occorrerà **dare conto delle motivazioni di esclusione di tale ultimo metodo**. Stesso discorso vale in caso di selezione di un metodo diverso dal metodo del confronto del prezzo, in presenza di potenziale utilizzo di tale ultimo metodo]
- b) Criteri di applicazione del metodo prescelto [in cui, in particolare, dovrà essere accuratamente **riprodotta la procedura di selezione di transazioni comparabili** e, se del caso, dovrà parimenti essere data chiara indicazione delle ragioni di identificazione **dell'intervallo di risultati conformi al principio del valore normale**]
- c) Risultati derivanti dall'applicazione del metodo adottato



# I metodi applicabili per la determinazione del Transfer price

- Le Linee Guida dell'OCSE citano 5 metodologie utilizzabili per determinare o documentare i prezzi di trasferimento intra gruppo divisi in 2 subcategorie:
- metodi tradizionali basati sulla transazione
- dei metodi basati sul confronto del profitto transnazionale



# I metodi applicabili per la determinazione del Transfer price

## metodi tradizionali basati sulla transazione:

- il metodo del **confronto del prezzo**, (comparable uncontrolled price o anche **CUP**)
- il metodo del **costo maggiorato** (cost plus method, ovvero il metodo del confronto del margine di utile lordo del venditore di beni e servizi),
- il metodo del **prezzo di rivendita** (resale price method ovvero confronto del margine utile lordo conseguito dall'acquirente),



# I metodi applicabili per la determinazione del Transfer price

## metodi basati sul confronto del profitto transazionale

- il metodo della comparazione dei margini di utile netto (**TNMM**),
- il metodo della ripartizione degli utili netti (**profit split method**)



# La selezione e la scelta del metodo più adeguato

- Secondo le Linee Guida OCSE del 1995  
**gerarchia rigida:**
- il metodo del confronto del prezzo (CUP);  
ove ciò non fosse possibile
- il metodo del costo maggiorato (cost plus method) o il metodo del prezzo di rivendita (resale price method).  
ove ciò non fosse possibile
- metodi reddituali



# La selezione e la scelta del metodo più adeguato

- Linee Guida OCSE 2010 cambiamento nell'approccio

## gerarchia più sfumata

- individuazione e conseguente scelta del **metodo più adeguato al caso concreto** (una sorta di best method rule),
- recupero della gerarchia solo ove vi sia la possibile applicabilità di più di un metodo con la medesima credibilità ed efficacia;
- in tale ultimo caso tra due metodi parimenti applicabili sarà da privilegiare quello tradizionale e tra questi sempre il metodo del confronto di prezzo



# La selezione e la scelta del metodo più adeguato

- In tal senso, allo scopo di selezionare il metodo di transfer pricing più adeguato a una specifica transazione **occorre**:
  - **considerare i punti di forza e di debolezza** che caratterizzano l'applicazione dei vari metodi raccomandati dall'OCSE;
  - analizzare attraverso **l'analisi funzionale**, l'adeguatezza del metodo scelto rispetto alla natura della transazione controllata;
  - verificare la **disponibilità di informazioni attendibili** (in particolare dei soggetti indipendenti) per applicare il metodo selezionato;
  - valutare **l'affidabilità** di eventuali **aggiustamenti** finalizzati a eliminare le differenze.



# La selezione e la scelta del metodo più adeguato

- **Bollettino del Ruling internazionale 21 aprile 2010**
- Metodi utilizzati su un totale di 19 *ruling*:
  - n.1 Comparable Uncontrolled Method (CUP)
  - n.3 Cost Plus Method (CPM)
  - n.0 Resale Price Minus Method (RPM)
  - n.10 Transactional Net Margin Method (TNMM)
  - n.5 Profit Split “residuale”



# Analisi di comparabilità

- confronto tra l'operazione effettuata all'interno di un gruppo tra parti associate e la medesima operazione che abbia avuto luogo tra parti indipendenti;
- il confronto anche a livello soggettivo, analisi della comparabilità effettiva dei soggetti (parti associate/parti indipendenti) posti in confronto.



# Analisi di comparabilità

- “*comparabile*” in luogo di “*uguale*”
- Secondo OCSE operazione tra indipendenti è **comparabile** con l’operazione intragrappo quando:
  - **nessuna** delle **differenze** (nel caso esistano) può effettivamente **incidere** in modo rilevante sul prezzo di libero mercato; **ovvero**
  - è possibile effettuare delle **correzioni** economicamente significative che eliminano gli effetti essenziali di tali differenze

# Analisi di comparabilità

## Fattori di determinazione della comparabilità

- 1- caratteristiche dei beni o dei servizi scambiate durante la transazione;
- 2- analisi funzionale con identificazione delle attività svolte, dei beni utilizzati e dei rischi assunti dalle imprese che effettuano la transazione;
- 3- termini contrattuali della transazione;
- 4- circostanze economiche che caratterizzano il mercato in cui si svolge la transazione;
- 5- strategie imprenditoriali perseguite dalle imprese che effettuano la transazione)



# Analisi di comparabilità

## Fattori di determinazione della comparabilità

### **1- caratteristiche dei beni o dei servizi scambiate durante la transazione**

- beni materiali: caratteristiche fisiche del bene, la sua **qualità** ed **affidabilità**, la sua **disponibilità** e **reperibilità** sul mercato, nonché il **volume** delle forniture;
- prestazioni di servizi: **l'effettività**, la **natura**, **l'estensione** e lo **scopo** del servizio;
- beni immateriali: la **tipologia** della transazione (con un'analisi anche del contratto), il **tipo** di bene (brevetto, marchio, know-how), i **vantaggi** conseguiti o previsti dall'utilizzazione del bene la **durata** e il **grado di protezione**.



# Analisi di comparabilità

## Fattori di determinazione della comparabilità

### 1- caratteristiche dei beni o dei servizi scambiate durante la transazione, (segue)

- L'importanza di tale fattore dipende anche dal metodo utilizzato: **assoluta per il CUP**, sempre importante ma **un po' meno** per il prezzo di rivendita e il costo maggiorato (**nel Rpm o Cpm** è meno probabile che alcune differenze nei beni o nei servizi possano incidere sostanzialmente sul margine lordo o sul mark-up), sicuramente **meno importante per il metodi reddituali** ove è più importante avere riguardo all'analisi funzionale. In ogni caso l'analisi di questo fattore non può mai essere ignorata: **esempio bevande**

# Analisi di comparabilità

## Fattori di determinazione della comparabilità

### 2- analisi funzionale con identificazione delle attività svolte, dei beni utilizzati e dei rischi assunti dalle imprese che effettuano la transazione

- valutazione delle **risorse utilizzate** (impianti, attrezzature, utilizzo di beni immateriali)
- valutazione della **ripartizione delle funzioni** di: progettazione, produzione, assemblaggio, ricerca e sviluppo, prestazione di servizi, acquisti, distribuzione, marketing, pubblicità, trasporto, finanziamento, management.
- **ripartizione nell'assunzione dei rischi**: i rischi di mercato (come fluttuazioni del costo dei fattori produttivi o del prezzo del prodotto), i rischi di perdite collegate all'investimento e all'uso di beni, impianti e macchinari, i rischi connessi al successo o al fallimento di investimenti in ricerca e sviluppo, i rischi finanziari (variazione del tasso di cambio e di interesse), e i rischi di credito.

# Analisi di comparabilità

## Fattori di determinazione della comparabilità

### **2- analisi funzionale, (segue)**

- Generalmente fa fede la ripartizione dei rischi e delle funzioni come contrattualmente disciplinate, ma **considerando la sostanza economica dell'operazione** l'amministrazione finanziaria può controllare se l'evidenza è differente.
- Si deve considerare logico che i rischi generalmente devono essere sopportati da chi ha la possibilità di maggiore controllo sugli stessi.
- Nell'analisi **non è importante** solo il numero di funzioni svolte **ma soprattutto il significato economico delle stesse**.

