

# Fiscalité, finance et valorisation des marques : le cas du Château Haut-Brion



**Alexandre Laumonier**  
Avocat fiscaliste, cabinet Taj



**Yves Levant**  
Professeur à l'Université de Pau  
et des Pays de l'Adour  
et à SKEMA Business School  
(CREG) et Lille School of  
Management Research Center (LSMRC)  
yves.levant@orange.fr.



**Mathieu Perromat**  
Associate Partner - Deloitte -  
Audit / Transaction Services /  
Financial Advisory  
mperroma@deloitte.fr



**Pascal Alphonse**  
Professeur à l'Université Lille 2  
et à SKEMA Business School  
Lille School of Management  
Research Center (LSMRC)

*La reconnaissance et l'évaluation des actifs immatériels, le goodwill et les marques notamment, ne sont pas sans conséquences juridiques et fiscales. En retour, les dispositions fiscales peuvent elles-mêmes affecter les choix comptables. Cet article présente un éclairage original de la valorisation des marques reposant sur l'analyse de la jurisprudence d'un cas emblématique. Les risques et incertitudes fiscales touchant l'évaluation des marques sont en particulier soulignés.*

*This paper is concerned with some tax-induced effects of the recognition and valuation of intangibles. More specifically, we present an original analysis of the impact of the tax-code on the valuation of brand equity. We based our analysis on a discussion of the jurisprudence of a highly significant case of purchase price allocation, the « château Haut-Brion » case. Tax uncertainties that affect the evaluation of brands are also adressed.*