

www.alessandrogiuliani.it

Aprire un mercatino dell'usato



aprire un mercatino dell'usato

di alessandro giuliani

www.alessandrogiuliani.it

Indirizzi utili per contattarmi direttamente:

www.facebook.com/alessandrogiuliani.it

www.twitter.com/alexgi

a.giuliani@leotron.com

~~~~~

© 2008-2011, by Alessandro Giuliani – Verona

Il presente documento è liberamente distribuibile ma è vietata qualsiasi modifica,  
ivi inclusa l'eliminazione della fonte o dei link



## INTRODUZIONE

Mi occupo di **mercatini dell'usato** dal 1993. La mia azienda – **Leotron** - a quell'epoca sviluppò uno specifico software per la gestione del **mercatino dell'usato**. Cogliendo le opportunità di questo nuovo mercato che, in Italia, vedeva la luce in quegli anni, si è costantemente evoluta sino a proporre due soluzioni in network franchising e due diversi software di gestione, specifici per questo settore.

Oggi **Leotron** si occupa esclusivamente di **mercatini dell'usato**. Il mio staff, composto di una dozzina di giovani, preparati ed appassionati, si occupa dei vari ambiti del mercato **second-hand**.

Lo sviluppo, software e web, è il nostro punto di forza. D'altronde la tecnologia è nel nostro DNA, potendo vantare oltre 20 anni d'esperienza. Utilizziamo la tecnologia più aggiornata per garantire un enorme vantaggio competitivo rispetto alla concorrenza e per abbassare i costi di gestione.

La formazione per noi è un settore strategico e si unisce alla perfezione con la tecnologia. Oltre ai periodici incontri formativi, sia nella nostra sede che in sedi periferiche, eroghiamo servizi in teleassistenza e in videoconferenza.

Il marketing è la nostra sfida. Agganciati a concetti "non convenzionali", basati sul passaparola, oltre ad una struttura interna, possiamo avvalerci di importanti collaborazioni che ci permettono una grande visibilità in rete e l'elaborazione di piani strategici a basso costo e ad alta resa.

Il supporto è il nostro fiore all'occhiello. Oltre ai funzionari che garantiscono la loro presenza nei punti vendita affiliati ai nostri network, condividiamo le esperienze e le pubblichiamo in apposite *aree riservate*. Una volta all'anno organizziamo una convention con gli esperti più autorevoli.

I collaboratori ci permettono di fare la differenza. Un famoso studio legale, un autorevole antiquario, un preparato urbanista e svariati professionisti ci permettono di essere autorevoli in tutti gli ambiti in cui un mercatino dell'usato si troverà ad operare.

Leotron è l'unica azienda in Italia che ti permette di scegliere tra la formula in network franchising (con Mercatopoli o Baby Bazar) e il solo software di gestione.

~~~~~



Ritengo di poter affermare, senza timore di smentita, che Leotron oggi è il punto di riferimento nazionale per i **mercatini dell'usato** in Italia.

Il **secondhand style** è diventato anche il mio stile di vita. Affascinato da questo settore, ho compreso che molto spesso si accantonano delle cose che non servono più, anche se sono praticamente perfette e possono essere vendute nei mercatini dell'usato. Allo stesso tempo ho ben compreso che in questi luoghi si possono fare ottimi affari.

Sono convinto che il settore della **compravendita di usato** sia in grande evoluzione: il mio intento è contribuire alla diffusione tale stile di vita anche attraverso questa guida.

Essa contiene i miei consigli per aprire un **mercatino dell'usato** in completa autonomia.

Essendo l'amministratore di una società che si occupa esclusivamente di **mercatini dell'usato**, questa guida può apparire a prima vista in conflitto di interessi. In realtà sono un grande sostenitore della filosofia open source e desidero quindi condividere le mie esperienze.

Dopo aver letto questa guida, potrai scegliere di aprire il tuo mercatino dell'usato:

- ✚ affiliandoti a Mercatopoli o a Baby Bazar, sposando la nostra filosofia, ottenendo il massimo supporto e moltiplicando quindi considerevolmente le tue probabilità di successo;
- ✚ scegliendoci come partner tecnico, con l'acquisto di uno dei nostri software di gestione, specifici per questa attività;
- ✚ utilizzando le informazioni che trovi per aprire la tua attività *fai da te*.

In ogni caso il mio obiettivo sarà raggiunto. Ritengo infatti che la diffusione di questo mercato aiuti l'ambiente in cui viviamo. La filosofia second-hand è un sistema per vivere in modo ecologico, senza compromessi qualitativi e senza grossi sforzi.

A completamento della presente questa guida puoi trovare molti approfondimenti sul mio sito www.alessandrogiuliani.it che tengo sempre aggiornato.

Se utilizzi Facebook ti invito a chiedermi l'amicizia, mi trovi a questo indirizzo: www.facebook.com/alessandrogiuliani.it. Puoi seguirmi anche su Twitter all'indirizzo www.twitter.com/alexgi.

Non posso esimermi, a piede di questa breve introduzione, dal fare un po' di pubblicità ai prodotti di **Leotron**, specifici per il mercatino dell'usato.

~~~~~



Nel sito [www.leotron.com](http://www.leotron.com) puoi trovare le specifiche proposte per il **mercatino dell'usato** (segui i link indicati per aprire le corrispondenti pagine):

- ✚ **Secondhand**: il [programma mercatino](#) più economico, la scelta migliore per i mercatini dell'usato più piccoli;
- ✚ **J2k Revolution**: il [software mercatino](#) più diffuso a livello nazionale, specifico per i mercatini che vogliono garantire un servizio completo per i propri clienti e necessitano di importanti strumenti di marketing, integrati al software;
- ✚ **Mercatopoli**: il [mercatino dell'usato](#) generalista, per gli imprenditori che vogliono esprimersi con un sistema organizzato nei dettagli, in un mercato molto gratificante e redditizio;
- ✚ **Baby Bazar**: il [baby mercatino](#) verticale, per chi vuole esprimersi in un mercato tematico, appassionante, redditizio, nel mondo del bambino.

Sul sito di Leotron trovi anche le brochure, sempre aggiornate, dove vengono analizzati tutti i prodotti e **dove sono indicati tutti i prezzi.**

In particolare ti segnalo:

- ✚ la [brochure Mercatopoli](#);
- ✚ la [brochure Baby Bazar](#);
- ✚ la [brochure Software](#).

Per l'affiliazione a Mercatopoli o a Baby Bazar è indispensabile l'utilizzo del software J2K Revolution. Il software Secondhand non comprende infatti le funzionalità marketing, di monitoraggio e di statistica che permettono al punto vendita di svilupparsi secondo il sistema proposto agli affiliati.

Sono consapevole che la presente guida incentiverà il proliferare di attività *fai da te*, ma sono profondamente convinto che l'affiliazione ad un network come **Mercatopoli** o come **Baby Bazar** possa veramente fare la differenza. Il mio staff affianca infatti, in modo fantastico, gli imprenditori affiliati ai network, permettendogli di crescere e di raggiungere redditività molto interessanti.

~~~~~



Il mercato oggi è saturo di prodotti e servizi mediocri e la tendenza è quella di **mirare a prodotti e servizi straordinari**: noi siamo pronti! E tu?

LA MIA STORIA

Scrivere di me è come scrivere della mia azienda. Ho aperto la mia attività nel 1988 e sono nato nel 1965. A 23 anni, con molta passione e parecchia incoscienza, decisi di mettermi in gioco.

Ho faticato molto per arrivare dove sono. Durante il mio percorso ho capito che la formazione è un valore aggiunto molto importante per un imprenditore e, oggi più di ieri, non perdo l'occasione per partecipare a corsi, seminari ed incontri per imparare qualcosa di nuovo.

Nei primi 5 anni di attività, io e la mia azienda ci dedicammo ad implementare soluzioni software per aziende, in particolar modo nell'ambito gestionale, visto il mio diploma tecnico-commerciale.