# Analisi di comparabilità

## Fattori di determinazione della comparabilità

### 2- analisi funzionale, (segue)

- Funzioni e rischi sono strettamente connessi tra di loro tanto che le prime influenzano fortemente la diversa allocazione dei secondi tra le parti della transazione. Nel libero mercato infatti l'assunzione di un rischio maggiore deve anche essere compensata da un accrescimento del rendimento previsto (es. agente vs distributore indipendente), sebbene il risultato reale *possa aumentare o meno a seconda del livello effettivo del rischio*.
- Infine, l'OCSE precisa che la mancanza di accuratezza nell'analisi funzionale non può essere risolta dalla misura del campione di dati di terze parti indipendenti prese come comparabili: la mancanza di qualità dei dati non può essere risolta dal numero degli stessi.

# Analisi di comparabilità

## Fattori di determinazione della comparabilità

### **3- termini contrattuali della transazione**

- L'analisi delle condizioni contrattuali sottostanti la transazione controllata contribuisce a determinare la ripartizione delle responsabilità, dei rischi e dei benefici tra le parti.
- Verificare contratti ma anche accordi desumibili da comunicazioni o corrispondenza informale, nonché dall'attività effettivamente svolta.
- Problema della riqualificazione dei contratti (D2 rev).



# Analisi di comparabilità

## Fattori di determinazione della comparabilità

### 4- circostanze economiche che caratterizzano il mercato in cui si svolge la transazione

- Verifica **dell'omogeneità dei mercati** nei quali l'impresa di gruppo e l'impresa indipendente operano: l'ubicazione geografica, l'ampiezza, il grado di concorrenza e le relative posizioni dei *competitors*, la disponibilità e i rischi per l'utilizzo di beni e servizi succedanei, i livelli di offerta e di domanda, le regolamentazioni amministrative, i costi di trasporto e quelli dei fattori produttivi, la data e la durata delle transazioni.



# Analisi di comparabilità

## Fattori di determinazione della comparabilità

### 4- circostanze economiche, (segue)

- Importanza dell'analisi dei cicli: economico, settoriale e di prodotto che può giustificare anche l'uso di dati relativi a più anni.
- multiple country comparabilty: in alcuni casi l'analisi di comparabilità può estendersi a più paesi; consegue che l'utilizzo di comparables non domestici non deve essere aprioristicamente rifiutato dall'Amministrazione finanziaria.



# Analisi di comparabilità

## Fattori di determinazione della comparabilità

### 5- strategie imprenditoriali perseguite dalle imprese che effettuano la transazione

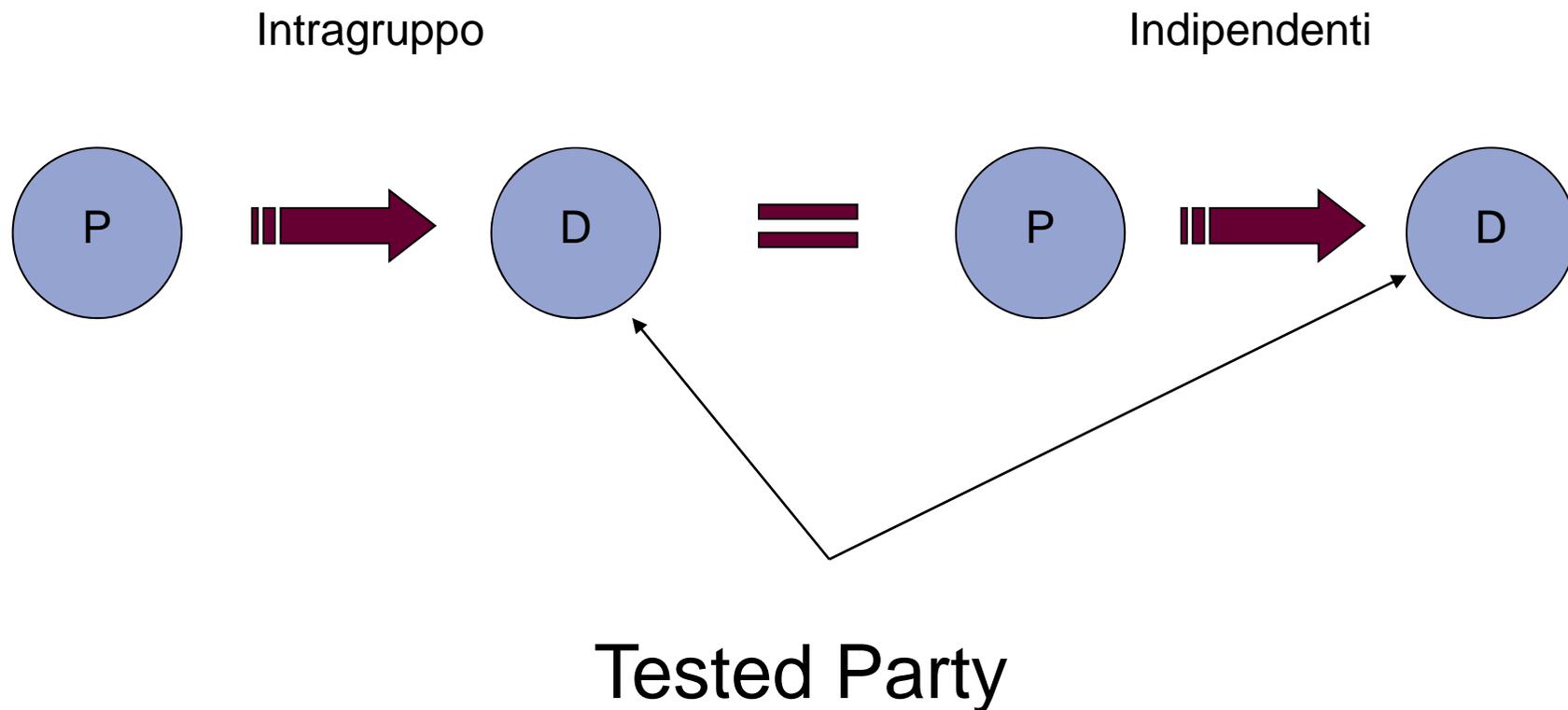
- strategie di mercato ad hoc adottate dalle imprese associate, rispetto a quelle indipendenti, quali l'innovazione, lo sviluppo e il lancio di un nuovo prodotto, il grado di diversificazione, l'avversione (ovvero la tendenza) ad assumere rischi, la valutazione dei cambiamenti politici, l'impatto delle normative sul lavoro ed altri fattori che influenzano l'attività dell'impresa.
- Politica di penetrazione sul mercato
- Problema delle perdite



# Analisi di comparabilità

## Fasi importanti del processo tipico

### ■ La tested party



# Analisi di comparabilità

## Fasi importanti del processo tipico

- **Processo di selezione dei comparabili:** approccio additivo vs approccio deduttivo
- **Uso di strumenti statistici.....** range di libero mercato
- **Aggiustamenti:** differenze contabili, transazioni non comparabili, differenze nel capitale funzioni, attività e rischi
- **L'uso di dati non transazionali:** bilanci, aggregati o segmentati
- **Processo tipico:** rappresenta buona pratica, non è obbligatorio; nove passaggi....non è un processo strettamente lineare...



