



## Aprire un mercatino dell'usato

di Alessandro Giuliani

I miei contatti:

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

[a.giuliani@leotron.com](mailto:a.giuliani@leotron.com)

[www.facebook.com/alessandrogiuliani.it](https://www.facebook.com/alessandrogiuliani.it)

*Ti ringrazio per aver scaricato questa guida nella quale puoi trovare tutte le informazioni per **aprire un mercatino dell'usato**.*

*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 e sarà utile per costruire un archivio completo dei mercatini dell'usato presenti in tutta Italia.*

~~~~~

© 2008-2012, by Alessandro Giuliani – Verona

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



## INTRODUZIONE

Il mio nome è Alessandro Giuliani e sono il fondatore e l'attuale amministratore dell'azienda Leotron, che opera esclusivamente nel settore dei **mercatini dell'usato**. In azienda mi occupo principalmente di marketing, di analisi e di formazione. Sono il direttore tecnico dei network Mercatopoli e Baby Bazar e curo personalmente la scelta dei locali per le nuove aperture. Grazie alla mia conoscenza del settore, sono anche consulente tecnico - legale di Rete ONU, la rete nazionale degli operatori dell'usato ([www.reteonu.it](http://www.reteonu.it)) che aggrega decine di migliaia di addetti del settore.

La prima versione di questa guida vide la luce nei primi mesi del 2008, quando il mercato dell'usato, organizzato come agenzia d'affari con oggetti in conto vendita da privati, iniziava a diventare un fenomeno di massa. All'epoca le informazioni erano molto frammentate, molti uffici comunali non conoscevano questo tipo di attività e i *players* presenti sul mercato, conservavano gelosamente le poche informazioni disponibili. Cambiai le regole del gioco, raccogliendo tutte le informazioni e organizzandole in questa guida che resi pubblica sul mio sito [www.alessandrogiuliani.it](http://www.alessandrogiuliani.it).

La guida, nelle sue varie versioni e aggiornamenti, è stata scaricata oltre 50.000 volte: ritengo di aver contribuito allo sviluppo di questo comparto economico e di aver regalato a molte persone la possibilità di esprimersi in questo bellissimo settore.

Puoi verificare, con un click, [i commenti che la guida ha ricevuto](#) e ti chiedo, una volta letta la guida, di inserire anche il tuo. Gli eventuali suggerimenti e consigli che vorrai lasciarmi contribuiranno a migliorare il mio lavoro.

Mi occupo personalmente di aggiornare costantemente questa guida e di approfondire le tematiche più interessanti sia dal punto di vista dell'impostazione che da quello fiscale e giuridico. In Italia il mercato dell'usato è ancora molto giovane e, a livello fiscale e giuridico, non è completamente normato e, spesso, addirittura penalizzato.

La mia azienda e io siamo in prima linea per scrivere le regole di questo settore con un meticoloso lavoro fatto di consulenze, di interPELLI e di fattivi impegni in ambito nazionale.

~~~~~

© 2008-2012, by Alessandro Giuliani – Verona

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



## APRIRE UN MERCATINO DELL'USATO

Stiamo vivendo un periodo economico molto difficile e tante persone si chiedono quando finirà questa crisi. Personalmente penso che stiamo vivendo un profondo cambiamento della nostra società sia dal punto di vista economico che culturale.

Stanno nascendo modelli nuovi e diversi rispetto a quelli di qualche anno fa: tutti noi dovremo fare un grande sforzo per metabolizzare e vivere al meglio questo nuovo mondo, fatto di eco-sostenibilità, di on-line e di razionalizzazione dei consumi. In poche parole, il modello consumistico degli anni 90 sta per essere rimpiazzato da qualcosa di più efficiente e, soprattutto, di più intelligente.

