

TOP GUM' DI DONZELLO VINCENZO

DI

SEVESO (Milano)

codice **02746050968**

RAPPRESENTANTE DEL RICHIEDENTE PRESSO L'U.I.B.M.

RICCARDI Sergio

cod. fiscale

UFFICIO BREVETTI RICCARDI & CO. S.n.c.

Recettorio Melloni

n. **32**

città **MILANO**

cap **20129**

(prov) **MI**

vedi sopra

n. **TOP GUM' e figura**

città

cap

(prov)

Aguale turrita su guaina per edilizia con dicitura TOP GUM'

(segue su Area D, foglio aggiuntivo)

NESSUNO

CLASSI DI PRODOTTI E SERVIZI - NUM. D'ORDINE - GENERI - APPLICAZIONE (F = Fabbricazione/C = Commercio/S = Servizi)

Tot. classi **03**

Caucciù, guttaperca, gomma, amianto, mica, prodotti in tali materie rientranti nella Classe 17, prodotti in materie plastiche semilavorate, materie per turare, stoppare e isolare, particolarmente per il settore edile, manti protettivi per la bonifica ed il restauro di co-

NUMERO	APPLICAZIONE	tipo di priorità	numero di domanda	data di deposito o di consegna per l'esposizione	allegato S/R	SCIoglimento RISERVE	
						Data	N° Protocollo

NUMERO	APPLICAZIONE	numero di ordine	data rilasc. 1° dep.	data dom. 1° dep.	data rilasc. preced.	data dom. preced.

NESSUNA



NUMERO	APPLICAZIONE	data	data

300.000.= (Trecentomila==) ANNI 10

obbligatorio

FIRMA DEL (I) RICHIEDENTE (I)

RICCARDI Sergio

Consulente in Proprietà Industriale

PRESENTAZIONE DI RICHIESTA COPIA AUTENTICA SI/NO

SI

PROVINCIALE DEL COMM. ART. DI

MILANO

codice **15**

NUMERO DI DOMANDA

MI98C 001270

Reg.C

il giorno **NOVANTOTTO**

DODICI

del mese di

FEBBRAIO

presentato a me sottoscritto la presente domanda, corredata di n. **001** fogli aggiuntivi per la concessione del brevetto soprariportato.

INTELLIGENTE DELL'UFFICIALE ROGANTE

INTELLIGENTE

timbro dell'Ufficio

L'UFFICIALE ROGANTE M. PETRALIA

N. BREV.



MINISTERO DELL'INDUSTRIA DEL COMMERCIO E DELL'ARTIGIANATO
DIREZIONE GENERALE PER LO SVILUPPO PRODUTTIVO E LA COMPETITIVITA'
UFFICIO ITALIANO BREVETTI E MARCHI

BREVETTO PER INVENZIONE INDUSTRIALE

N. 01276859

Il presente brevetto viene concesso per l'invenzione oggetto della domanda sotto specificata:

num. domanda	anno	U.P.I.C.A.	data pres. domanda	classifica
002149	94	MILANO	20 10 1994	E04C

TITOLARE DONZELLO VINCENZO
A SEVESO (MILANO)

RAPPR. TE RICCARDI SERGIO

INDIRIZZO UFFICIO BREVETTI RICCARDI & CO.
VIA M. MELLONI 32
20100 MILANO

TITOLO METODO PER LA BONIFICA ED IL RESTAURO DI
COPERTURE IN CEMENTO-AMIANTO E MANTO
PROTETTIVO PER LA SUA REALIZZAZIONE

INVENTORE DONZELLO VINCENZO



Roma, 3 NOVEMBRE 1997

IL DIRETTORE DELLA DIV. V
F.to GIOVANNA MORELLI

PER COPIA CONFORME DELL'ORIGINALE

10 DIC. 1997

Consegnato al
Il Direttore UPICA

Morelli

CONVENZIONE ARTIGIANATO 2002

“Un processo integrato per lo sviluppo di nuovi prodotti nell’ambito delle PMI lombarde”

Business plan

“Top Gum s.r.l.”



*Politecnico di Milano
Dipartimento Ingegneria Gestionale*

INDICE

1	Sommario	1
2	Descrizione generale dell'impresa e del Prodotto	6
2.1	TOP GUM: L'azienda	6
3	Descrizione generale del prodotto	7
3.1	TOP GUM: Il prodotto	7
3.1.1	<i>Descrizione del Prodotto</i>	7
3.1.2	<i>Campi d'impiego</i>	7
3.1.3	<i>Modalità d'uso</i>	8
3.1.4	<i>"Plus" del prodotto</i>	8
3.1.5	<i>Processo produttivo</i>	8
3.2	La realizzazione del prodotto	14
3.2.1	<i>Raccolta delle guaine di scarto</i>	14
3.2.2	<i>Raffreddamento attraverso azoto liquido del materiale recuperato</i>	18
3.2.3	<i>Macinazione del materiale raffreddato</i>	19
3.2.4	<i>Fusione delle polveri e miscelazione con solvente</i>	20
3.2.5	<i>Riepilogo costi</i>	21
3.3	Conclusioni	22
4	Piano strategico	23
4.1	Comprensione dell'ambiente esterno	23
4.1.1	<i>Ambiente economico</i>	23
4.1.2	<i>Ambiente tecnologico</i>	25
4.1.3	<i>Ambiente socio-culturale</i>	25
4.1.4	<i>Ambiente legislativo</i>	26
4.1.5	<i>Modello di Porter</i>	27
4.2	L'analisi interna: "Swot Analysis"	36
4.3	Targeting e posizionamento	37
4.3.1	<i>Profilazione dei segmenti</i>	38
4.3.2	<i>Posizionamento</i>	38
4.4	Definizione value proposition	40
5	Analisi della domanda e marketing mix	42
5.1	Analisi Macro	42
5.1.1	<i>Questionari</i>	43
5.1.2	<i>Presentazione dei risultati</i>	47
5.1.3	<i>Modello delle 6 O</i>	49
5.2	Qualificazione e stima del mercato	51
5.3	Analisi micro	56
5.3.1	<i>Cliente industriale</i>	56
5.3.2	<i>Cliente Consumer</i>	60
5.4	Definizione del marketing mix	63
5.4.1	<i>Prodotto</i>	64
5.4.2	<i>Prezzo</i>	64
5.4.3	<i>Distribuzione</i>	70
5.4.4	<i>Promozione</i>	71

6	Piano operativo	74
6.1	Locazione società	74
6.2	Attività core	74
6.3	Programmazione e controllo della produzione	74
6.4	Marketing e vendite	75
6.5	Gestione amministrativa e finanziaria	75
6.6	Gestione delle risorse umane	75
6.7	Ricerca e sviluppo	75
6.8	Assetto organizzativo	76
7	Piano delle risorse umane e organizzative	77
7.1	Risorse umane critiche	77
7.2	Manodopera diretta	77
7.3	Manodopera indiretta	78
7.4	Top Management	78
7.5	Conclusioni	78
8	Proiezioni economiche-finanziarie	79
8.1	Bilanci d'esercizio	80
8.2	Note integrative alla redazione del bilancio di esercizio	84
8.3	Schema di cash flow	85
8.4	Nota alla relazione dello schema di cash flow	87
8.5	Analisi dei principali Indicatori di Bilancio	88
8.6	Net present value	92
8.7	Note al calcolo dell' NPV	94
8.8	Analisi di break even	95
8.9	Note sull'analisi di break even	97
9	Conclusioni	98
9.1	Situazione "as is"	98
9.2	Proiezioni future	98

Bibliografia

Allegati