# Analisi di comparabilità

## Esempio fornito dall'OCSE della descrizione di un processo di analisi di comparabilità tipico

- Step 1: **Determinazione degli anni** oggetto d'analisi.
- Step 2: **Approfondita analisi delle circostanze** nelle quali opera il contribuente.
- Step 3: **Comprendere la/e transazione/i intergruppo sotto esame**, utilizzando soprattutto l'analisi funzionale, al fine di scegliere la tested party (ove necessario) il metodo di transfer price più appropriato alle circostanze del caso, gli indicatori/indici finanziari che saranno utilizzati (nel caso di metodo reddituale), e di identificare i fattori di comparabilità significativi che devono essere tenuti in considerazione.
- Step 4: **Esame dei comparabili interni** ove esistenti.
- Step 5: **Determinazione delle fonti di informazioni disponibili sui comparabili esterni ove necessari** tenuto conto della loro relativa affidabilità.
- Step 6: **Selezione del metodo più appropriato** e, a seconda di quello scelto, **determinazione degli indicatori/indici finanziari da utilizzare** (p.e. determinazione del profitto netto rilevante in caso di TNMM).
- Step 7: **Identificazione di potenziali comparabili**: determinare le caratteristiche chiave da dover riscontrare da una transazione tra parti indipendenti, al fine di poter essere considerata come potenzialmente comparabile, **sulla base dei fattori rilevanti indicati al precedente n. 3 e in conformità con i cinque fattori di comparabilità**.
- Step 8: Determinazione ed **esecuzione** degli eventuali **aggiustamenti ove necessario**.
- Step 9: **Interpretazione ed uso dei dati raccolti**, determinazione del prezzo (margine) di libera concorrenza.



# Analisi di comparabilità

## Quale lo sforzo richiesto ai contribuenti

- Secondo l'OCSE, nell'analisi di comparabilità, non si richiede una esaustiva ricerca di tutte le possibili fonti di informazioni rilevanti (par 3.81 rev), è una questione di buon senso "*should exercise judgment*"; inoltre,
- il contribuente deve sempre cercare di applicare il metodo che risulta più appropriato alla situazione in esame, specificando però che egli non deve analizzare e provare approfonditamente tutti i metodi prima di selezionare quello più appropriato (par 2.8 rev).



# Analisi di comparabilità

## Quale lo sforzo richiesto ai contribuenti

- Applicabilità congiunta di più metodi?
- non si richiede l'applicazione di più di un metodo per una singola transazione ..... tuttavia, in casi difficili, ove un singolo approccio non sia conclusivo e dirimente, un approccio flessibile può mettere in evidenza che vari metodi siano utilizzati in modo congiunto
- In sostanza l'utilizzazione di più di un metodo sembra quindi non essere raccomandata dalle Linee Guida 2010 ma neppure completamente esclusa-

# Analisi di comparabilità

## Quale lo sforzo richiesto ai contribuenti-le banche dati

- Es. Bureau Van Dijk (AIDA, AMADEUS), Moody's, S&P,...
- Condurre l'analisi **escludendo** dal campione - a titolo esemplificativo - le società **troppo piccole** e quelle appartenenti ai **gruppi multinazionali** che, per definizione (ancorché per motivi diversi), non esprimono prezzi "comparabili".
- Limite delle "banche dati" per gli Stati che soffrono di "opacità" nella pubblicità dei bilanci, ovvero di troppa "sinteticità".
- Il grave limite dei bilanci a valori "storici" in presenza di inflazione e con gli *intangibles assets* prodotti internamente inespressi.
- Utilizzo dell'intervallo compreso tra il 25° e il 75° percentile (*interquartile range*).



# I METODI IN DETTAGLIO

## Un primo problema: la definizione-identificazione di margini lordi e netti

- Abbiamo visto che i metodi tradizionali (con esclusione del metodo CUP) vanno applicati confrontando il prezzo o i margini lordi della transazione infragruppo con prezzi o margini lordi applicati o conseguiti in transazioni comparabili avvenute fra operatori indipendenti.
- I metodi basati sul confronto dei profitti si applicano invece confrontando i profitti netti (in genere l'EBIT o il reddito operativo messo in relazione alle vendite, ai costi totali o agli assets) conseguiti dalle imprese impegnate nella transazione infragruppo con i profitti netti conseguiti da operatori indipendenti in transazioni comparabili.



# I METODI IN DETTAGLIO

## Un primo problema: la definizione-identificazione di margini lordi e netti

Ocse, suddivisione dei costi e le spese secondo:

- 1- i costi diretti
- 2- i costi indiretti di produzione
- 3- le spese di esercizio dell'impresa nel suo complesso (quali le spese di supervisione, generali ed amministrative) .

I metodi che operano sui margini lordi, dai ricavi di vendita sottraggono sia i costi diretti che quelli indiretti (quindi 1- e 2- sopra indicati), mentre quelli che operano sui margini netti sottraggono anche le spese di esercizio nel suo complesso (generalmente però solo quelle operative)



# I METODI IN DETTAGLIO

## Un primo problema: la definizione-identificazione di margini lordi e netti

- Tale precisazione risulta fondamentale nel momento in cui da un punto di vista pratico si scende nel dettaglio delle transazioni procedendo ad una rivisitazione delle determinanti economiche delle transazione o più in generale alla valutazione con due differenti metodi (e con evidentemente due diversi approcci) della struttura di conto economico dell'impresa in esame e dei suoi comparables: la riflessione conduce a toccare con mano la necessità di andare caso per caso sul concreto stante l'impossibilità di definire una regola generalmente applicabile in concreto



# I METODI IN DETTAGLIO

## Un primo problema: la definizione-identificazione di margini lordi e netti

### Analisi di sensibilità del margine lordo e del margine netto

#### I comparazione

	<b>CASO 1</b> il distributore svolge <b>limitate</b> funzioni di marketing	<b>CASO 2</b> il distributore svolge <b>significative</b> funzioni di marketing
<b>Vendite di prodotti</b> (si assume stesso volume, prodotti, mercato, prezzo)	<b>1000</b>	<b>1000</b>
<b>Prezzo di acquisto del produttore</b> , tenendo in considerazione la significatività delle funzioni di marketing esplicate	<b>600</b>	<b>480(*)</b>
<b>Margine lordo</b>	<b>400(40%)</b>	<b>520(52%)</b>
<b>Spese di Marketing</b>	<b>50</b>	<b>150</b>
<b>Altre spese (generali)</b>	<b>300</b>	<b>300</b>
<b>Profitto netto</b>	<b>50(5%)</b>	<b>70(7%)</b>

(\*)si assume che la differenza di 120 nel prezzo corrisponde alla differenza nell'estensione e complessità delle funzioni di marketing esercitate dal distributore (spese adizionali di 100 oltre alla remunerazione della funzione del distributore)



## I METODI IN DETTAGLIO

### Un primo problema: la definizione-identificazione di margini lordi e netti

- Nel caso esposto alla pagina precedente, se si ipotizza che l'operazione **intragruppo** sia quella del **caso 2** mentre nel **caso 1** sia rappresentato un **operatore indipendente**, e assumendo che le differenze nell'estensione e complessità delle funzioni di marketing esercitate non siano conosciute o identificate per esempio per insufficienti informazioni su terza parte comparabile, **il rischio di errore** applicando un metodo a **margini lordo può ammontare a 120** ( $12\% \times 1.000$ ), mentre ammonterebbe a **20** ( $2\% \times 1.000$ ) **se fosse applicato un metodo a margini netti**. Questo evidenzia che, dipendendo dalle circostanze del caso ed in particolare dall'effetto delle differenze funzionali sulla struttura dei costi e sui ricavi dei comparabili, **il margine netto può essere meno sensibile del margine lordo alle differenze nell'estensione e complessità delle funzioni esercitate**