Nel 1992 incontrai un imprenditore italiano che, ispirandosi al modello di [Troc](#), voleva importare anche da noi l'attività di **mercatino dell'usato** in conto vendita e chiese quindi la collaborazione della mia società.

Il franchising Troc, non presente in Italia, è l'evoluzione del primo negozio di usato in conto vendita, che fu reso operativo nel 1982 da **Jean Pierre Budier**, all'epoca disoccupato e poco più che 40enne e oggi ancora presidente della medesima catena. Se vi interessa approfondire la storia di Jean Pierre Budier, è disponibile su [Amazon](#) la sua autobiografia in francese.

Per effetto di questa collaborazione, la mia azienda creò un software in grado di gestire un mercatino dell'usato con oggetti in conto vendita da privati e si occupò, fino a novembre 1999, dello sviluppo e del supporto tecnico di [Mercatino srl](#) e degli affiliati al suo franchising.

Con il nuovo millennio le strade si divisero. Leotron ripartì con poche risorse economiche e con tantissima esperienza e implementò un nuovo software pensato per chi voleva gestire un mercatino dell'usato in autonomia.

Nel 2002 Leotron acquistò il marchio Mercatopoli ed elaborò un diverso modello di business, basandosi sul concetto di network franchising, più moderno e innovativo. La proposta fu quella di un contratto di affiliazione senza royalties, senza patti di non concorrenza e senza

~~~~~



vincoli vessatori, facendo leva sui vantaggi nell'appartenenza ad un gruppo piuttosto che sulle imposizioni contrattuali.

Fu la scelta che aprì le porte al mio successo e che permise all'azienda di rendere operativi oltre 100 negozi Mercatopoli in pochi anni.

Nel 2005 la mia azienda ebbe l'intuizione di creare un modello specifico e verticale per il mondo dei bambini, con un modello di business simile a quello di Mercatopoli, ma ispirandosi ad un vero e proprio negozio.

Un anno dopo nacquero i primi Baby Bazar.

Oggi vogliamo consolidare il nostro successo ed evolvere questo mercato verso un modello di servizio straordinario in cui il cliente, sia il nostro che quello dei punti vendita affiliati, sia veramente al centro dell'attenzione.

## IL MERCATO OGGI

(Clicca per approfondire. [Mercatino: il mercato](#))

Il **mercato dell'usato**, da qualche anno, sta rapidamente crescendo e il giro d'affari di chi opera in questo settore tende a incrementarsi. Le ragioni di questo sviluppo sono molteplici:

- l'aspetto economico dell'attività che agevola gli scambi e li semplifica;
- la natura della **compra-vendita** dell'usato che si coniuga perfettamente con le tematiche ambientali;
- la minore disponibilità economica delle famiglie;
- la dimensione ludica ed esplorativa di chi entra in un **mercatino dell'usato**;
- una tendenza modaiola (modernariato, vintage, ecc.);
- il sempre maggiore flusso di cittadini stranieri, la cui cultura dell'usato è molto più radicata.

Con lo sviluppo del settore assistiamo anche ad una sorta di maturazione del mercato:

- si diffondono **negozi dell'usato** organizzati in franchising;
- i **mercatini dell'usato** tendono sempre più a diventare [negozi dell'usato](#);
- nascono **mercatini** tematici, specializzati in aree merceologiche ben precise.

Ed è evoluzione! Intesa soprattutto come aumento della qualità della proposta: non è più tempo di rigattieri in magazzini disordinati e umidi, con accozzaglie di oggetti accalcati uno

~~~~~



sull'altro. Oggi l'usato va di moda, ma solo all'interno di negozi ordinati e puliti, che utilizzano con competenza e professionalità i fondamentali principi di marketing.

Nel 2010 la Camera di Commercio di Milano ha censito il numero di aziende operanti nel settore dell'usato: sono ben 3.405 con un giro d'affari di svariati miliardi di euro.

In grande crescita le catene del franchising, vere e proprie imprese organizzate che hanno fatto dell'intermediazione alla compravendita un business concreto.

Riporto una mia citazione pubblicata qualche anno fa su "Il Salvagente":

"Ciò che fino a oggi ha limitato la vendita dell'usato è stato un problema di percezione. Quando una persona va al ristorante non si pone la questione se il piatto in cui mangia sia stato utilizzato da qualcun altro. Eppure se lo chiede quando acquista un abito o un mobile di seconda mano. Ma è palpabile l'evoluzione verso questo nuovo stile di vita."

Il fenomeno "**mercatino dell'usato**" si è inserito stabilmente nel tessuto economico e sociale del paese per cui, oggi, in un **mercatino dell'usato** si trovano davvero tutti i ceti sociali. Si va al **mercatino** per cercare qualcosa di particolare, non necessariamente per risparmiare, per passare alcune ore in uno spazio "fuori dal tempo", per una forma di evoluzione di ognuno di noi, che può vedere, nel riciclo di cose utili, un modo per aiutare il nostro mondo a risparmiare energia preziosa.

Il **mercatino dell'usato** è un modo alternativo di fare shopping ... alternativo al centro commerciale!

Molti brand internazionali hanno ben compreso l'evoluzione e si diversificano proponendo ai loro clienti, sporadicamente o in modo continuativo, un reparto di articoli di [secondamano](#). Ad esempio [Blockbuster](#), [Decathlon](#), [Game Stop](#), [Miele](#).

Recenti campagne pubblicitarie di grossi brand valorizzano sempre di più l'usato come, ad esempio, [Elena Mirò](#) e [Intimissimi](#).

Anche l'Italia, finora fanalino di coda, si sta allineando all'Europa e agli Stati Uniti, paesi in cui la realtà dell'usato è presente da molti anni nel tessuto economico di ogni paese e in cui sono presenti molti franchising attivi nel settore: [Troc](#), [Cash Converters](#), [Kid to Kid](#), [Buffalo Exchange](#).

~~~~~



## IL SISTEMA

(Clicca per approfondire. [Il contovendita](#))

Per **mercatino dell'usato** intendo un'**Agenzia d'Affari** organizzata come attività di intermediazione tra privati basata sul sistema del conto vendita. La base giuridica è l'articolo 115 del Testo Unico Legge Pubblica Sicurezza (T.U.L.P.S.).

In sostanza, l'agenzia è una struttura che ospita oggetti usati che privati cittadini mettono a disposizione di possibili acquirenti.

Il responsabile di tale struttura non è un commerciante e non pone in vendita merce della quale detiene il titolo di proprietà, ma si configura come un promotore d'affari. La sua opera è ricompensata da una commissione in percentuale sul valore della transazione.

È fondamentale, per la corretta gestione di un **mercatino**, tener traccia del venditore di ogni singolo articolo (il proprietario dell'articolo). In questo modo è possibile rimborsare a ogni venditore il valore degli oggetti venduti di sua proprietà, detraendo da tale rimborso una commissione d'agenzia (provvigione).

Il cliente del mercatino può quindi essere un venditore oppure un acquirente. I venditori sono in pratica i fornitori del **mercatino**, che portano la merce destinata alla vendita. Gli acquirenti sono coloro che acquistano.

Ogni cliente, al suo primo rapporto con l'**Agenzia d'Affari**, deve essere codificato con la compilazione della relativa scheda anagrafica. È importante identificare il cliente attraverso un documento d'identità valido: per i clienti venditori è addirittura obbligatorio per legge. In questa fase è inoltre obbligatorio informare il cliente che verranno trattenuti i suoi dati personali, ai sensi della legge sulla privacy.

Normalmente il gestore provvede ad emettere una tessera, mirata a fidelizzare il cliente e a consegnare e spiegare le "istruzioni per l'uso".

Se il cliente sta portando degli oggetti (e quindi è un venditore) è necessaria la stipula di un **mandato di vendita** (il contratto attraverso il quale l'agenzia può vendere i suoi oggetti), con la definizione delle percentuali di provvigione dei vari oggetti. Normalmente, gli articoli sono catalogati per categoria merceologica, alla quale corrisponde una specifica provvigione.

È quindi possibile caricare gli oggetti, stabilendo per ognuno il relativo prezzo di vendita. Ultimata la fase di carico, è necessario stampare le etichette da applicare agli oggetti e la

~~~~~



“lista oggetti ricevuti”, da consegnare, come promemoria, al venditore. A questo punto la merce potrà essere esposta e quindi venduta.

