



Luogo di emissione:

Numero
Data

Pag. 1

ALLEGATO 6

Regione Marche
POR MARCHE FESR 2007-2013 – INTERVENTO 1.2.1.05.08
“SOSTEGNO ALLE PMI AL FINE DI FAVORIRE I PROCESSI DI AGGREGAZIONE IN FILIERE
E LE PRODUZIONI MADE IN ITALY”

Allegato 6: SCHEDA PROGETTO

(Descrizione dell'investimento e dei risultati attesi dalla sua realizzazione)

SEZIONE 1 - ELEMENTI PROGETTUALI

1.1 Titolo del progetto

InnoDesign: Innovative Design of made in Italy furniture

1.2 Comparto produttivo

Calzature, Pelli e cuoio	
Tessile e abbigliamento	
Legno e mobile	
Agroalimentare	

1.3 Tempistica, durata e costo complessivo

<i>Data inizio</i>	03/06/2013	<i>Data fine</i>	03/06/2014	<i>Durata (mesi)</i>	12,00
<i>Costo complessivo</i>					504.500,00

SEZIONE 2 - SOGGETTI PROPONENTI

2.1 Responsabile del coordinamento delle attività

<i>Nome e Cognome</i>	Claudio Pagliano	<i>Impresa</i>	Mercantini Mobili		
<i>Indirizzo postale</i>	pESARO				
<i>Tel.</i>	00	<i>Fax</i>	00	<i>e-mail</i>	PAGLIANO@MERCANTINI.IT

2.2 Tipologia del raggruppamento di imprese

CONTRATTO DI RETE

A.T.I.



Luogo di emissione:

Numero
Data

Pag.
2

2.4 Competenze delle imprese partecipanti

Il raggruppamento è così costituito:

- Mercantini Mobili SpA, azienda mobiliera, lead partner
- Aster Cucine srl,
- Domingo salotti
- Topstar SpA
- F.Ili del Prete sas
- Acanto srl

Mercantini Mobili opera nel settore del mobile dal 1956. Negli anni l'azienda si consolidata ed oggi si attesta tra le realtà più importanti nel settore dell'arredamento per la casa; in particolare nella produzione di armadi, cabine armadio, camere da letto e soggiorni. L'azienda ha effettuato nel corso degli anni notevoli investimenti che hanno determinato un consistente incremento della produttività e della qualità di prodotto.

Aster Cucine, azienda di rilievo internazionale nel settore delle cucine, oggi decisamente collocata nel segmento qualitativo medio-alto.

Domingo salotti, specializzata nella produzione di divani e poltrone, sia di stile classico sia di tendenza e design. La realizzazione del prodotto è effettuata principalmente in Italia. L'azienda si posiziona su una fascia media di mercato con i prodotti Domingo e in una fascia di prezzo più elevata con quelli a marchio Adrenalina.

Topstar SpA, azienda con un'esperienza ventennale nel settore postforming, produce piani di lavoro e componenti in laminato plastico e nobilitato per l'industria del mobile. Offre un'ampia gamma di prodotti finiti ad altissima personalizzazione, grazie ad impianti e tecnologie di ultima generazione e ad una solida organizzazione.

F.Ili del Prete sas, azienda leader nella produzione di prefabbricati per l'industria del mobile, specializzata in lavorazioni su materiali pregiati, innovativi e di design.

Acanto srl, un'agenzia specializzata in servizi di comunicazione integrata, proponendo al cliente una consulenza all-around che comprende efficaci soluzioni per i bisogni specifici e nuove idee per diventare sempre più competitivi, aggiornati e sempre connessi al "Digital lifestyle".

La costituzione della rete d'impresе tra le realtà sopracitate, permette da un lato di unire le forze di progettazione e produzione, completando la gamma di prodotti proposti, attraverso una progettazione armonica dell'arredamento completo (area giorno e notte), dall'altro di aumentare la penetrazione nei mercati esteri, in particolare russo e degli emirati arabi, grazie alla realizzazione di un'efficiente strategia commerciale ideata da Acanto, ed all'utilizzo di tecnologie innovative basate sulla realtà Virtuale proposte dal partner scientifico e tecnologico Tecnomarche PST Marche.