# I METODI IN DETTAGLIO

## Un primo problema: la definizione-identificazione di margini lordi e netti

Nell'esempio qui sotto riportato<sup>[1]</sup> l'analisi dei margini lordi (ex metodo RPM) non tiene conto delle differenti funzioni svolte dai due distributori (il distributore indipendente sopporta anche il costo del magazzino) e comporterebbe un aggiustamento dei prezzi di trasferimento (25-20=5). Al contrario l'analisi funzionale a margini netti (metodo TNMM) permette di cogliere l'effettivo allineamento dei margini (10) e non comporta aggiustamenti

Analisi dei margini netti o lordi tra distributori		
Distributore affiliato		Distributore indipendente
100	Ricavi	100
-80	Costo del venduto	-75
20	Margine lordo	25
-10	Salari	-10
0	Costo magazzino	5
10	Margine netto	10

# I METODI IN DETTAGLIO

## I metodi tradizionali

- Metodo del confronto di prezzo (*Comparable Uncontrolled Price method* o CUP);
- Metodo del prezzo di rivendita (*Resale Price Minus method* o RPM);
- Metodo del costo maggiorato (*Cost Plus method* o CPM).



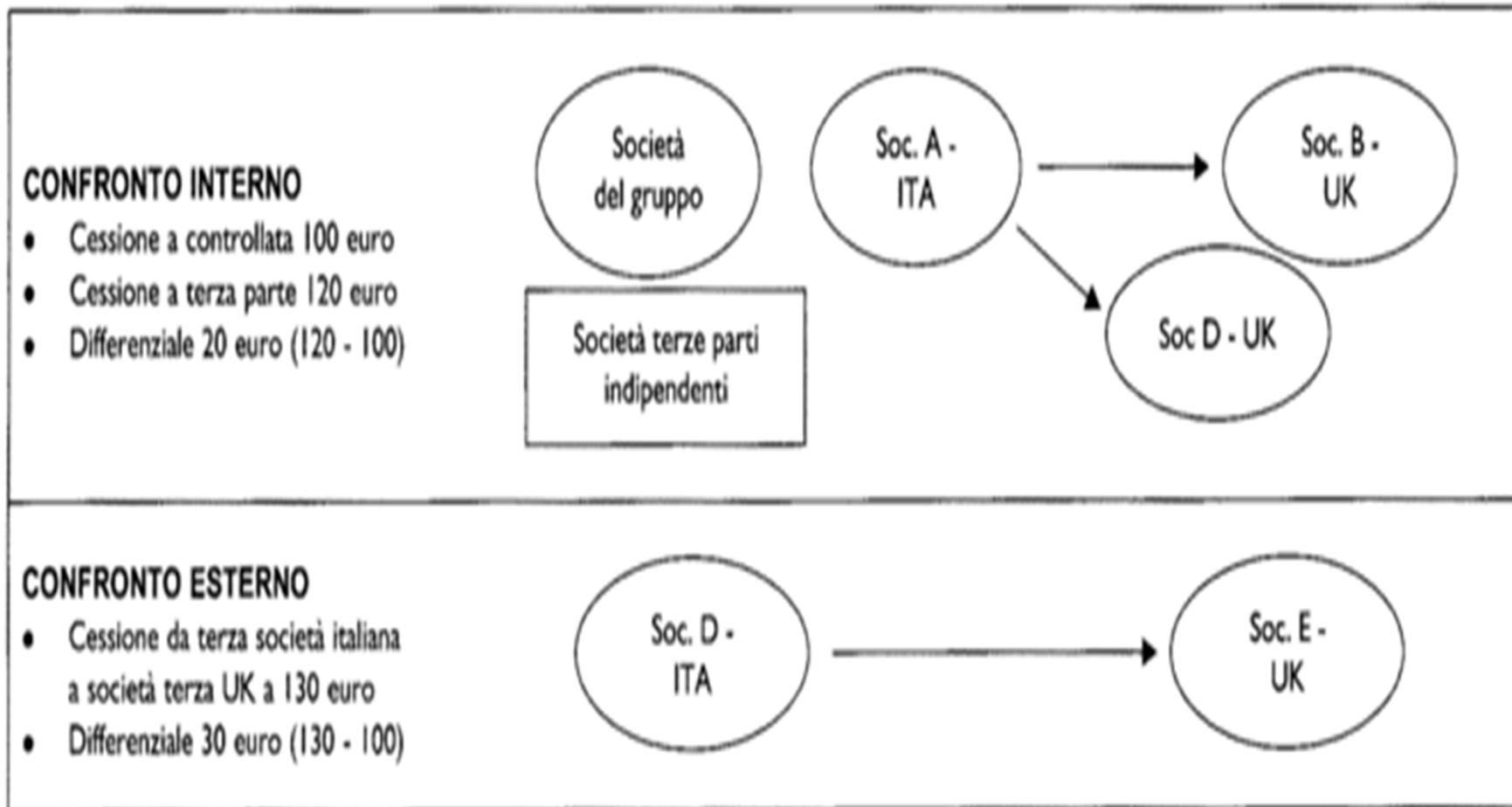
# I METODI IN DETTAGLIO

## Il metodo del confronto del prezzo - CUP

- per metodo del **confronto del prezzo**, (comparable uncontrolled price o anche CUP) deve intendersi **quello** che sarebbe stato **pattuito per transazioni similari da imprese indipendenti**.

# I METODI IN DETTAGLIO

## Il metodo del confronto del prezzo - CUP



# I METODI IN DETTAGLIO

## Il metodo del confronto del prezzo - CUP

- **Difficile applicazione**, eccetto che per le *commodities* in genere, a causa:
  - della difficile individuazione del mercato rilevante dei prodotti;
  - della frequente non comparabilità tra i prodotti (per esempio, in ragione dei differenti termini e condizioni di vendita o delle diverse qualità merceologiche);
  - di rilevanti differenze nei volumi di vendita;
  - delle peculiarità connesse all'**incorporazione**, nei prodotti, di **diritti di proprietà industriale** (es. marchi apposti sul prodotto);
  - della non agevole reperibilità delle informazioni necessarie



# I METODI IN DETTAGLIO

## Il metodo del prezzo di rivendita - RPM

- il prezzo al quale la merce, acquistata da un'impresa del gruppo, viene rivenduta a un **operatore indipendente** (prezzo di rivendita), ridotto di un appropriato **marginе lordo di ricarico**



# I METODI IN DETTAGLIO

## Il metodo del prezzo di rivendita - RPM

- Adatto nei casi in cui il distributore provveda alla ordinaria commercializzazione dei beni acquistati infragruppo e rivenduti a terzi, senza assunzione di rischi particolari o altre funzioni.



# I METODI IN DETTAGLIO

## Il metodo del prezzo di rivendita - RPM

- Nella sostanza, con questo metodo non si confrontano direttamente i prezzi della transazione da verificare e di quella di riferimento, bensì i “margini di utile lordo” realizzati dal soggetto “rivenditore”.
- In **prima analisi**, deve essere considerato il prezzo al quale il prodotto acquistato da un'impresa associata è ceduto ad una terza parte indipendente (il **prezzo di rivendita**).
- In **seconda analisi**, occorre determinare un **marginale lordo** che deve essere sottratto al prezzo di rivendita al fine di determinare il prezzo normale di trasferimento. Da un punto di vista economico, tale margine consentirebbe al rivenditore di coprire i costi di vendita e le spese correnti e di lasciare una componente di profitto al cedente.