Le vendite eseguite sono **esenti** dall'obbligo di emissione di **ricevuta fiscale, scontrino e documento di trasporto**, poiché la merce è di privati.

A richiesta del cliente acquirente, l'agenzia può emettere una ricevuta di vendita, non valida ai fini fiscali.

Dopo alcuni giorni dalla vendita degli oggetti (oppure alla fine del mese), l'agenzia provvede al rimborso dei venditori e al relativo computo delle proprie provvigioni spettanti.

Semplifichiamo il tutto con un esempio.

Un venditore porta un articolo valutato 80,00 euro con una provvigione del 35%.

La vendita dell'articolo avviene alcuni giorni più tardi e l'agenzia incassa 80,00 euro. Dopo alcuni giorni, l'agenzia rimborsa il venditore per 52,00 euro ed emette una fattura di provvigioni per 23,33 euro + IVA 20%, per un totale fattura di 28,00 euro. Il rimborso del venditore è quindi eseguito detraendo la provvigione dell'agenzia ed emettendo per tale provvigione la relativa fattura, intestata al venditore.

Un sistema efficace prevede anche i seguenti casi particolari:

- il venditore desidera riprendere possesso di tutti o di alcuni articoli esposti;
- l'acquirente lascia una caparra per il successivo acquisto di uno o più oggetti;
- l'acquirente rende degli articoli già acquistati.

Tutti i movimenti riguardanti gli articoli devono essere riportati sul "[registro vidimato degli affari](#)", che deve essere stampato con frequenza giornaliera (vedi approfondimento sul sito).

Infine, è importante porre l'accento sul fatto che il contratto tra l'agenzia e il venditore deve prevedere una diminuzione di prezzo una volta trascorso un certo numero di giorni dal carico, allo scopo di rendere più appetibili gli oggetti invenduti.

COMPRA VENDITA O CONTO VENDITA?

La necessità di sgomberare una cantina, un solaio o addirittura un intero appartamento è soddisfatta, in genere, cosa da **rigattiere**. Normalmente, si reca a casa del cliente, dà uno

~~~~~



sguardo agli oggetti, valuta il costo del trasporto e offre una somma per tutto ciò che al cliente non serve più. Se va bene.

Altre volte il rigattiere offre [il servizio di sgombero](#) in cambio della merce: gratis!

Compra in contanti (o sgombera gratis) per poi rivendere. Gli oggetti ritirati prenderanno variegate vie commerciali: la vendita diretta, l'**antiquario**, il **mercatino di piazza**. Ovviamente, il **rigattiere** ricarica su ogni oggetto il suo margine, cioè la somma che vuole guadagnare, e così farà l'eventuale **mercatino di piazza** o l'**antiquario**.

Il **rigattiere** è un vero esperto, sa riconoscere a colpo d'occhio oggetti di valore e quindi cercherà la via commerciale più adatta per ogni oggetto, così da massimizzare il proprio guadagno. È la **compra-vendita**, in cui, per ovvie ragioni economiche, si acquista al prezzo più basso per rivendere a quello più alto.

Ben diversa è la formula del [contovendita](#), dove il proprietario di oggetti da vendere e il venditore cercano, assieme, di realizzare il più possibile per poi dividere l'incasso. Il proprietario possiede gli oggetti, ma l'organizzazione commerciale finalizzata alla vendita sta assumendo un'importanza sempre più rilevante.

In un mondo fatto di offerte mirabili, insuperabili, addirittura sotto costo e dove è sempre possibile trovare qualcuno che vende lo stesso oggetto ad un prezzo minore, è facile pensare che il compito di chi vende un oggetto di **seconda mano** sia piuttosto arduo.

Questa figura d'intermediazione deve dotarsi di una struttura adeguata per promuovere gli oggetti da vendere, esponendo le cose nel modo migliore, in maniera da poter catturare l'attenzione del possibile acquirente e vendere l'oggetto.

La diversità tra la compra vendita e il conto vendita sta proprio nel ruolo di chi vende l'oggetto. Il ruolo del rigattiere è di vendere per marginare, il ruolo di chi esercita l'attività di conto vendita è di vendere per guadagnare per sé e per il suo cliente.

I **mercatini dell'usato** che propongono oggetti in **conto vendita** stanno proliferando e i **rigattieri** stanno sparendo.

La teoria di Darwin sull'evoluzione della specie vale anche a livello commerciale!

~~~~~



ANTIQUARIATO O USATO?

Un **mercatino dell'usato** è molto diverso da un **mercatino dell'antiquariato**. È vero che in alcuni **mercatini dell'usato** si trovano degli oggetti d'antiquariato a prezzi molto buoni e che spesso il gestore del mercatino è abbastanza esperto su stili e valore di oggetti e mobili di un'altra epoca. Tra l'altro, i gestori dei punti vendita Mercatopoli possono avvalersi dell'affiancamento di un perito antiquario.

Ma il sistema, se si vuol guadagnare, è molto diverso.

L'obiettivo di un **mercatino dell'usato** con oggetti in conto vendita è di ottimizzare al meglio i tempi di giacenza degli oggetti esposti. Il guadagno è rappresentato dalle provvigioni, quindi, più l'esposizione "gira", più il gestore guadagna.

È un volano. A volte ci vuole un po' di tempo per avviarlo, ma quando è a regime è un meccanismo molto redditizio. Tutte le scelte dell'imprenditore devono rappresentare questa filosofia.

Se i prezzi sono bassi, gli oggetti saranno venduti più facilmente e si libereranno gli spazi per altri oggetti. I visitatori del **mercatino** troveranno un'esposizione sempre rinnovata, sempre diversa e saranno propensi a tornare più spesso per non perdere le occasioni, che in un **mercatino dell'usato** possono essere frequentissime.

Impostare il proprio **mercatino dell'usato** come un negozio d'antiquariato è una scelta che molto spesso si rivela sbagliata. La questione è che un pezzo d'antiquariato necessita dell'acquirente giusto, disposto a pagarne il prezzo elevato, e questo tipo di acquirente non si trova tutti i giorni. L'esposizione quindi diverrà statica e l'afflusso delle persone, alla base del successo, si rallenterà inevitabilmente.

Ciò non toglie che nei punti vendita Mercatopoli si possano trovare dei pezzi d'antiquariato. I Mercatopoli hanno infatti a disposizione un servizio di expertise che permette di collocare storicamente un oggetto e di avere una valutazione ufficiale, grazie alla consulenza di un antiquario.

~~~~~



Gestire un mercatino dell'usato e fare l'antiquario sono due professioni molto diverse e dovrebbero rimanere mestieri differenti.

## I PRIMI PASSI

Ecco il primo passo da fare: decidere se **aprire un mercatino dell'usato**.

Per agevolare la tua decisione ho preparato un elenco di argomenti, suddivisi in positivi e negativi.

### Argomenti negativi:

- È un lavoro pesante: se apri un **mercatino dell'usato** non starai comodamente seduto dietro una scrivania. Se desideri questo hai sbagliato tutto.
- 8 ore al giorno non bastano. Essere imprenditori, oggi, vuol dire metterci impegno e passione. Se pensi che alla chiusura del punto vendita il tutto finisca con la conta dell'incasso sei sulla strada sbagliata. È necessario montare mobili, organizzare i trasporti, fare le valutazioni esterne, pulire e ordinare. Certo potrai chiedere a qualcuno di farlo per te, ma solo se te lo potete permettere economicamente.
- Non è un'attività speculativa. Il **mercatino dell'usato** ti garantisce un lavoro gratificante e redditizio, ma l'attività non va considerata come speculativa. È vero che c'è chi, in pochi anni, ha comprato casa o addirittura il locale, ma ricorda che il successo dipende quasi esclusivamente dalle capacità dell'imprenditore.
- È un lavoro che prevede un contatto diretto con il pubblico. Può piacere o no. Se non ti piace indirizzati verso un'altra attività.
- Predisponiti psicologicamente ed economicamente poiché i risultati, normalmente, arrivano dopo il secondo anno di attività.

### Argomenti positivi:

- È un'attività splendida.
- È un lavoro in proprio. Non avrai capi né direttori e le decisioni le dovrai prendere tu, assumendotene oneri ed onori.
- Aprire un **mercatino dell'usato** non è difficile e non è necessario un grande capitale iniziale. Qualche soldino però lo devi avere.
- Il rischio d'impresa è molto basso. Non dovendo investire in merce (la portano i privati), le spese saranno solo quelle di gestione e incasserai il denaro ancor prima di pagare i relativi venditori.