2.5 Varietà ed ampiezza della partnership



Luogo di emissione:

Numero
Data

Pag.
3

Il partenariato del progetto è costituito da 6 aziende, di cui 3 producono arredi finiti, non in concorrenza tra loro: Mercantini (media impresa - armadiature, zona giorno e notte); Aster cucine componibili (Media Impresa); Domingo salotti ed imbottiti (piccola impresa); 2 aziende della supply-chain del mobile: Topstar (Media Impresa) e Del Prete (piccola Impresa); e "Acanto" piccola impresa specializzata nella comunicazione a cui è affidata la realizzazione del piano di marketing e comunicazione internazionale.

Scopo del partenariato, promosso dalle 3 aziende (Mercantini, Aster e Domingo Salotti) è quello di aumentare la penetrazione commerciale su specifici paesi target, attraverso un'azione sinergica sull'innovazione di prodotto in ragione delle esigenze di mercato, sul marketing e sugli strumenti commerciali.

L'ampiezza e l'eterogeneità del partenariato permette alle aziende partner di realizzare prodotti di alto valore stilistico e rispondenti alle specificità del mercato internazionale, sia dal punto di vista tecnico che dell'immagine. I prodotti verranno sviluppati anche con il supporto dei centri di competenza come l'ITS ed il "Centro Sperimentale di Design".

Nuovi metodi di comunicazione agevoleranno la fruizione dei contenuti informativi e valorizzeranno il design "Made in Italy", abbattendo le barriere culturali e linguistiche dei Paesi target.

Il raggruppamento è tale da garantire una filiera completa e reattiva, capace di soddisfare i gusti e le esigenze del mercato internazionale. E' importante evidenziare che il partenariato è completo sia da un punto di vista di produttori, che di fornitori e questo è fondamentale per riuscire ad interpretare al meglio le esigenze del mercato e garantire la customer satisfaction.

L'alto valore stilistico e qualitativo dei prodotti che saranno realizzati, verrà valorizzato dall'agenzia di comunicazione Acanto e dalle tecnologie di Realtà Virtuale proposte da Tecnomarche. Le tecnologie 3D immersive, permetteranno la rappresentazione delle soluzioni abitative proposte; tale strumento si integrerà con gli strumenti già disponibili nelle aziende partner, minimizzando l'impatto sui processi aziendali attuali. Verranno inoltre realizzati interventi di social marketing a supporto dello sviluppo dei mercati.

Il partenariato è stato strutturato ottimizzando l'eterogeneità e complementarietà dei prodotti offerti, in modo da garantire efficienza organizzativa, e una collaborazione duratura.

2.6 Modelli organizzativi di aggregazione tra le imprese del raggruppamento (filiera "Orizzontale", "Verticale" e "Allegata")

Come illustrato nei punti precedenti, il partenariato è stato strutturato con l'obiettivo di creare un modello operativo efficiente e realmente funzionante sia sotto il profilo tecnico-produttivo, sia sotto l'aspetto marketing e commerciale.

La filiera del mobile è quindi rappresentata sia nella forma "verticale" (azienda produttrice con i diversi fornitori di materie prime e semilavorati), sia nella forma "orizzontale".

Inoltre la complementarietà dei prodotti offerti dalle 3 aziende Mercantini, Aster e Domingo, permette di organizzare una struttura commerciale tale da poter soddisfare le più svariate richieste ed esigenze.

L'obiettivo commerciale e di internazionalizzazione che le aziende si sono date è ambizioso, e per questo è stata coinvolta l'azienda Acanto, realtà di prim'ordine nello sviluppo di piani di comunicazione e marketing.

Alla luce di quanto esposto e dell'importanza che le aziende rivolgono alla presente idea progettuale, il modello di aggregazione previsto è quello del contratto di rete.

Le motivazioni di questa scelta è alla base dell'idea progettuale qui presentata, ossia la profonda condivisione dell'esigenza di sfruttare tutte le possibili sinergie sul piano tecnico, produttivo e commerciale fra aziende che condividono uno stesso obiettivo di espansione nazionale ed internazionale.