# I METODI IN DETTAGLIO

## Il metodo del prezzo di rivendita - RPM

	vende a		vende a		
RED	95	CONTROLLATA ROSSI	100	TERZI	marginale 5%
INDIPENDENTE	90	INDIPENDENTE	100	TERZI	marginale 10%

IL TRANSFER PRICE TRA RED E LA SUA CONTROLLATA DOVRA ESSERE RIVISTO

APPLICANDO UN MARGINE DEL 10% ALLA CONTROLLATA ROSSI DISTRIBUTTRICE

# I METODI IN DETTAGLIO

## Il metodo del prezzo di rivendita - RPM

- L'analisi di comparabilità dei margini prodotti da terze parti distributrici richiede una grande attenzione nella **verifica delle funzioni e dei rischi** assunti da ogni soggetto. Infatti, maggiori sono le funzioni assorbite dal soggetto ed i rischi accollati a quest'ultimo e più elevato deve essere il margine recuperabile nelle transazioni.
- In pratica per la determinazione del margine di utile lordo si dovrà ricercare una rivendita simile, sulla base di fattori, quali, ad esempio:
  - il tipo di prodotto oggetto della rivendita;
  - le funzioni esercitate dal rivenditore in relazione al bene oggetto della rivendita;
  - l'eventuale influenza di condizioni particolari, come ad esempio l'incorporazione di diritti immateriali (esclusiva, marchio, ecc.);
  - il mercato geografico in cui le funzioni del rivenditore sono svolte anche in relazione alle politiche commerciali dell'impresa.



# I METODI IN DETTAGLIO

## Il metodo del prezzo di rivendita - RPM

- Inoltre, è necessario effettuare un'analisi della struttura dei costi degli operatori comparabili.
- Qualora la transazione di confronto differisca per alcuni elementi obiettivamente quantificabili, si procederà ai relativi aggiustamenti, mentre in caso di differenze non misurabili sarebbe scorretto procedere ugualmente al confronto.



# I METODI IN DETTAGLIO

## Il metodo del costo maggiorato - CPM

- Il **metodo del costo maggiorato** (cost plus method) prende inizialmente in considerazione i costi sostenuti dal fornitore di beni o servizi in una transazione infragruppo.
- Un appropriato mark up è quindi aggiunto a questo costo per delineare un appropriato profitto in riferimento alle funzioni svolte e alle condizioni di mercato. Il valore al quale si giunge dopo aver aggiunto il mark up al sopra individuato costo, può essere ritenuto un prezzo a arm's length della originale transazione infragruppo;
- Anche nel metodo del costo maggiorato, quindi, non avviene un confronto diretto tra i prezzi delle transazioni, bensì un confronto tra il margine ricavato nella transazione oggetto di verifica e quello della transazione "di confronto".



# I METODI IN DETTAGLIO

## Il metodo del costo maggiorato - CPM

- Il mark up applicato dal fornitore in una transazione infragruppo dovrebbe idealmente essere stabilito con riferimento al mark up che il medesimo fornitore guadagna in transazioni comparabili con terze parti (**confronto interno**).
- Inoltre il mark up che sarebbe stato guadagnato da un'impresa indipendente in operazioni comparabili fatte con altre imprese terze può servire come guida (**confronto esterno**).

# I METODI IN DETTAGLIO

## Il metodo del costo maggiorato - CPM

- Si applica alle **società di produzione e trasformazione**, ovvero di **servizi**, in special modo qualora svolgano **ordinarie** attività di **produzione** (p.e. *contract manufacturer*), senza assunzione di **rischi particolari** o **altre funzioni**, ovvero senza l'utilizzo di **beni intangibili**.
- Il metodo non presuppone l'identità dei beni o dei servizi oggetto dell'attività (anche se preferisce se vi è almeno la similarità, se possibile), ma richiede in ogni caso la comparabilità di **funzioni, rischi e investimenti**.



# I METODI IN DETTAGLIO

## Il metodo del costo maggiorato - CPM

- Le situazioni comparabili devono essere veramente comparabili o devono essere possibili puntuali aggiustamenti per determinare il giusto mark up e per poter applicare adeguatamente il cost plus method: in particolare vi potranno essere situazione non comparabili per via dei maggiori costi che uno delle due imprese “comparabili” hanno, dovuti ai maggiori *assets* posseduti o alla non efficacia della loro azione, o ad altre mille variabili (il diverso sistema di contabilizzazione dei costi, il problema di individuazione dei costi –quali costi: oltre ai costi diretti e indiretti anche quelli generali?, costi trasferiti da/ad altre controllate, ecc- sui quali applicare il mark up).



# I METODI IN DETTAGLIO

## Il metodo del costo maggiorato - CPM

- nell'esempio, l'analisi funzionale fa vedere che la cessione di prodotti per corrispettivo inferiore a 1.430 Euro potrebbe determinare una politica di trasferimento dell'utile a favore del soggetto committente appartenente al gruppo; in realtà ci si dovrebbe chiedere se un margine lordo del 10% sia applicabile anche ad una società che non ha spese di ricerca e sviluppo....

	Soc. X gruppo	Soc- Y indep.
<b>Costo industriale di produzione</b>	<b>1.000</b>	<b>1.000</b>
<b>Spese di ricerca e di sviluppo</b>	<b>0</b>	<b>300</b>
<b>Spese commerciali</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>Spese amministrative e generali</b>	<b>150</b>	<b>150</b>
<b>Oneri finanziari</b>	<b>50</b>	<b>50</b>
<b>TOTALE</b>	<b>1.300</b>	<b>1.600</b>
<b>Margine lordo del 10 per cento</b>	<b>130</b>	<b>160</b>
<b>Prezzo di trasferimento</b>	<b>1.430</b>	<b>1.760</b>

# I METODI IN DETTAGLIO

## I metodi tradizionali comparati

- **Metodo del confronto del prezzo**

**Confronto fra prezzi di beni identici**

- **Metodo del prezzo di rivendita**

**Confronto tra margini di utile lordo del rivenditore di beni possibilmente almeno simili**

richiedendo in ogni caso la comparabilità di  
**funzioni, rischi e investimenti**

- **Metodo del costo maggiorato**

**Confronto tra margini di ricarico lordo del produttore di beni possibilmente almeno simili**

richiedendo in ogni caso la comparabilità di  
**funzioni, rischi e investimenti**



# I METODI IN DETTAGLIO

## I metodi reddituali

- **Il metodo della comparazione dei margini di utile netto (TNMM),**
- **Il metodo della ripartizione degli utili netti (profit split method)**

# I METODI IN DETTAGLIO

## II TNMM

- **Il metodo della comparazione dei margini di utile netto (TNMM)** esamina il profitto netto rapportato a una appropriata base di riferimento (es costi, vendite, risorse impiegate) che un'impresa realizza mediante una transazione con un'impresa associata.

# I METODI IN DETTAGLIO

## II TNMM

- In pratica (1) si trova un dato indice (Roi, Ros, costi operativi su Profitto netto, Roa), di una impresa indipendente comparabile,
  - (2) si applica questo indice alla base di riferimento della società che deve determinare il suo TP, per ottenere il suo profitto netto corretto e quindi,
  - (3) lo si aggiunge ai costi e si determina il prezzo di trasferimento adeguato o si valuta se i prezzi di trasferimento sono stati adeguati.
- L'applicazione del TNMM prevede quindi che una volta calcolato l'indice di redditività dell'impresa indipendente utilizzata come *comparable*\*, si calcola l'utile operativo che dovrebbe realizzare la *tested party* (UO) e conseguentemente il prezzo di trasferimento.