~~~~~



- È un lavoro che prevede il contatto diretto con il pubblico e se ti piace ti divertirai.

LA RICERCA DEL LOCALE

(Clicca per approfondire. [Mercatino: il locale](#))

Trovare il locale adatto per aprire un mercatino dell'usato è, a mio parere, la cosa più difficile. Alcuni imprenditori che hanno aperto in una posizione errata si sono trovati presto in difficoltà. La scelta del posto non si può sbagliare, non c'è una seconda possibilità.

Prima di mettersi alla ricerca, consultando annunci, chiamando agenzie immobiliari o telefonando ad amici e parenti, bisogna sapere alcune cose.

È necessario conoscere la destinazione urbanistica richiesta dal Comune in cui si vuole aprire. Giuridicamente l'attività d'intermediazione tra privati (**mercatino dell'usato**) è un'attività mista, artigianale e di servizi, e ogni Comune destina questa attività in base al proprio piano regolatore e alla propria interpretazione.

Alcuni Comuni prevedono l'insediamento di attività di servizi in uno spazio con destinazione urbanistica direzionale o commerciale. Altri, con regole più flessibili, permettono l'insediamento di tale attività anche in aree produttive (artigianali o industriali).

A mio sapere, un'attività del genere non può mai essere svolta in un locale a destinazione residenziale. È quindi necessario chiedere informazioni all'Ufficio Tecnico del Comune. Ricordate che, se il Comune chiede la destinazione commerciale o direzionale potrebbe non essere necessario che tutta la superficie sia così accatastata. Spesso è sufficiente che siano tali le aree dove saranno portati a termine gli scambi commerciali (carico e vendita).

L'esposizione dei mobili e/o dell'oggettistica potrà, in questo caso, essere localizzata in area produttiva o deposito.

Per evitare sorprese, ho predisposto una [richiesta di parere preventivo](#) da trasmettere al Comune per conoscere nel dettaglio le loro esigenze. Normalmente, ad una richiesta di parere preventivo il Comune dovrebbe rispondere per iscritto.

Gli imprenditori intenzionati ad affiliarsi ai network Mercatopoli o Baby Bazar hanno il supporto di un professionista urbanista, che predispone una relazione tecnica dell'attività ed effettua uno studio di compatibilità della stessa con il piano regolatore del Comune in cui si vuole aprire. In questo modo, il rapporto con il Comune sarà fluido e non vi saranno sorprese.

~~~~~



È da decidere quale sarà la superficie del punto vendita. Un imprenditore che intende rendere operativo un **mercatino dell'usato** generico (abbigliamento, oggettistica, mobili, elettrodomestici, ecc), lavorando da solo, dovrà accontentarsi di 300 / 350 metri quadrati. Superfici più ampie (più il mercatino è grande, meglio funziona) dovranno essere gestite da più persone.

Se invece si vuole rendere operativo un **baby mercatino**, può essere sufficiente una superficie di 120 metri quadrati, o superiori se il progetto prevede attività complementari, come, ad esempio, la vendita del nuovo, una ludoteca o l'organizzazione di eventi per i bambini. Tutte queste attività sono compatibili con l'affiliazione a Baby Bazar.

Se vuoi rendere operativo un Mercatopoli ricordati che vengono scartati tutti i locali inferiori ai 350 metri quadrati. Se vuoi aprire un Baby Bazar la superficie minima è di 160 metri quadrati.

Personalmente, mi indirizzerei su un locale di almeno 700 metri quadrati. Se fosse un Baby Bazar, cercherei un locale di almeno 200 metri quadrati. Sono più impegnativi da gestire, ma molto più redditizi!

Per aumentare sensibilmente le probabilità di successo, verifico personalmente i locali candidati all'apertura di un Mercatopoli o di un Baby Bazar. È un'attività che mi comporta parecchio impegno, ma considero fondamentale utilizzare la mia esperienza per scegliere il locale giusto.

È importante sapere che sopra i 400 metri quadrati la legge impone che i locali siano agibili dal punto di vista di [prevenzione incendi](#). Considera attentamente questo limite perché può essere costoso adeguare i locali alle nuove leggi e non sempre il proprietario dell'immobile è disposto a farlo a sue spese.

Ottenute queste informazioni, è necessario iniziare la ricerca considerando che la localizzazione è tanto più importante quanto più è piccolo il punto vendita.

I mercatini più grandi possono permettersi una localizzazione più decentrata, perché sarà l'assortimento ad attrarre i clienti. Pensa a dove sono collocati Ikea e Blockbuster: Ikea, grandissima ed è localizzata in un modo, Blockbuster necessita invece di una posizione molto diversa.

~~~~~



Per la localizzazione va escluso il centro, troppo costoso e troppo disagiato in termini di accesso, di raggiungibilità e di parcheggio e i centri commerciali, anch'essi troppo costosi.

Va sempre definito un budget di spesa, da determinare in base alla tipologia del locale, alla posizione, alla presenza di trainanti e quindi al bacino d'utenza.

Ecco alcuni esempi:

Negozio. Zona commerciale o prima periferia in una importante via d'accesso. Visibile e con possibilità di insegna. Facilmente raggiungibile. Parcheggio.

→ 120 metri quadri per 1.200 euro mensili.

Capannone o negozio. Zona commerciale o prima periferia in una importante via d'accesso. Visibile e con possibilità di insegna. Facilmente raggiungibile. Parcheggio.

→ 300 metri quadri per 1.500 euro mensili.

Capannone. Zona commerciale o prima periferia in una importante via d'accesso. Visibile e con possibilità di insegna. Facilmente raggiungibile. Parcheggio.

→ 500 metri quadri per 2.200 euro mensili.

Capannone. Zona commerciale o prima periferia in una importante via d'accesso. Visibile e con possibilità di insegna. Facilmente raggiungibile. Parcheggio.

→ 1.000 metri quadri per 4.000 euro mensili.

Con questo budget potrai partire con una certa tranquillità, ma non è facile trovare locali a questi prezzi, ne sono consapevole. Con pazienza e un po' di fortuna il locale giusto si trova.

Locali più costosi, con caratteristiche di eccellenza, vanno valutati molto attentamente.