Le persone legate a vecchi modelli di sviluppo vedono l'usato come un mercato di serie B e vivono l'apertura di un mercatino dell'usato come un'ultima possibilità che si presenta, non avendo altro di meglio da fare. A mio parere, l'errore è clamoroso. Questo settore rappresenta, infatti, una grande opportunità in un'ottica di sviluppo razionale e orientato a un concetto di economia circolare in cui i prodotti vengono concepiti, fin dalla fase di progettazione, secondo un concetto di riuso o riciclo e in cui sono necessari modelli efficienti, mirati a prolungare la vita degli oggetti. La Commissione Europea lo ha ben capito, tanto da considerare il riuso uno dei modelli principali per lo sviluppo dell'unione. Se vuoi approfondire, puoi consultare il documento definitivo della Commissione [COM \(2011\) 571](#).

Mi preme quindi sottolineare che l'apertura di un negozio dell'usato debba essere affrontata con grande responsabilità, impegno e professionalità. Sono convinto che l'improvvisazione sia nemica del successo e chi sottovaluta questo mercato non possa ottenere risultati positivi.

Quando mi chiedono qualche consiglio per **aprire un mercatino dell'usato** (ricevo richieste quotidiane), sconsiglio sempre di fare da soli, in particolar modo se non c'è esperienza specifica. Per una qualsiasi nuova attività, in particolar modo in questo periodo economico, tutto deve essere pianificato nei minimi particolari, in modo preciso, senza errori, perché non c'è una seconda possibilità. Sono convinto, infatti, che il successo in questo settore passi da un preciso sistema, fatto di procedure articolate, studiate, testate, che permetta di rendere l'attività redditizia.

È per questo che, oltre al software di gestione specifico per il mercatino dell'usato (disponibile in varie versioni, una delle quali molto economica), la mia azienda propone l'affiliazione a uno di due differenti network franchising: Mercatopoli e Baby Bazar.

~~~~~

© 2008-2012, by Alessandro Giuliani – Verona

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



Sono un sostenitore del lavoro di squadra e penso che sia inutile fare gli errori che altri hanno già fatto: è meglio focalizzarsi su quello che funziona per raggiungere i propri obiettivi, massimizzando il risultato nel più breve tempo possibile.

La nostra proposta per il software è, oggi, lo stato dell'arte nel settore: le oltre 700 installazioni in Italia (e alcune all'estero) fanno la differenza, considerando che la mia azienda si occupa esclusivamente di **mercatini dell'usato**, sposando un concetto di specializzazione nel settore.

La nostra proposta per il network franchising è un mix aggiuntivo di servizi composto da sistema, formazione, marketing, supporto, affiancamento, monitoraggio, visibilità in rete, social media, che permette ai nostri affiliati di ragionare in un'ottica di economia di scala, raggiungendo più facilmente gli obiettivi di redditività e di qualità del lavoro.

Mi preme aggiungere che la nostra proposta in network franchising è finalizzata allo sviluppo dei negozi, che devono generare reddito per gli imprenditori, sposando, però, un contesto che si esprima nella solidarietà e nel sociale.

I valori dei nostri network sono l'assoluta trasparenza nei confronti dei clienti, l'onestà dei gestori e la fruibilità dei negozi. Il contratto di affiliazione è stato studiato per creare un legame con gli affiliati basato su questi valori e non sugli impegni contrattuali. Nei tre anni della durata contrattuale si lavora assieme: se il rapporto non dovesse essere reciprocamente consono alle aspettative, il contratto si scioglie senza penali e senza patti di non concorrenza. L'ex affiliato può addirittura mantenere il nostro software di gestione, evitando così i costi derivanti da una conversione tecnica e formativa.

In ogni caso, con la presente guida hai a disposizione le informazioni necessarie per aprire un mercatino dell'usato e per scegliere la tua strategia, basandoti sulle tue esperienze e sui tuoi obiettivi.

**1** Puoi fare da solo e iniziare questa attività in modo indipendente. Dovrai affrontare le difficoltà supportato esclusivamente dai tuoi consulenti personali. Ti consiglio di affrontare il progetto con professionalità, creando del valore per la tua attività. Se pensi di partire scopiazzando qua e là o affrontando le questioni con superficialità, ti consiglio di pensarci bene. Il mercato non perdona, soprattutto se non hai esperienza.