*\*(nella realtà pratica avremo un range di risultati comparabili)*



# I METODI IN DETTAGLIO

## II TNMM

- Si noti che il metodo della comparazione dei margini di utile netto (TNMM) viene preferito ai metodi tradizionali, che operano sugli utili lordi, quando non sono reperibili informazioni pubbliche sui margini lordi conseguiti da imprese indipendenti in transazioni comparabili e non vi sono comparabili interni.
- Uno degli aspetti positivi del metodo è rappresentato dai minori requisiti di comparabilità richiesti: i margini netti infatti al contrario dei margini di utile lordo sono meno influenzati da differenze funzionali tra le transazioni in verifica e quelle potenzialmente comparabili, giacchè differenti funzioni si riflettono spesso in differenze relative alla composizione delle spese operative.
- L'applicazione del TNMM è fondata sul concetto che l'utile conseguito da imprese operanti nello stesso settore ed in condizioni similari dovrebbe tendere ad essere simile nell'arco di un ragionevole periodo.



# I METODI IN DETTAGLIO

## II TNMM

					Indipendente	Tested party	
					Utile operativo	100	135
					Vendite	1.000	1.500
					Costi operativi	900	1.365
					Attività operative	500	400
Distribuzione	ROS		Utile operativo	=	100	135	
			vendite		1000	1500	9%
Capital Intensive	ROI		Utile operativo	=	100	135	
			attività operative		500	400	34%
Produttiva	R. oper. Su costi operativi		Utile operativo	=	100	135	
			costi operativi		900	1365	10%

da rettificare:  
il 10% su  
1500 da un  
utile di 150 al  
posto di 135

possibile  
contestazione sulla  
controparte della  
Tested party

da rettificare: l'11% su 1365 da  
un utile di 150 al posto di 135



# I METODI IN DETTAGLIO

## II TNMM

- Il TNMM (come il Resale price Method e il Cost Plus Method) è un “one-side method” e si applica all’impresa parte della transazione che presenta una minore complessità in termini di funzioni svolte rischi assunti e beni utilizzati

# I METODI IN DETTAGLIO

## Il TNMM - il calcolo dell'utile operativo

- Per l'applicazione del TNMM occorre calcolare **l'utile operativo**.
- gli elementi positivi e negativi di reddito che direttamente o indirettamente si riferiscono alla transazione in esame (e che sono di natura operativa) devono essere presi in considerazione;
- gli elementi positivi e negativi di reddito che non sono correlati alla transazione in esame devono invece, essere esclusi dal calcolo.
- Ciò comporta la necessità di una adeguata segmentazione dei dati contabili dell'impresa esaminata allo scopo di enucleare i componenti di reddito appartenenti alla prima delle categorie evidenziate.
- Ordinariamente gli elementi positivi e negativi di reddito che non hanno natura operativa e/o straordinaria- come gli interessi, i dividendi, i componenti di reddito di natura straordinaria e le imposte- devono essere esclusi dalla determinazione del profitto netto da utilizzarsi per l'applicazione del Tnmm.
- Tuttavia le Linee Guida 2010 precisano che l'esclusione di tali componenti positivi e negativi di reddito deve essere valutata in base alle circostanze del caso in esame e alle funzioni svolte e ai rischi assunti dalla *tested party*



# I METODI IN DETTAGLIO

## Il TNMM - il calcolo dell'utile operativo

In alcuni casi secondo l'OCSE è opportuno includere alcuni **elementi di natura straordinaria e/o non operativa**:

- può essere appropriato includere gli **interessi** nel calcolo dell'utile operativo quando esiste una correlazione tra i prezzi di vendita dei prodotti, da una parte, e i tempi di incasso dei crediti e di pagamento dei debiti, dall'altra;
- l'inclusione o l'esclusione di **utili \perdite su cambi** dipende da innumerevoli fattori: occorre verificare se tali utili\perdite sono di natura commerciale e se l'impresa ne sopporta i rischi. Una volta che si è deciso se gli utili\perdite su cambi debbano o meno essere inclusi nella determinazione del profitto netto gli utili\perdite derivanti dagli eventuali contratti di copertura del rischio di cambio devono essere trattati allo stesso modo;



# I METODI IN DETTAGLIO

## Il TNMM - il calcolo dell'utile operativo

- ovviamente se l'attività d'impresa è di **carattere finanziario** allora i componenti di reddito da essa derivati devono essere presi in considerazione;
- infine per quanto concerne i **costi di inizio\fine** attività la loro inclusione nella determinazione del profitto netto dipende dalle circostanze specifiche del caso in analisi: occorre verificare se un'impresa indipendente avrebbe accettato di sopportare tali costi o avrebbe invece, richiesto di riaddebitarli all'altra parte; in quest'ultimo caso essi dovranno essere inclusi nella determinazione del profitto netto.



# I METODI IN DETTAGLIO

## Il TNMM – il denominatore dell'indice di redditività

Una volta calcolato il profitto netto (come sopra definito) esso può essere rapportato a differenti grandezze:

- Vendite (utile operativo/vendite, *Return On Sales*)
- Costi (utile operativo/costi)
- Capitale investito (utile operativo/capitale investito, *Return On Investments*)



# I METODI IN DETTAGLIO

## II TNMM – il denominatore dell'indice di redditività

Per scegliere quale indicatore di redditività utilizzare, occorre tenere presente che:

- tale **scelta deve essere coerente con i risultati dell'analisi funzionale svolta**, nel senso che deve considerare le funzioni svolte, i beni impiegati e i rischi assunti dall'impresa analizzata;
- più precisamente il denominatore del rapporto deve essere costituito dalla grandezza economica indicativa (rappresentativa) del valore delle funzioni svolte dalla *tested party*; in tal senso:
  - - le vendite o i costi operativi sostenuti per la distribuzione delle merci sono un denominatore appropriato per le **attività distributive**
  - -i *full costs* o i costi operativi sono un denominatore appropriato per attività di prestazione di servizi o **attività produttive di beni**;
  - -le immobilizzazioni tecniche sono un denominatore appropriato per le **attività capital intensive**;



# I METODI IN DETTAGLIO

## Il TNMM – il denominatore dell'indice di redditività

Il denominatore del rapporto deve essere, inoltre, ragionevolmente indipendente dalla transazione in esame; qualora per esempio:

- 1) si stia calcolando il prezzo delle merci che un distributore acquista da un'impresa associata,
- 2) la *tested party* sia il distributore,

al denominatore del rapporto non ci potrà esser il costo dei beni rivenduti da distributore perché questo è proprio il costo la cui congruità è oggetto di verifica.



# I METODI IN DETTAGLIO

## Il TNMM – Il Barry ratio

- Tale indice è un indicatore di profittabilità usato per comparare **il margine dei distributori** (più “poveri” di funzioni).
- Viene definito “rapporto tra margine lordo e spese operative”, e sostanzialmente è un cost plus simulato.
- Consiste nel quantificare il “margine commerciale” riconosciuto al distributore **maggiorando il costo di esercizio della funzione commerciale di un equo margine di utile**, determinato in ragione del rapporto tra “margine commerciale lordo” e “costi commerciali” evincibile dall’analisi condotta su un campione di imprese “indipendenti” (operanti con terzi) per la medesima attività (ma non necessariamente per gli stessi identici prodotti) e sul **medesimo mercato**.



# I METODI IN DETTAGLIO

## Il TNMM – Il Barry ratio

- Se un distributore del gruppo ha costi per 30 (affitto sede, dipendenti) e vende prodotti per 100 e
- il rapporto tra il margine lordo dei distributori indipendenti che curano solo la rivendita senza particolari funzioni, e i loro costi operativi è uguale a 1,10
- si assume che questo valore sia applicabile anche al distributore in analisi e che quindi abbia un margine sui costi del 10% e conseguentemente dei 100 incassati trattenga 33 (ovvero  $30 \times 1,1$ ) tale per cui quindi il prezzo intragruppo sarà pari a 67 (ov.  $100 - 33$ ).