Ricorda che spesso la richiesta e l'offerta si discostano molto e tutti i locali vanno trattati in termini economici, soprattutto in periodi di crisi nei quali la disponibilità di locali è molto elevata.

~~~~~



I fattori più importanti per la scelta giusta sono:

- Il budget: deve essere il più vicino a quanto consigliato;
- La visibilità: deve essere ben visibile e avere la possibilità di predisporre un'insegna molto evidente;
- La raggiungibilità: i clienti devono poter raggiungere il posto senza difficoltà. Locali nascosti, in zone a traffico limitato, su strade a senso unico o su grandi strade con spartitraffico centrale sono solitamente da scartare;
- Il parcheggio: se non c'è i clienti non vengono;
- Il bacino d'utenza: devono essere residenti almeno 35.000 abitanti entro dodici minuti di macchina;
- L'estetica del locale: locali fatiscenti, umidi e malsani sono da scartare;
- Su "piano strada": non devono esserci scale per accedere al locale. Normalmente sono da scartare, salvo casi particolari, i locali su più livelli, perché troppo difficili da gestire. Vanno attentamente valutati i seminterrati.

## FINANZIAMENTI

Non pensare di rendere operativo un negozio finanziandolo con gli incassi futuri: è un errore ricorrente e si paga molto caro. Molto meglio ricorrere ad un'istituzione che possa erogare un finanziamento.

Partendo senza sufficienti risorse si rischia di dover tagliare la pubblicità, che richiede almeno 6.000 euro l'anno (da raddoppiare il primo anno), con il rischio di pregiudicare la riuscita di tutto il progetto. Il primo anno chiuderà in perdita e il primo anno si lavora gratis!

Ottenere un finanziamento, in Italia, non è facile. Potrai iniziare a verificare presso la **Camera di Commercio** della tua zona se esistono dei bandi di finanziamento adatti a te. Oppure potrai contattare [Invitalia](#) (ex Sviluppo Italia), un'agenzia governativa appositamente predisposta. L'ultima possibilità, spesso la più utilizzata, è accedere al credito bancario. In ogni caso, il documento principe per poter richiedere un finanziamento è il business plan.

L'accurata realizzazione di un business plan garantisce all'istituto di credito una buona credibilità imprenditoriale e aumenta sensibilmente le possibilità di ottenere un corretto finanziamento.

~~~~~



IL BUSINESS PLAN

(Clicca per approfondire. [Mercatino: business plan](#))

Prima di procedere con la stipulazione del contratto d'affitto, **consiglio vivamente** la redazione di un **business plan**, un documento per la pianificazione dell'attività capace di evidenziare quello che spenderai e quello che potrai incassare. Il condizionale è d'obbligo.

Il **Business Plan** è un documento importantissimo che tutti gli imprenditori dovrebbero stilare prima dell'avvio di una qualsiasi attività. Aprire un **mercatino dell'usato** senza questo documento di pianificazione è come guidare un'auto di notte senza fari. Dove stiamo andando? Che strada prendere? Stiamo sbagliando? Queste sono domande fondamentali e l'unico documento capace di dare una risposta concreta a questi dubbi è proprio il **Business Plan**.

Tale documento, fondamentale prima di avviare un **mercatino dell'usato**, **diventa indispensabile anche una volta avviato**: permette di confrontare i risultati previsti con quelli reali. Se i secondi si discostano dalle previsioni ne vanno analizzati i motivi e vanno presi i necessari provvedimenti.

Il **Business Plan** permette di stimare costi e ricavi dei primi 5 anni di attività. Ovviamente è necessaria un po' di esperienza.

Vista l'importanza di questo documento, la mia azienda provvede a redigere il business plan gratuitamente e senza impegno, dopo aver visionato e locali e prima di assumere reciproci impegni. Questo servizio, riservato ai candidati Mercatopoli e Baby Bazar, viene stilato considerando i valori statistici e le performance degli altri negozi e, inoltre, tiene conto di moltissimi altri fattori, tra i quali la zona, l'esperienza dell'imprenditore e il bacino d'utenza.

Il **business plan** è un documento formale e deve seguire un'impostazione precisa e veritiera. Quando si imposta un **business plan** bisogna considerare che chi lo leggerà non conosce l'attività e il documento deve essere quindi convincente, soprattutto se il lettore dovrà decidere se finanziare o meno l'operazione.

Normalmente, il **business plan** è composto dalle seguenti sezioni:

~~~~~



- L'idea imprenditoriale. Analizza l'idea e l'innovazione sul mercato che questa idea apporta. Il **mercatino dell'usato** è una grande idea imprenditoriale e cavalca le istanze sempre più diffuse di ecologia, riuso, riciclo.
- Componenti soggettive. Perché vuoi aprire un **mercatino dell'usato**? Hai esperienza? Ti piace l'idea? In questa sezione vanno analizzate tutte le componenti che ti hanno fatto decidere di aprire un **mercatino dell'usato**.
- Componenti oggettive. Perché pensi che la tua attività avrà successo? Qual è la tua visione del mercato?
- Struttura giuridica. Quale sarà la struttura giuridica del tuo **mercatino dell'usato**? Ditta individuale? Società di persone? Società di capitali?
- Licenza e TULPS. In questa sezione vanno approfonditi gli aspetti burocratici della tua attività, ovvero la licenza necessaria e la normativa di riferimento.
- Come funziona un mercatino dell'usato. Questa è la parte più importante. Dovrai spiegare nel dettaglio come funziona il TUO **mercatino dell'usato**. E dovrai essere convincente.
- Curriculum vitae. Va inserito nel **business plan** perché il lettore dovrà farsi una chiara idea del tuo "spessore" e delle tue passate esperienze.
- Ubicazione. Dove aprirai il tuo **mercatino dell'usato**?
- Segmenti di mercato. Quali saranno i tuoi clienti? Vanno suddivisi per categorie e analizzati.
- Marketing e pubblicità. Che azioni promozionali farai? Ovviamente riferendoti ai segmenti di mercato appena analizzati.
- Prodotti e provvigioni. Quali saranno i prodotti trattati? Quali le tue provvigioni?
- Tecnologia utilizzata. Che tipo di tecnologia andrai ad utilizzare per gestire il tuo **mercatino dell'usato**? Codici a barre? SMS? Internet? Card?
- Analisi della concorrenza. Qui la cosa si fa un po' più concreta. Dovrai stilare un elenco di quelli che presumi saranno i tuoi maggiori concorrenti nella zona.
- Obiettivi di breve e medio periodo. Vanno analizzati gli obiettivi che intendi raggiungere.
- Punti di forza. Quali saranno i punti di forza della tua attività rispetto al mercato e rispetto alla concorrenza?
- Punti deboli. In cosa sarai "debole"? Forse la tua mancanza di esperienza?
- Minacce. Quali cose potranno minare il successo del tuo **mercatino dell'usato**? La mentalità della gente?
- Opportunità. Quali opportunità ti si presenteranno? Potrebbero significare il successo del tuo punto vendita?

Questa è la parte documentale del **business plan**, l'analisi dettagliata di quello che andrai a fare.

~~~~~



Il tuo **business plan** deve necessariamente contenere l'analisi del fabbisogno finanziario, cioè quanto denaro serve per avviare l'attività. Le variabili in gioco sono molte e vanno tutte analizzate. Di seguito riporto una serie di voci che, normalmente, compongono il fabbisogno finanziario.

- Cauzione affitto. Gli importi da versare al proprietario del locale "per avere le chiavi". Normalmente la cauzione è pari a 2/3 mensilità di affitto.
- Fidejussioni. In alcuni casi, soprattutto per le superfici medio - grandi, il proprietario richiede una fidejussione bancaria o assicurativa, come garanzia.
- Costituzione società e adempimenti burocratici. Rappresenta l'onere necessario per costituire la società (spese notarili), per l'apertura della partita iva e per l'iscrizione alla camera di commercio.
- Impostazione contabile. È il costo da sostenere per il commercialista, per l'impostazione fiscale dell'attività.
- Opere al locale. Rappresentano i costi da sostenere per sistemare il locale (pittura, opere murarie, adeguamento illuminazione, ecc).
- Allacciamenti utenze. Telefono, energia elettrica, gas metano, acqua.
- Allestimenti punto vendita. Area cassa, scaffalature, allestimenti dei reparti.
- Insegna e visibilità esterna. Insegna, cartellonistica stradale, indicazioni stradali.
- Promozione d'avvio. Il necessario per una buona spinta pubblicitaria del tuo **mercatino dell'usato**. Ti consiglio di prevedere almeno 6.000 euro per il primo anno.
- Impianto antifurto. È il costo da sostenere per un impianto che assicuri di dormire "sonni tranquilli".
- Hardware e Software. Investimento necessario per gestire correttamente l'attività e per un vantaggio competitivo rispetto alla concorrenza.
- Fee d'ingresso. Nel caso fosse tua intenzione aderire ad un franchising va inserito il costo di affiliazione.