~~~~~

© 2008-2012, by Alessandro Giuliani – Verona

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



**2** Puoi fare da solo, essere indipendente e acquistare uno dei nostri programmi specifici per la gestione di un mercatino dell'usato. Avrai la certezza di impostare la tua attività in modo corretto sia dal punto di vista giuridico che da quello fiscale e potrai contare su una gestione tecnica ineccepibile, pensata specificatamente per la tua attività. Se ti servono maggiori informazioni sulle soluzioni software proposte dalla mia azienda, segui il seguente collegamento: [software mercatino](#).

**3** Puoi affiliarti a Mercatopoli o a Baby Bazar e scegliere di far parte della nostra squadra. Ovviamente, l'attività rimarrà tua, come tuoi saranno tutti i risultati che potrai ottenere nel rispetto del sistema proposto e utilizzato da tutti gli affiliati. Sarai supportato e monitorato e potrai usufruire di un enorme vantaggio rispetto alla concorrenza, determinato dalla diffusione del marchio e dai servizi proposti e pensati specificatamente per i nostri affiliati. Vuoi realizzare il tuo progetto e aprire un negozio dell'usato generalista con marchio Mercatopoli? Puoi consultare la sezione dedicata a coloro che vogliono [aprire un Mercatopoli](#). Vuoi invece aprire un negozio dell'usato per bambini con marchio Baby Bazar? Puoi accedere a tutte le informazioni seguendo il seguente collegamento: [aprire un Baby Bazar](#).

Leotron è l'unica azienda in Italia che ti permette di scegliere tra la formula in network franchising e il solo software di gestione.

Concludo questa sezione informandoti che la mia azienda non può erogare servizi di affiancamento e/o di consulenza per coloro che non vogliono affidarsi ai network, anche se acquistano il software di gestione. La scelta è motivata sia per una questione di rispetto nei confronti dei nostri affiliati, che per una questione di competenza focalizzata verso coloro che utilizzano il sistema e le strategie studiate dalla mia azienda e che quindi sono punti vendita Mercatopoli oppure negozi Baby Bazar.

## LE CAUSE DEL FALLIMENTO

Un capitolo che non avrei mai voluto scrivere è quello dedicato a coloro che non ce l'hanno fatta e hanno chiuso l'attività. Vista la mia esperienza e la forte specializzazione della mia azienda nel settore, posso disporre di molti dati che mi permettono di stilare una casistica con le motivazioni di chi, pur partito con molto entusiasmo, ha dovuto abbandonare il progetto, perdendo il tempo e i capitali investiti.

~~~~~

© 2008-2012, by Alessandro Giuliani – Verona

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



Gli errori, in fase iniziale, possono essere molti e non è un caso che, statistiche alla mano, il tasso di chiusura per un punto vendita autonomo nei primi tre anni di vita è quasi 20 volte superiore rispetto a quello di un mercatino affiliato a un network franchising. In effetti, l'esperienza è determinata dalla somma degli errori fatti precedentemente ed è stupido fare gli stessi errori che altri hanno già fatto. Non è, del resto, intelligente "reinventare la ruota".

Ecco un elenco dei principali motivi che hanno portato alla chiusura dell'attività in questo settore:

- Un negozio dell'usato deve applicare un sistema preciso, articolato, trasparente e onesto, studiato nei minimi dettagli; il negozio deve essere gestito in modo estremamente professionale da persone competenti, formate, gentili e disponibili. Molti sottovalutano questi aspetti, preferendo scopiazzare qua e là e pensando che sia sufficiente avere un locale per riuscire in questo mercato.
- Non credere alle potenzialità di questo lavoro porta a scelte che limitano moltissimo lo sviluppo dell'attività. Alcuni candidati imprenditori aprono queste attività in modo esageratamente "low cost", convinti che, prima di investire, sia necessario capire se funziona. È tipico il concetto di aprire un locale molto piccolo con l'intenzione di ingrandire l'attività quando i segnali del mercato saranno incoraggianti. È proprio questa diffidenza e la mancanza di qualsiasi investimento apprezzabile che porta, quasi sempre, al fallimento dei propri progetti.
- Spesso si sopravvalutano le potenzialità di un locale o di una zona. Un locale inadatto, non visibile, strutturato male (ad esempio su due livelli), come pure un bacino d'utenza troppo basso, portano sulla strada dell'insuccesso.
- Non pianificare l'investimento necessario o rendere operativa questa attività senza le sufficienti risorse economiche è un altro motivo di mancata riuscita. Qualsiasi attività va resa operativa solo se si dispone di risorse sufficienti per avviarla, comprendendo anche l'investimento pubblicitario che, spesso, viene sottovalutato.
- Sottovalutare la questione giuridica o fiscale e gestire l'attività senza un sistema informatico specifico e adeguato porta, in breve tempo, a una gestione disorganizzata e imprecisa, che sarà sempre più difficile da sostenere.