# I METODI IN DETTAGLIO

## Il TNMM – Il Barry ratio

- Secondo l'OCSE il Barry ratio è utilizzabile se il valore delle funzioni svolte intragrappo:
  - è proporzionale alle spese operative;
  - non è proporzionale ai ricavi di vendita.
- Inoltre la Tested party deve operare solo nella distribuzione, senza beni immateriali di alto valore

# I METODI IN DETTAGLIO

## Il Profit split method

- Il *Profit Split Method* consiste in sostanza nella **ripartizione del profitto** complessivo realizzato mediante una transazione fra parti associate **sulla base del criterio di ripartizione** che sarebbe stato adottato da **imprese indipendenti**.

# I METODI IN DETTAGLIO

## Il Profit split method

- In pratica si deve calcolare l'utile netto prodotto nella transazione e vedere come se lo dividono\dividerebbero due imprese indipendenti in un caso analogo (quando cioè esistano transazioni comparabili);
- in mancanza di un caso analogo, **ipotizzare** una ripartizione del profitto sulla base delle funzioni esercitate dalle imprese associate prendendo in considerazione i beni impiegati, i rischi assunti da entrambe le parti coinvolte nella transazione oggetto di analisi.

# I METODI IN DETTAGLIO

## Il Profit split method

- Diversamente da altri metodi è un cosiddetto “*two-side method*” in quanto prende in considerazione la redditività di entrambe le imprese associate che partecipano alla transazione.
- Per questo motivo il *Profit Split Method* può risultare più complesso nella sua applicazione ma può, d'altra parte, ovviare ad alcune delle problematiche che si riscontrano quando si utilizzano i cosiddetti “*one-side method*”.



# I METODI IN DETTAGLIO

## Il Profit split method – punti di forza

- è l'unico metodo efficacemente applicabile:
  - quando entrambe le imprese associate svolgono funzioni non comparabili con quelle svolte da una impresa indipendente;
  - quando le **funzioni** svolte dalle imprese associate sono **molto integrate**;
  - quando entrambe le imprese associate che intervengono nella transazione (i) utilizzano per lo svolgimento delle loro attività **beni immateriali unici** di rilevante valore economico e (ii) **apportano un rilevante contributo** alla creazione di valore
  
- Difficile riscontrare l'attribuzione di un profitto "anomalo" (vengono analizzate entrambe le parti della transazione).



# I METODI IN DETTAGLIO

## Il Profit split method - punti di debolezza

- Il punto di debolezza del *Profit Split Method* consiste nel fatto che – anche se esso potrebbe apparire di facile applicazione in quanto, come si vedrà, tende ad essere meno dipendente dagli altri metodi dalle informazioni relative a imprese indipendenti da utilizzare come comparables- in realtà:
  - è più oneroso analizzare entrambe le imprese coinvolte nella transazione;
  - può risultare difficile misurare i ricavi e i costi aggregati di entrambe le imprese partecipanti alla transazione oggetto di controllo (inoltre, a tal fine, sarà necessario, a volte, operare alcuni “aggiustamenti” qualora le imprese associate adottino differenti principi contabili o, nell’ambito dei medesimi principi, differenti opzioni contabili).



# I METODI IN DETTAGLIO

## Il Profit split method - applicazione

La determinazione del profitto complessivo realizzato nella transazione tra imprese associate e l'individuazione dei criteri di ripartizione di tale profitto tra le medesime imprese deve:

- essere coerente con l'analisi funzionale della transazione;
- essere coerente con quanto avrebbero fatto delle imprese tra loro indipendenti;
- essere coerente con il tipo di *Profit Split Method* utilizzato (secondo la *Contribution analysis* o seguendo la *Residual analysis* di cui in seguito);
- poter essere misurato in maniera affidabile.

# I METODI IN DETTAGLIO

## Il Profit split method - metodologie: Contribution/Residual

- Le Linee Guida 2010 esaminano **due** metodologie di ripartizione del profitto complessivo realizzato nella transazione:
  - *analisi del contributo fornito alla transazione da ciascuna impresa associata (**Contribution analysis**),*
  - *analisi dell'utile residuo (**Residual analysis**).*



# I METODI IN DETTAGLIO

## Il Profit split method - metodologie: Contribution analysis

- La ***Contribution analysis*** ripartisce l'utile tra le società valutando il peso comparato del contributo funzionale prestato da ciascuna delle imprese alla produzione del risultato, prendendo in considerazione i beni impiegati e i rischi assunti.



# I METODI IN DETTAGLIO

## Il Profit split method - metodologie: Contribution analysis

	%	SOC. X	SOC. Y	SOC. X	SOC. Y
▪ <b>funzioni di:</b>	<b>87</b>				
progettazione	3		*		3
produzione	39	*		39	
assemblaggio	9	*		9	
ricerca e sviluppo	3		*		3
prestazione di servizi	5	*		5	
acquisti	7	*		7	
distribuzione	4		*		4
marketing	3		*		3
pubblicità	2		*		2
trasporto	6	*		6	
finanziamento	3		*		3
management	3		*		3
<b>rischi:</b>	<b>13</b>				
rischi di mercato	2		*		2
rischi di perdite x l'invest.e all'uso di beni, impianti e macchinari	2	*		2	
rischi connessi al successo o al fallimento di invest. in R&D	4		*		4
rischi finanziari (var. del tasso di cambio e di interesse)	2		*		2
rischi di credito	3		*		3
<b>TOTALE</b>				<b>68</b>	<b>32</b>



# I METODI IN DETTAGLIO

## Il Profit split method - metodologie: Residual analysis

- La ***Residual analysis*** applica le stesse tecniche di ripartizione dell'analisi del contributo, ma solo con riferimento alla quota di utile che “residua” dopo che a ciascuna parte associata sia stato attribuito un utile sufficiente ad assicurare un rendimento “normale” alle funzioni ordinarie da essa svolte nell'ambito della(e) transazione(i) esaminate.
- Per la determinazione dell'utile normale “ordinario”, si utilizzano le stesse tecniche e criteri previsti dagli altri metodi di determinazione del valore normale.
- Pertanto, la ripartizione dei profitti globali mediante l'analisi del residuo si risolve spesso in un metodo “misto” reddituale-transazionale.

# I METODI IN DETTAGLIO

## Il Profit split method - metodologie: Residual analysis

La residual analysis si sviluppa in due fasi:

### I FASE

si determina l'utile attribuibile a ciascuna impresa che sia rappresentativo della remunerazione specifica per le attività standard o comunque non uniche dalle stesse svolte (ad esempio quelle di produttore o di distributore)

generalmente mediante l'applicazione di un metodo di calcolo del transfer price tradizionale (CUP, CPM O RPM) o mediante il TNMM;

**esempio, dato un profitto complessivo di 300,**

**- il ROI di un'impresa indipendente comparabile con l'impresa A è pari al 10%,  
l'attivo di A è pari a 100, pertanto l'utile operativo spettante a A è pari a 10;**

**- il ROI di un'impresa indipendente comparabile con l'impresa B è pari al 15%,  
l'attivo di B è pari a 200, pertanto l'utile operativo spettante a B è pari a 30**

# I METODI IN DETTAGLIO

## Il Profit split method - metodologie: Residual analysis

### II FASE

l'utile residuo viene ripartito secondo **fattori di allocazione** che vengono individuati in misura omogenea tra le due parti e generalmente sono o gli *assets* posseduti o i costi sostenuti.