L'analisi del fabbisogno è necessaria per conoscere a priori l'entità dell'investimento. Il totale del fabbisogno va poi suddiviso in quote mensili, in base alla durata del contratto di affitto.

La quota mensile calcolata è da sommare agli altri costi mensili.

Ovviamente il **business plan** deve analizzare i costi mensili che il tuo **mercatino dell'usato** dovrà sostenere. Anche in questo caso le variabili in gioco sono molteplici e vanno correttamente analizzate.

- Affitto. È la voce più importante, ma anche quella più facile da pianificare.

~~~~~



- Promozione. È il costo di promozione dell'attività, pari a circa 6.000 euro l'anno (quindi il primo anno vanno previsti 6.000 + 6.000 euro).
- Manutenzioni e riparazioni. Rappresentano gli oneri da sostenere per le manutenzioni degli impianti e le eventuali riparazioni.
- Spese telefoniche e postali. Comprendono anche il costo per l'eventuale collegamento a Internet.
- Allacciamenti utenze. Telefono, energia elettrica, gas metano, acqua.
- Commercialista. Oneri per la tenuta contabile e le dichiarazioni dei soci.
- Assicurazioni. Il premio assicurativo per le assicurazioni del punto vendita.
- Energia. Comprende l'energia elettrica e i costi per il riscaldamento e/o condizionamento del locale.
- Oneri tributari. Imposte fisse come rifiuti solidi urbani, tasse societarie, INPS.
- Assistenza software. Comprende i costi per l'assistenza e l'aggiornamento del software di gestione.
- Canoni network. Nel caso fosse tua intenzione aderire a un franchising, vanno inseriti i canoni annuali o le royalties previste.
- Ammortamento fabbisogno. La quota di competenza calcolata sulla base del fabbisogno.
- Dipendenti e collaboratori. Nel caso fossero presenti tali figure è da considerare il costo lordo, comprensivo degli oneri di competenza del gestore.
- Remunerazione imprenditore. Lo "stipendio" per il titolare.

Tutte queste voci rappresentano i costi di gestione. Conoscerne con precisione l'entità permette di pianificare correttamente le risorse disponibili.

La parte più difficile, ma necessaria, deve prevedere quali saranno i ricavi del punto vendita.

La precisione nel determinare i ricavi di un mercatino dell'usato dipende da una serie di fattori oggettivi e anche da una valutazione soggettiva dei seguenti fattori in base all'esperienza:

- visibilità del locale;
- bacino d'utenza;
- dimensione del locale;
- tipo di pianificazione pubblicitaria prevista;
- sistema adottato dal punto vendita.

~~~~~



Ovviamente, basandosi sul "venduto" del punto vendita è necessario calcolare il ricavo netto, rappresentato dal venduto sottratto delle somme rimborsate ai clienti: quindi il ricavo netto è rappresentato dalle provvigioni.

Dalla provvigione lorda va scorporata l'IVA. Il risultato rappresenta la posta da contrapporre ai costi per valutare se l'attività potrà essere o meno redditizia. Va considerato che, nel tempo, i costi tendono a lievitare, mentre i ricavi, nei primi anni di attività, non saranno sicuramente a regime.

Per andare sul pratico e basandomi su dati statistici, posso dire che un **mercatino dell'usato gestito bene** può agevolmente vendere merce per un importo variabile dai 50,00 ai 150,00 euro al mese per metro quadrato di superficie, al terzo anno di attività.

Da 50 a 150 euro c'è una bella differenza, ne sono consapevole; solo un business plan preciso e basato su dati statistici potrà avvicinarsi ulteriormente a questa stima.

Come ho già detto, sarà poi necessario comparare i risultati effettivi del tuo mercatino **dell'usato** con quanto prospettato nel **business plan**, in modo da prendere i necessari provvedimenti nel caso di scostamenti ai costi o ai ricavi.

IL CONTRATTO D'AFFITTO

Individuato il locale è bene procedere con cautela. È necessario munirsi di planimetria, di certificato d'agibilità e contattare nuovamente l'ufficio tecnico del Comune per verificare la regolarità catastale del locale.

Ottenuto l'ok dal Comune siamo al giro di boa, al fatidico momento in cui è necessario decidere se continuare il progetto e fissare quindi un appuntamento con il proprietario del locale.

I punti da chiarire saranno comunque molti, ecco di seguito i principali:

- Il prezzo d'affitto è trattabile? Di norma il proprietario chiede e l'interessato offre. Potresti provare a fare un'offerta più bassa della richiesta, molte volte si risparmia (e i primi soldi risparmiati sono i primi guadagnati).
- Per la locazione quante sono le mensilità di cauzione da versare? Il proprietario può infatti chiedere un versamento di 2 o 3 mensilità di cauzione, che ti verranno rese alla restituzione del locale, dopo la verifica delle condizioni dello stesso. In pratica dovrete restituire il locale così come l'avete ricevuto.

~~~~~



- È necessaria una fidejussione bancaria? Molti proprietari si tutelano dall'eventualità di clienti non puntuali nel pagamento della pigione con una garanzia bancaria. In pratica, la banca garantisce per te, salvo poi rivalersi nei tuoi confronti in caso di irregolarità. Di norma la fidejussione, se richiesta, è di massimo 6 mensilità e il costo bancario (annuale) dell'operazione si aggira attorno al 2-3% dell'importo garantito.
- Eventuali lavori di ristrutturazione (impianto elettrico, pittura, manutenzioni straordinarie) chi li fa? E soprattutto chi li paga?
- Gli impianti presenti sono in regola con le normative? Il proprietario è in possesso dei certificati di conformità previsti dalle vigenti normative?
- Se il locale è di metratura superiore a 400 metri quadrati, il proprietario è disponibile ad accollarsi l'onere per il Certificato Prevenzione Incendi? Chi dovrà seguire l'eventuale pratica?
- Cerca anche di trattare la decorrenza del contratto di affitto. Se ci sono lavori da fare puoi riuscire a strappare uno o due mesi di bonus.
- Verifica se per all'importo richiesto sia da aggiungere o meno l'IVA del 20%. Dal punto di vista economico è indifferente (l'IVA si scarica), ma dal punto di vista patrimoniale è invece diverso (l'IVA si deve anticipare).

Se l'immobile è affidato ad un'agenzia, i punti da chiarire saranno i medesimi, ma dovrai prevedere il costo della commissione, di solito pari a una mensilità d'affitto o, più raramente, al 10% dell'affitto annuo. Commissioni più elevate non sono da prendere in considerazione.

L'agenzia dovrebbe supportare le parti nella redazione del preliminare o del contratto d'affitto. Pretendi sempre e comunque che gli accordi presi siano inseriti nel contratto di affitto: non basta una stretta di mano!

Definiti i punti, è necessario stipulare un preliminare di contratto d'affitto, ovvero un contratto d'affitto che preveda la possibilità di svincolo nel caso di diniego delle autorizzazioni comunali.

Gli imprenditori candidati all'apertura di un Mercatopoli o di un Baby Bazar possono disporre di un servizio gratuito di consulenza per la verifica degli elementi contrattuali.

## APRIRE LA PARTITA IVA

(Clicca per approfondire. [Mercatino: Atecofin](#))

Aprire una partita IVA è molto semplice e il codice attività da utilizzare è il **46.19.02**.

~~~~~



Se dovrai costituire una società, la stessa va costituita di fronte ad un notaio, prima della richiesta di partita IVA. Il tuo commercialista saprà consigliarti.

Personalmente non consiglio, salvo casi eccezionali, la costituzione di una Società a responsabilità limitata (S.r.l.). Sono infatti più costose sia la costituzione che la gestione, considerando che i rischi connessi alla gestione di questa attività sono assicurabili.