Lo scopo è di accrescere, individualmente e collettivamente, la propria capacità innovativa e la propria competitività sul mercato e per questo i partner suddetti, hanno deciso di collaborare per un'obiettivo strategico comune, condividendo informazioni, clienti e piani industriali

I vantaggi di tale decisione sono chiari e condivisi da tutti i partner, ossia mettere a punto una struttura produttiva e commerciale integrata, capace di essere altamente competitiva nei mercati internazionali target, proponendo la vasta gamma di prodotti derivante dalla rete aziendale attuata.



Luogo di emissione:

Numero
Data

Pag.
4

2.7 Eventuale partecipazione di altri soggetti non destinatari diretti all'aiuto

2.8 Eventuale collaborazione con Partner scientifici e tecnologici e con Soggetti che operano a vario titolo nel campo del design e della comunicazione e nella progettazione culturale

Per lo svolgimento delle diverse attività tecniche, le aziende si avvarranno della collaborazione di diversi istituti scientifici e di design. In particolare, saranno attivate le collaborazioni con le seguenti strutture.

- 1) TecnoMarche – Parco Scientifico e Tecnologico delle Marche (PST Marche).
- 2) Università degli Studi di Macerata, area Ricerca e Internazionalizzazione
- 3) Istituto Tecnico Superiore (ITS) di Recanati (Nuove Tecnologie per il Made in Italy)
- 4) Centro Sperimentale di Design di Ancona.

Anche in questo caso le collaborazioni sono state attentamente ricercate, con l'obiettivo di avere competenze nei diversi settori strategici per il raggiungimento degli obiettivi progettuali.

Si descrivono ora le competenze apportate e le attività che saranno svolte dalle diverse strutture coinvolte:

- 1) Tecnomarche PST marche:

Si occuperà della progettazione e sviluppo del sistema di realtà Virtuale per applicazioni commerciali.

La tecnologia virtuale applicata al settore dell'arredamento è legata ai software per visualizzazioni 3d in real-time, conosciuta anche come "virtual walkthrough", ovvero visualizzazioni che permettono di ricreare scene tridimensionali e "viverle" in maniera virtuale, abilitando un'interazione innovativa tra cliente/prodotto, permettendo al cliente di percepire le caratteristiche e le specificità del mobile in esame.

- 2) Università degli studi di Macerata

Supporterà le aziende nell'analisi del mercato target, approntando studi e ricerche volte ad analizzare i gusti le tendenze politiche e sociali del mercato di riferimento. Tale studio sarà un prezioso supporto sia per le aziende produttrici, per progettare soluzioni d'arredo coerenti con le esigenze del mercato, sia per l'azienda di comunicazione Acanto, che potrà così tarare i propri piani di comunicazione.

- 3) Istituto Tecnico Superiore (ITS) di Recanati (Nuove Tecnologie per il Made in Italy) ed il Centro Sperimentale di Design di Ancona

Supporteranno le aziende nella progettazione delle soluzioni d'arredo innovative, nello sviluppo stilistico e di design apportando quella creatività ed originalità universalmente riconosciuta ed apprezzata come "Made in Italy".

Aiuteranno le aziende produttrici a trovare il giusto connubio tra le esigenze tecniche, lo stile italiano e lo stile dei Paesi target.

SEZIONE 3 - CONTENUTI PROGETTUALI

3.1 Descrizione dettagliata del progetto



Luogo di emissione:

Numero
Data

Pag.
5

L'idea progettuale parte dalla considerazione che l'attuale situazione del mercato interno, con cali costanti dei consumi impone alle aziende un'espansione verso i mercati esteri. I mercati promettenti per il settore del mobile, sono quelli dell'est Europa ed ex URSS, della penisola Arabica e dell'India ed i paesi del Golfo Persico. Le difficoltà principali che si incontrano in questi mercati sono legati alle differenti caratteristiche tecniche ed estetiche richieste ai mobili ed agli arredi in genere. E' pertanto necessario svolgere un'analisi del mercato, volta ad individuare le tipologie di prodotto, i fattori estetici d'interesse, le proprietà funzionali dei materiali, la qualificazioni delle finiture, in funzione dell'esigenze di quei consumatori.