**Il profitto complessivo che resta da ripartire ( $300-10-30=260$ ) è diviso tra le imprese associate applicando il coefficiente di ripartizione risultante dal rapporto tra (i) il valore dei beni immateriali posseduti dalla singola impresa associata e (ii) la somma dei beni immateriali delle società soggette alla divisione dell'utile**

# I METODI IN DETTAGLIO

## Il Profit split method - metodologie: fattori di allocazione

- I fattori di allocazione fondati sugli **assets**, possono essere efficacemente utilizzati quando esiste una forte correlazione tra le immobilizzazioni materiali e immateriali o il capitale investito, da una parte, e la creazione di valore dall'altra.
  - Occorre prestare particolare attenzione nell'identificazione e valutazione dei beni immateriali, perché talora non tutti i beni materiali sono registrati e, ancora, qualche volta non tutti sono iscritti in bilancio. Una parte essenziale dell'applicazione del *Profit Split Method* consiste quindi in questo caso nell'identificazione dei beni immateriali che ciascuna delle imprese associate utilizza per la realizzazione della transazione e nella valutazione di tali beni



# I METODI IN DETTAGLIO

## Il Profit split method - metodologie: fattori di allocazione

- I fattori di allocazione fondati sugli costi, possono essere efficacemente utilizzati quando esiste una forte correlazione tra le spese sostenute da una parte e la creazione di valore dall'altra.
- Per esempio:
  - le spese di marketing e commerciali possono essere un fattore di allocazione appropriato per imprese che operano nel campo della distribuzione se le attività pubblicitarie e promozionali contribuiscono alla creazione di significativi beni immateriali (come accade, per esempio, nel settore dei beni di consumo);
  - le spese di ricerca e sviluppo possono essere un fattore di allocazione appropriato per imprese produttrici se la loro attività si fonda sullo sviluppo e protezione di brevetti industriali.



# I METODI IN DETTAGLIO

## Il Profit split method - approccio alternativo

- Un **approccio alternativo** per l'applicazione della *Residual analysis* si fonda su tentativo di replicare il risultato, in termini di ripartizione del profitto, che si sarebbe avuto a seguito della negoziazione tra imprese indipendenti:
  - nella **prima fase** la quota di profitto attribuita a ciascuna delle imprese associate partecipanti alla transazione è determinata individuando il prezzo minimo al quale un'impresa indipendente sarebbe disposta a ceder i prodotti o a prestare i servizi oggetto della transazione e il prezzo massimo al quale un'impresa indipendente sarebbe disposta ad acquistare i medesimi prodotti/servizi;
  - nella **seconda fase** il profitto residuale che deriva dalla differenza tra i suddetti prezzi (minimo e massimo) viene ripartito tra le imprese associate sulla base di un'analisi finalizzata a verificare come imprese indipendenti avrebbero effettuato tale ripartizione

# I METODI IN DETTAGLIO

## Schema approccio alternativo per l'applicazione della *Residual analysis*

	a	b	totale	
costi (diretti, indiretti, comunque operativi)	280	620		
costi (e generali comunque operativi)	120	100		
<b>totale costi</b>	<b>400</b>	<b>720</b>		
ricavi	620	800		
<b>utile</b>	<b>220</b>	<b>80</b>	<b>300</b>	
<b>I FASE</b>				
si determina l'utile che si avrebbe avuto se vi fosse stato un:				
prezzo minimo di vendita interno di 480 (implica il calcolo del guadagno minimo per il venditore a) quindi primo utile pari a $(480 - 400) = 80$				
prezzo massimo di acquisto interno di 660 (implica il calcolo del guadagno minimo per l'acquirente b) quindi primo utile pari a $(800 - 660 - 100) = 40$				
	a	b	totale	
costi (diretti, indiretti, comunque operativi)	280	660		
costi (e generali comunque operativi)	120	100		
<b>totale costi</b>	<b>400</b>	<b>760</b>		
ricavi	480	800		
<b>utile I Fase</b>	<b>80</b>	<b>40</b>	<b>120</b>	
<b>II FASE</b>				
la differenza tra il reddito netto realizzato 300 e quanto attribuibile ai singoli associati $(80 + 40) = 120$ quale utile primo, differenza pari a 180 viene ripartita tra le imprese associate sulla base di un'analisi finalizzata a verificare come imprese indipendenti avrebbero effettuato tale ripartizione:				
nel caso di specie, assumendosi la società A maggiori funzioni e rischi rispetto alla società B si può ipotizzare che sul mercato imprese indipendenti si dividerebbero il sovra reddito in un rapporto di 2/3 e 1/3 e quindi 120 alla società A e 60 alla società B;				
quindi:				
- il margine complessivo da attribuire alla società A è pari a $(80 + 120) = 200$ ,				
- il margine complessivo da attribuire alla società B è pari a $(40 + 60) = 100$ .				
	a	b	totale	
<b>differenza di reddito ripartita II Fase</b>	<b>120</b>	<b>60</b>	<b>180</b>	
<b>totale</b>	<b>200</b>	<b>100</b>	<b>300</b>	
<b>prezzo di trasferimento rettificato</b>	<b>600</b>			
<b>CONCLUSIONI</b>				
In questo caso il prezzo di trasferimento interno al gruppo dovrebbe essere pari a 600, vale a dire le spese della società A pari a 400 più il risultato netto da attribuirle pari a 200; vi potrebbe essere una ripresa rispetto all'originario prezzo individuato in 620.				

# I METODI IN DETTAGLIO

## Il Profit split method - determinazione profitto da ripartire 1

- è necessario identificare la transazione rilevante e le imprese associate coinvolte nella transazione;
- è necessario verificare che i **principi contabili** utilizzati dalle imprese associate coinvolte nella transazione siano **omogenei**, apportando altrimenti le necessarie modifiche;
- il profitto complessivo realizzato nella transazione tra imprese associate oggetto di ripartizione tra queste ultime, è, generalmente, **l'utile operativo**; in casi eccezionali può risultare, tuttavia, più opportuno ripartire l'utile al lordo delle spese operative e, una volta effettuata tale ripartizione, sottrarre tali spese dal reddito della società dalla quale sono state sostenute o alla quale esse sono economicamente imputabili (la ripartizione di tali spese deve essere infatti coerente con le attività svolte, i beni impiegati e i rischi assunti dalle imprese associate);

# I METODI IN DETTAGLIO

## Il Profit split method - determinazione profitto da ripartire 2

- nella pratica si riscontrano sia applicazioni del *Profit Split Method* fondate sui profitti che le imprese associate prevedono di realizzare mediante la transazione oggetto di controllo sia applicazioni del metodo fondate sui profitti effettivamente realizzati da tali imprese mediante la transazione;
- qualora si utilizzino i profitti previsti, le amministrazioni fiscali, quando a posteriori analizzeranno come è stato determinato il prezzo di trasferimento, dovranno fondare la loro analisi sulle informazioni di cui erano in possesso le imprese associate al momento in cui, applicando il *Profit Split Method*, hanno calcolato il prezzo di tali transazioni (tali informazioni, infatti, potrebbero essere inferiori o diverse da quelle disponibili al momento della verifica).



# Metodi alternativi

- **Global Formulary Apportionment:** quest'ultimo consiste nel ripartire gli utili globali realizzati da un gruppo multinazionale tra le imprese associate facenti parte del gruppo e residenti in diversi paesi **mediante l'applicazione di una formula predeterminata e automatica** che prescinde dalle considerazioni del caso specifico
- L'OCSE non ritiene che il *Global Formulary Apportionment* possa essere un'alternativa realistica ai metodi fondati sull'*arm's length approach* in quanto:
  - può portare a doppia imposizione o a doppia non imposizione,
  - le formule predeterminate sono arbitrarie e non tengono in considerazione le condizioni di mercato,
  - è particolarmente sensibile all'andamento dei tassi di cambio.