Le società di capitali (come la S.r.l.) sono obbligate per legge a tenere una contabilità di tipo ordinario, in alternativa alla contabilità semplificata utilizzata per le ditte individuali e per le società di persone fino ad un certo limite di fatturato. Una contabilità ordinaria è molto più complessa ed onerosa da gestire.

Puoi anche valutare, assieme al commercialista, il regime dei minimi, applicabile per le attività più piccole se il canone d'affitto del locale non è eccessivamente oneroso.

Con partita IVA e contratto d'affitto (o preliminare), puoi presentare in Comune la Dichiarazione di Inizio Attività.

DICHIARAZIONE INIZIO ATTIVITA' (D.I.A.)

(Clicca per approfondire. [Mercatino: pubblica sicurezza](#))

Presentati al Comune (ufficio Commercio o S.U.A.P.), chiedi un modulo per l'inizio di attività di agenzia d'affari esercitata ai sensi dell'art. 115 T.U.L.P.S. (Testo Unico Legge Pubblica Sicurezza) e inizia a compilarlo. La compilazione non è difficile, si tratta infatti di autocertificare delle ovvietà. I moduli però cambiano in base al Comune.

È necessario presentare anche degli allegati, che generalmente consistono in:

- contratto d'affitto;
- planimetria dei locali;
- certificato di agibilità dei locali;
- richiesta di prevenzioni incendi (solo per metrature superiori a 400 metri quadrati);
- tabella delle operazioni e delle tariffe (tabella provvigioni);
- registro degli affari da vidimare.

Trascorsi 30 giorni dalla presentazione della D.I.A., senza altre formalità, è possibile rendere operativo il tuo **mercatino dell'usato**. I Comuni, di norma, non rilasciano infatti alcuna

~~~~~



autorizzazione scritta, avvalendosi del silenzio assenso: se il Comune non dice nulla, va tutto bene!

In alcuni Comuni viene addirittura applicata la così detta D.I.A. zero: si può aprire il giorno dopo la presentazione dei documenti. In questo caso, il Comune si riserva una verifica a posteriori.

Se decidi di acquistare uno dei nostri software, sia il registro degli affari che la tabella provvigioni ti verranno inviate dalla mia azienda senza alcun costo aggiuntivo.

## TABELLA PROVVIGIONI

La [tabella provvigioni](#) va allegata alla D.I.A. e contiene l'elenco delle operazioni che effettuerai, con le percentuali di provvigioni da applicare. Un esempio di tabella provvigioni può essere agevolmente scaricata dal mio sito.

## REGISTRO DEGLI AFFARI

(Clicca per approfondire. [Mercatino: registro affari](#))

Il registro degli affari è un registro previsto dalla normativa vigente, da vidimare in Comune e sul quale riportare tutte le operazioni fatte con l'Agenzia d'Affari. Quindi, i carichi, gli scarichi, i resi e le variazioni di prezzo. È evidente che, per la mole di lavoro prevista, è improbabile anche per il **mercatino dell'usato** più piccolo riuscire a compilare manualmente tale registro.

Il registro, per un'eventuale tenuta manuale è comunque disponibile anche nelle cartolerie fiscali specializzate.

Alcuni Comuni richiedono una marca da bollo ogni 100 pagine di registro. Tale imposta di bollo non è dovuta. A seguito dell'analisi della problematica eseguita dal nostro ufficio legale, ho reso disponibile sul sito [un'istanza da presentare](#) in Comune per evitarne il pagamento.

~~~~~



DEPOSITO CAUZIONALE

Alcuni comuni, per retaggio della normativa precedente, chiedono un deposito cauzionale, la cui ricevuta dovrebbe essere presentata assieme alla D.I.A. Tale cauzione non è dovuta. A seguito dell'analisi della problematica eseguita dal nostro ufficio legale, ho reso disponibile sul sito [un'istanza](#) da presentare in Comune per evitarne il versamento.

IMPOSTAZIONE FISCALE

L'**agenzia d'affari** è un'attività imprenditoriale come molte altre. Fiscalmente è impostata come un'azienda di servizi.

Un privato porta al **mercatino dell'usato** degli **oggetti usati** e richiede la prestazione di un servizio: l'esposizione e la vendita del suo oggetto. Pertanto il **mercatino dell'usato**, quando prende in carico gli oggetti di un privato, si propone come un'azienda che offre il servizio di intermediazione, il cui compenso è rappresentato da una provvigione. In effetti, l'**agenzia d'affari** opera per conto di un cliente privato, per cui, al momento del rimborso della somma spettante al venditore, tale somma è considerata "fuori campo IVA".

Diversa è invece la provvigione che va regolarmente fatturata al cliente venditore. Tale provvigione, rappresentando il compenso per un servizio prestato, è soggetta ad IVA, attualmente del 20%.

Ipotizzando, ad esempio, la vendita di un oggetto a 150 euro, con provvigione al 50%:

- 75,00 euro rappresentano il rimborso al venditore (fuori campo IVA);
- 75,00 euro rappresentano la provvigione per il mercatino dell'usato (soggetta ad IVA 20%).

Per cui si deve provvedere ad eseguire un'operazione di scorporo dell'IVA: nell'esempio (75,00 * 100 / 120). Considerata la somma di 75,00 euro al lordo di IVA, applicando l'operazione di scorporo indicata, si ottengono 62,50 euro di provvigione netta e 12,50 euro di IVA da versare all'Erario.

La provvigione deve essere fatturata al cliente venditore, che rappresenta il soggetto fiscale di riferimento dell'agenzia.

~~~~~



Se siete già stati in un **mercatino dell'usato** organizzato come **agenzia d'affari**, avrete sicuramente notato che per gli acquisti non viene rilasciato lo **scontrino fiscale**. Tale modo di operare è corretto in quanto il **mercatino**, a mezzo di un contratto di mandato, opera per conto di un soggetto privato. La normativa IVA di riferimento prevede che le vendite effettuate da un soggetto privato siano esentate dall'obbligo di emissione dello scontrino. Occupandosi della sola intermediazione per conto di un soggetto privato, l'**agenzia d'affari** eroga un servizio il cui "prezzo" è rappresentato da una provvigione calcolata sul valore di vendita del bene.

Tale provvigione viene riconosciuta dal venditore, soggetto fiscale di riferimento, per la quale l'**agenzia d'affari** emette una regolare fattura di servizi prestati e quindi soggetta ad IVA del 20%.

Solitamente il **mercatino dell'usato** provvede ad emettere una *ricevuta di vendita*, valida come certificazione di acquisto, ma che non rappresenta alcuna valenza dal punto di vista dell'IVA.

Uno degli aspetti normalmente trascurati dai gestori di un **mercatino dell'usato**, ma che fiscalmente è molto importante, è la custodia delle somme incassate per conto del cliente. Quando il **mercatino dell'usato** vende un oggetto, infatti, incassa una somma per conto di un cliente privato e per la quale diviene custode sino al termine del servizio. Queste somme "custodite" devono essere opportunamente documentate. Oltre ad una valenza fiscale, conoscere l'ammontare delle somme custodite è sicuramente importante per il gestore, in quanto un buon imprenditore deve sempre conoscere l'ammontare dei "debiti" della propria azienda.

Il conto "Somme di Terzi" è una posta contabile che da una parte si carica con gli incassi e dall'altra si scarica con i rimborsi e con la fatturazione delle provvigioni.

Se il **mercatino dell'usato** adotta una contabilità di tipo ordinario è necessario che tali movimentazioni contabili siano correttamente e contabilmente evidenziate.

Nel caso invece di contabilità in regime semplificato, è comunque opportuno istituire un "Registro Somme di Terzi" che evidenzi tali movimentazioni patrimoniali.

Il software J2K Revolution, proposto dalla mia azienda, redige il Registro Somme di Terzi in maniera completamente automatica; per Secondhand invece, tale gestione deve essere eseguita manualmente.