L'obiettivo del progetto è quindi sviluppare congiuntamente tra le imprese che hanno mercato diretto una nuova linea di prodotti, capaci di unire il gusto estetico ed il design tipico del Made in Italy, con i gusti estetici ed esigenze funzionali aderenti agli usi e consumi dei Paesi target.

I principali Obiettivi Realizzativi sono:

OR1: Analisi del mercato ed individuazione dei requisiti tecnici ed estetici dei mercati target
Al fine di interpretare correttamente le esigenze ed il trend di mercati così diversi da quello italiano, le aziende si avvarranno di consulenze specifiche (esperti del settore) per le ricerche e l'analisi dei mercati di riferimento. I suddetti studi avranno il compito di individuare le tipologie di prodotto d'arredamento più ricercati, gli aspetti funzionali ed estetici che tali soluzioni d'arredo dovranno avere.

Tali ricerche saranno analizzate dai team "stile" e "Ricerca & Sviluppo" delle aziende proponenti, che avvalendosi anche della collaborazione dell'Università di Macerata, dell'ITS plurisettoriale e Centro Sperimentale di Design, individueranno le caratteristiche funzionali, estetiche e di design più opportune per i diversi Paesi target e tipologia di clienti.

OR2: Progettazione e realizzazione dei prodotti d'arredo

Successivamente verranno sviluppati i nuovi prodotti d'arredo. Particolare attenzione verrà rivolta in questa fase, alla qualità e ricercatezza dei materiali utilizzati al fine di realizzare un prodotto di alta qualità nel rispetto dello stile Made in Italy.

Particolare attenzione sarà rivolta all'ottimizzazione dei processi produttivi, nel rispetto dell'ambiente e delle condizioni lavorative. Particolari interventi saranno finalizzati ad adeguare le certificazioni alle esigenze dell'integrazione tra le aziende in funzione dello sviluppo di prodotto e commerciale che si vuole promuovere.

OR3: Definizione del piano di comunicazione e marketing

Parallelamente alle attività di progettazione tecnica dei nuovi prodotti, il partner Acanto in collaborazione con i partner industriali e con gli istituti tecnici e di ricerca coinvolti, metteranno a punto i nuovi piani di comunicazione e marketing specifici per i Paesi target d'interesse.

Verranno pertanto individuati nuovi slogan, nuove forme di comunicazione e nuove strategie di marketing. In tale ambito rientra lo sviluppo della piattaforma di Realtà Virtuale progettata e realizzata da TecnoMarche PST Marche.

Tale piattaforma avrà l'obiettivo di sviluppare una nuova modalità di comunicazione e di presentazione dei prodotti d'arredamento.

Da un punto di vista commerciale ed industriale, una simile tecnologia è sicuramente strategica, in quanto permetterà realmente di progettare un'esperienza "sensoriale" legata alla soluzione d'arredo d'interesse. Tale tecnologia permetterà di "vivere virtualmente" la soluzione d'arredo, percepirne gli spazi, le luci, l'atmosfera come se fosse realmente all'interno dell'edificio.

L'obiettivo strategico sarà quindi quello di sviluppare un'innovativa modalità di "marketing virtuale", capace di aumentare la percezione della qualità e dell'innovatività dei prodotti realizzati dalle aziende della rete.

Le innovazioni presentate hanno un alto livello di fattibilità ed i rischi sono relativamente bassi e comunque gestibili. L'alto livello di fattibilità è garantito dall'ampiezza e dall'eterogeneità del partenariato. In effetti ognuna delle aziende presenti ha un significativo know-how negli ambiti d'intervento degli OR descritti.

I rischi di insuccesso del progetto sono legati da una parte al possibile emergere di individualismi e mancanza di condivisione sulle politiche di sviluppo dei prodotti e di mercato; dall'altra sono legati ai rischi ed alle incertezze tipiche dello sviluppo di nuovi strumenti che deriveranno da un'attività di ricerca mai realizzata prima in questo ambito. La presenza dell'Università e di TecnoMarche aiuterà le aziende nello scambio e condivisione delle informazioni di progetto e nel tracking delle attività, minimizzando di fatto il rischio sopraesposto.