~~~~~



SISTEMAZIONE INTERNA

Ora che la parte burocratica è conclusa è necessario concentrarsi sul locale.

Supponendo che il locale prescelto abbia una forma abbastanza regolare (quadrangolare), è opportuno predisporre il banco ricevimento/cassa in posizione tale da poter tenere in vista la quasi totalità del locale e in prossimità della porta d'ingresso al pubblico.

Il banco cassa deve essere di dimensioni idonee alla lavorazione delle merci meno ingombranti (abbigliamento, oggettistica). Occorre quindi organizzare un piano di lavoro sufficientemente ampio ad un'altezza di circa 110 cm. Sotto va predisposto un altro ripiano, ad altezza scrivania, per ospitare la tastiera, il monitor ed altro materiale d'ufficio.

È utile ricavare un piccolo archivio alle spalle o in prossimità del bancone stesso.

Il banco cassa deve essere dotato di prese di energia elettrica (sul piano di lavoro stesso) e telefoniche, per il funzionamento del computer e per la prova degli elettrodomestici.

L'ADSL, e quindi il collegamento veloce a internet, è indispensabile.

La disposizione delle merci deve tenere conto della dimensione delle stesse, secondo un ordine crescente man mano che ci si allontana dal banco accettazione: l'oggettistica e gli articoli di piccole dimensioni vanno disposti su tavoli o sugli scaffali in prossimità di quest'ultimo, mentre i mobili trovano posti nella zona più lontana. Sono pertanto da evitare angoli nascosti alla vista, destinati all'oggettistica.

Con questi pochi accorgimenti si ottiene un'esposizione ordinata e piacevole, aumentando la gradevolezza del punto vendita per il cliente e riducendo i rischi di rotture, danneggiamenti e furti.

Consiglio comunque l'inserimento di un apposito sistema di videosorveglianza, con registrazione delle immagini per limitare la problematica riguardante il taccheggio.

Gli affiliati a Mercatopoli e a Baby Bazar possono usufruire dell'impostazione del layout per la definizione dei reparti e l'esposizione corretta della merce. Un funzionario di supporto interverrà presso il punto vendita in fase di pre-apertura, per la definizione del progetto.

~~~~~



## TECNICHE DI VALUTAZIONE

La valutazione degli articoli da prendere in carico è uno degli aspetti più soggettivi della gestione dell'agenzia. Il prezzo degli oggetti deve essere il più alto possibile, pur rimanendo nei limiti della convenienza e del valore di mercato. Da tener presente è il rapporto tra la vendibilità e la qualità dell'oggetto, che determina il prezzo più appropriato. La qualità viene influenzata dal materiale e dallo stato di conservazione ed efficienza dell'oggetto, mentre la vendibilità viene determinata dalla domanda del pubblico per quel determinato articolo.

L'età influisce negativamente sul valore dell'articolo, fino al punto in cui lo stesso da vecchio diventa antico. Da quel momento in poi l'oggetto ricomincia ad acquistare valore, se persistono i criteri di qualità ed il buono stato di conservazione.

La valutazione qualitativa della merce richiede sempre un esame approfondito della stessa. Non ci si deve lasciare influenzare dagli elogi del proprietario sulla propria merce: il valore affettivo non è rivendibile!

È fondamentale non aver fretta di riempire il punto vendita e prediligere un'attenta ed equa valutazione degli articoli in entrata. Proporre articoli sporchi, di scarsa qualità, poco vendibili o ad un prezzo spropositato può dare un'impronta all'attività poi molto difficile modificare. Il punto vendita non deve essere il magazzino di un rigattiere, deve essere un bel negozio! Merce pulita, elettrodomestici funzionanti e abbigliamento perfetto, lavato e stirato.

E tutto deve essere al giusto prezzo.

Gli affiliati a Mercatopoli e Baby Bazar partecipano, in fase di pre-apertura, ad uno stage formativo della durata di due giorni, durante il quale acquisiscono le tecniche per la corretta valutazione degli oggetti.

## REPERIRE OGGETTI USATI

Reperire la merce in fase di apertura di un **mercatino dell'usato** non è difficile.

Dal momento della presentazione della D.I.A. (dichiarazione inizio attività) è necessario, a termini di legge, attendere 30 giorni prima dell'apertura. Durante questo periodo si creano gli allestimenti del negozio e si imposta la campagna di comunicazione finalizzata al reperimento della merce.

~~~~~



A seguito di queste attività i contatti si moltiplicheranno e il **mercatino dell'usato**, in poco tempo, sarà sufficientemente allestito per fare bella figura.

Non è difficile reperire la merce, la cosa difficile è selezionarla. La mancata selezione dei prodotti, che risultano poi invendibili, rappresenta un errore comune con conseguenze molto pesanti nello start-up del punto vendita.

La buona selezione di oggetti, vendibili e al prezzo giusto, è il presupposto per il successo del punto vendita e sin dall'inizio vanno previsti rigidi criteri di selezione.

In una fase successiva sarà molto difficile, infatti, "raddrizzare le cose", in quanto si saranno create delle false aspettative nei confronti dei venditori, che risulteranno scontenti e non fidelizzati.

CONCLUSIONI

Sono alla fine di questa guida nella quale ho cercato di analizzare i passi per l'apertura di un **mercatino dell'usato**. Aprire **mercatini dell'usato** è il mio lavoro da molti anni. È un lavoro che mi piace e mi gratifica e stiamo assistendo ad un vero e proprio *boom* del settore.

Naturalmente [aprire un mercatino dell'usato](#) non è sinonimo di farlo funzionare bene e risulta determinante studiare nei minimi dettagli un metodo di gestione efficace che tenga conto delle necessità dei propri clienti e, allo stesso tempo, sia rigido e ben impostato.

Aderire ai nostri network significa disporre di un sistema efficace, studiato nei particolari, derivato da molti anni di esperienza, da continui miglioramenti e condiviso con gli altri punti vendita del gruppo.

I consigli riportati sono destinati a chi vuole aprire un'attività di questo tipo, ma non posso assumermi alcuna responsabilità sulla correttezza o sull'efficacia di quanto ho scritto, rimanendo comunque sempre disponibile per eventuali consigli.

~~~~~

[www.alessandrogiuliani.it](http://www.alessandrogiuliani.it)

Aprire un mercatino dell'usato



Potete contattarmi via e-mail all'indirizzo [a.giuliani@leotron.com](mailto:a.giuliani@leotron.com). Sul mio sito ([www.alessandrogiuliani.it](http://www.alessandrogiuliani.it)) sono riportati parecchi approfondimenti in merito alle questioni esposte: tutto gratis e senza impegno. Mi trovi anche su Facebook e su Twitter.

Per finire, ho in serbo per te un piccolo omaggio.

Quando avrai reso operativo il tuo **mercatino dell'usato**, vai sul sito [www.mercatiniditalia.it](http://www.mercatiniditalia.it) e iscriviti il tuo punto vendita. È rapido e gratuito. Sarà utile per ostruire un archivio completo dei mercatini dell'usato presenti in tutta Italia.

## UNA PICCOLA CORTESIA ...

Se questa guida ti è stata utile lascia un tuo commento sul mio sito alla pagina <http://www.alessandrogiuliani.it/index.php?id=1049>. La tua opinione è molto importante per me e la chiedo in cambio del lavoro svolto.

Grazie mille per la lettura e in bocca al lupo per la tua attività!

Alessandro Giuliani

~~~~~

www.alessandrogiuliani.it

Aprire un mercatino dell'usato



Redazione della guida: 21 Giugno 2008

II revisione: 19 Agosto 2010

Il revisione: 2 Novembre 2010

IV revisione: 5 Febbraio 2011

Tag: [mercatino usato](#)

~~~~~

© 2008-2011, by Alessandro Giuliani – Verona  
Il presente documento è liberamente distribuibile ma è vietata qualsiasi modifica,  
ivi inclusa l'eliminazione della fonte o dei link