Per quanto riguarda i rischi di progetto, saranno gestiti secondo le metodologie del Project Management, i requisiti di Qualità e le buone prassi aziendali.



3.2 Impatto del progetto sulla competitività

In un momento storico come quello che stiamo vivendo, caratterizzato da una forte contrazione del mercato interno per tutto il settore dell'arredamento, e con la maggior parte delle aziende concentrate in strategie di riduzione dei costi alla ricerca di un sempre più difficile equilibrio economico, questo progetto rappresenta una risposta nuova ed innovativa che rilancia su fattori di competitività profondi mettendo insieme il meglio delle risorse e delle competenze già presenti nelle singole aziende.

L'impatto sulla competitività è molteplici, da un lato le aziende avranno modo di sviluppare nuovi prodotti stilistici, particolarmente curati ed aderenti alle esigenze del mercato dei Paesi target. Per far questo si avvarranno di un team di consulenti aziendali, istituti e centri di ricerca. Una simile task force non è stata mai impiegata nello sviluppo di soluzioni d'arredo e questo permetterà di mettere a punto e di sperimentare un nuovo processo di sviluppo prodotto.

Il successo della presente idea progettuale consentirà alle aziende di aumentare il maniera significativa il proprio export e conseguentemente la produzione, con un atteso vantaggio economico ed occupazionale (maggior produzione implica maggior forza lavoro).

Il modello organizzativo e le strategie di comunicazioni e marketing attuate per i Paesi target del presente progetto, potranno essere estesi ad altri mercati internazionali, generando un effetto moltiplicativo dei prodotti e delle competenze aziendali.

Il nuovo strumento di marketing virtuale, ageverà lo sviluppo di nuove figure professionali determinando un aumento del Know-how aziendale e lo sviluppo di nuove competenze che potranno essere utilizzare per nuovi progetti e prodotti. Le competenze aziendali si accresceranno anche grazie al team-working che si instaurerà tra le aziende proponenti ed i centri scientifici e di design.

REGIONE MARCHE
GIUNTA REGIONALE

Pag.

110

In un momento storico come quello che stiamo vivendo, caratterizzato da una forte contrazione del mercato interno per tutto il settore dell'arredamento, e con la maggior parte delle aziende concentrate in strategie di riduzione dei costi alla ricerca di un sempre più difficile equilibrio economico, questo progetto rappresenta una risposta nuova ed innovativa che rilancia su fattori di competitività profondi mettendo insieme il meglio delle risorse e delle competenze già presenti nelle singole aziende.

L'impatto sulla competitività è molteplici, da un lato le aziende avranno modo di sviluppare nuovi prodotti stilistici, particolarmente curati ed aderenti alle esigenze del mercato dei Paesi target. Per far questo si avvarranno di un team di consulenti aziendali, istituti e centri di ricerca. Una simile task force non è stata mai impiegata nello sviluppo di soluzioni d'arredo e questo permetterà di mettere a punto e di sperimentare un nuovo processo di sviluppo prodotto.

Il successo della presente idea progettuale consentirà alle aziende di aumentare il maniera significativa il proprio export e conseguentemente la produzione, con un atteso vantaggio economico ed occupazionale (maggior produzione implica maggior forza lavoro).

Il modello organizzativo e le strategie di comunicazioni e marketing attuate per i Paesi target del presente progetto, potranno essere estesi ad altri mercati internazionali, generando un effetto moltiplicativo dei prodotti e delle competenze aziendali.

Il nuovo strumento di marketing virtuale, ageverà lo sviluppo di nuove figure professionali determinando un aumento del Know-how aziendale e lo sviluppo di nuove competenze che potranno essere utilizzare per nuovi progetti e prodotti. Le competenze aziendali si accresceranno anche grazie al team-working che si instaurerà tra le aziende proponenti ed i centri scientifici e di design.

3.3 Capitale umano introdotto in azienda



Luogo di emissione:

Numero
Data

Pag. 7

	Unità n.	Introdotta/Assunta Dal	Introdotta/Assunta Al
Dirigenti o quadro che si intende inserire in azienda (18)	0,00		
Figure professionali con specifiche competenze tecnico-produttive ma anche creative e di marketing che si intende inserire in azienda (19)	3,00		
Giovani laureati che si intende assumere (20)	2,00		
Diplomati che si intende assumere (21)	0,00		
Apprendisti con contratto di alta formazione (22)	0,00		
Diplomati e laureati da stabilizzare nell'impresa mediante trasformazione di contratti a tempo determinato o atipici in contratti a tempo indeterminato (23)	1,00		

SEZIONE 4 - OBIETTIVI, ATTIVITA' E PIANO FINANZIARIO

4.1 Obiettivi



Luogo di emissione:

Numero
Data

Pag.
8

L'Obiettivo generale della filiera è sviluppare nuovi prodotti, particolarmente aderenti alle esigenze e specificità dei mercati della Russia e dei paesi Arabi, ma con lo stile e la qualità tipici del Made in Italy.

Verranno ideati specifici piani di marketing e di comunicazione e verranno realizzate specifiche applicazioni di marketing virtuale, basata sulla tecnologia 3D. Il progetto è costituito dai seguenti Obiettivi Realizzativi e task progettuali

OR1: Analisi del mercato ed individuazione dei requisiti tecnici ed estetici dei mercati target

Att1.1: Analisi del mercato internazionale: Verranno effettuati analisi di mercato, statistiche e studi di settore per permettere un approccio ai mercati esteri.

Att1.2: Individuazione dei requisiti funzionali ed estetici dei mercati target: definizione dei requisiti con lo scopo di soddisfare al meglio le esigenze di mercati esteri

Att1.3: Qualificazione del subset stilistico di riferimento ed armonizzazione con il design italiano: armonizzazione del gusto estetico ed il design tipico italiano, con i gusti estetici ed esigenze funzionali rilevati in precedenza.

OR2: Progettazione e realizzazione dei prodotti d'arredo

Att2.1: Design e progettazione di nuove soluzioni d'arredo

Progettazione di nuove soluzioni d'arredo in grado di coniugare funzionalità e design in un giusto equilibrio e nel rispetto delle tradizioni e dei gusti tipici dei mercati esteri

Att2.2: Realizzazione di nuove soluzioni d'arredo

Sulla base delle specifiche e dei requisiti stabiliti verranno realizzate soluzioni d'arredo accattivanti

Att2.3: Ottimizzazione dei processi produttivi ai fini delle certificazioni di qualità processo/prodotto: garantire efficienza organizzativa mediante una continua verifica della validità dei processi aziendali implementati e della qualità dei prodotti.

OR3: Definizione del piano di comunicazione e marketing

Att3.1: Ideazione del piano di comunicazione e marketing: tali piani saranno focalizzati per i paesi target d'interesse

Att3.2: Progettazione funzionale dei sistemi di marketing virtuale (tecnologie 3D e Realtà Virtuale) l'integrazione fra immagini reali ed oggetti virtuali permette di valorizzare, promuovere e commercializzare il prodotto in modo innovativo

Att3.3: Sviluppo del sistema di marketing virtuale: realizzazione delle nuove forme di comunicazione e nuove strategie di marketing

Att3.4: Installazione e testing presso i punti vendita: attività di sperimentazione e verifica della validità di progetto

I SOTTOSCRITTI:



Luogo di emissione:

Numero
Data

Pag.
9

Mercantini Mobili

Cognome e nome: Pagliano Claudio
nato a Pesaro, PESARO E URBINO, MARCHE, il 29/08/1957,
residente nel Comune di Pesaro, PESARO E URBINO, CAP 61100, MARCHE
all'indirizzo Viale Della Vittoria,
in qualità di rappresentante legale dell'impresa Mercantini Mobili
natura giuridica: Società per azioni
con sede legale nel Piandimeleto, PESARO E URBINO, CAP 61026, MARCHE
C.F: 00110160413 P. IVA: 00110160413
tel. 0722722711, fax 0722721325, e-mail: gmonaldi@mercantini.it
P.E.C. mercantinimobili@legalmail.it

Aster Cucine

Cognome e nome: Del Prete Gennaro
nato a Pesaro, PESARO E URBINO, MARCHE, il 18/05/1937,
residente nel Comune di Pesaro, PESARO E URBINO, CAP 61100, MARCHE
all'indirizzo Via Lago di Nemi,
in qualità di rappresentante legale dell'impresa Aster Cucine
natura giuridica: Società per azioni
con sede legale nel Pesaro, PESARO E URBINO, CAP 61122, MARCHE
C.F: 00880660410 P. IVA: 00880660410
tel. 0721281276, fax 0721282280, e-mail: ivan@astercucine.it
P.E.C. astercucine@mlcert.it



Luogo di emissione:

Numero
Data

Pag. 10

Topstar

Cognome e nome: Giunta Palmerino
nato a Montelabbate, PESARO E URBINO, MARCHE, il 16/11/1956,
residente nel Comune di Pesaro, PESARO E URBINO, CAP 61100, MARCHE
all'indirizzo Altro Strada Lancisi,
in qualità di rappresentante legale dell'impresa Topstar
natura giuridica: Società per azioni
con sede legale nel Mombarroccio, PESARO E URBINO, CAP 61100, MARCHE
C.F: 01132220417 P. IVA: 01132220417
tel. 0721471222, fax 0721471225, e-mail: delbene@topstarpostforming.com
P.E.C. giunta@pec.topstarpostforming.com

F.Ili Del Prete Prefabbricati s.a.s. di Marchionni Adriana & C.

Cognome e nome: Marchionni Adriana
nato a Montelabbate, PESARO E URBINO, MARCHE, il 16/07/1941,
residente nel Comune di Pesaro, PESARO E URBINO, CAP 61100, MARCHE
all'indirizzo Via Lago di Nemi,
in qualità di rappresentante legale dell'impresa F.Ili Del Prete Prefabbricati s.a.s. di Marchionni Adriana & C.
natura giuridica: Società in accomandita semplice
con sede legale nel Pesaro, PESARO E URBINO, CAP 61122, MARCHE
C.F: 01338420415 P. IVA: 01338420415
tel. 0721282532, fax 0721282462, e-mail: sabrina@fllidelprete.it
P.E.C. fllidelpreteprefabbricati@legalmail.it



Domingo Salotti

Cognome e nome: Antonelli Pietrangelo
nato a San Giovanni In Marignano, RIMINI, EMILIA ROMAGNA, il 19/11/1945,
residente nel Comune di San Giovanni In Marignano, RIMINI, CAP 47842, EMILIA ROMAGNA
all'indirizzo Via Mazzini,

in qualità di rappresentante legale dell'impresa Domingo Salotti

natura giuridica: Società a responsabilità limitata
con sede legale nel Pesaro, PESARO E URBINO, CAP 61121, MARCHE
C.F: 00165000415 P. IVA: 00165000415
tel. 0721 209714, fax 0721 208580, e-mail: domingo@legalmail.it
P.E.C. domingo@legalmail.it

Acanto Comunicazione

Cognome e nome: Piazzesi Carlo
nato a Pesaro, PESARO E URBINO, MARCHE, il 07/03/1959,
residente nel Comune di Pesaro, PESARO E URBINO, CAP 61100, MARCHE
all'indirizzo Via Asiari,

in qualità di rappresentante legale dell'impresa Acanto Comunicazione

natura giuridica: Società a responsabilità limitata
con sede legale nel Pesaro, PESARO E URBINO, CAP 61122, MARCHE
C.F: 02204600411 P. IVA: 02204600411
tel. 0721411112, fax 0721436530, e-mail: comunicazione@acanto.net
P.E.C. acantocomunicazione@cert.websolute.it

consapevoli delle responsabilità penali cui può incorrere in caso di dichiarazioni mendaci, formazione o esibizione di atto falso o contenente dati non più rispondenti alla verità, ai sensi dell'art. 76, del D.P.R. n. 445/2000

CONFERMANO

i dati dichiarati nella domanda di agevolazione e nei relativi allegati (Oppure)

DICHIARANO

quanto segue:



Luogo di emissione:

Numero
Data

Pag.
12

Luogo e data

Firmato in digitale dai legali rappresentanti/procuratori