~~~~~

© 2008-2012, by Alessandro Giuliani – Verona

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



- Un mercatino dell'usato con oggetti in vendita per conto di terzi tende alla massima rotazione degli oggetti. Rotazione che può essere naturale (l'oggetto si vende) oppure indotta (l'oggetto viene restituito o devoluto in beneficenza). Fuori da questo schema non esistono possibilità di successo.

Qualche candidato imprenditore mi eccepisce che, nella propria zona, esistono mercatini dell'usato deprimenti, bui, impolverati, fatiscenti, con personale scortese che comunque lavorano molto. Non tengono in considerazione che il mercato oggi è profondamente cambiato e che avviare ora un'attività con tali caratteristiche non porta ad alcun risultato apprezzabile.

Rimango tutt'oggi stupito del fatto che molte persone si rapportino alla mediocrità invece che puntare all'eccellenza.

## 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 occasione per partecipare a corsi, seminari e incontri per imparare qualcosa di nuovo.

Nei primi 5 anni di attività, io e la mia azienda ci dedicammo a 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 azienda per lo sviluppo di uno specifico software di gestione. Il franchising Troc, non presente in Italia, è l'evoluzione del primo negozio di usato in conto vendita europeo, che fu reso operativo nel 1982 da Jean Pierre Budier, all'epoca disoccupato, 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 biografia in francese.

~~~~~

© 2008-2012, by Alessandro Giuliani – Verona

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



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 (il suo nome era Junkit, alcuni di voi forse lo ricorderanno) e si occupò, fino al novembre 1999, dello sviluppo software 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 dell'appartenenza a 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 a un vero e proprio negozio. Un anno dopo nacquero i primi Baby Bazar.

Oggi desidero consolidare il successo della mia azienda ed evolvere questo mercato verso un modello di servizio straordinario in cui i nostri affiliati e i clienti dei punti vendita siano veramente al centro della nostra attenzione. Facendo l'occhiolino al resto d'Europa.

## IL MERCATO OGGI

(Approfondimenti su: [il mercato dell'usato](#))

Da qualche anno il mercato dell'usato sta rapidamente crescendo e il giro d'affari di chi opera in questo settore tende a incrementare. 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 e di eco-sostenibilità;
- 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.);

~~~~~

© 2008-2012, by Alessandro Giuliani – Verona

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



- il sempre maggior flusso di cittadini stranieri, la cui cultura dell'usato è molto più radicata.

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

- si diffondono negozi dell'usato organizzati in franchising;
- i mercatini dell'usato tendono sempre più a diventare negozi, investendo su location e allestimenti;
- nascono mercatini tematici, specializzati in aree merceologiche ben precise.

È un'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.

I dati 2012 della Camera di Commercio dicono che in Italia sono presenti 3.247 aziende operanti nel settore dell'usato. Sono 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 mercato dell'usato si è inserito stabilmente nel tessuto economico e sociale del nostro paese per cui in un mercatino dell'usato oggi si trovano tutti i ceti sociali. Si va al mercatino per cercare qualcosa di particolare, per risparmiare, non necessariamente per spendere poco, per passare alcune ore in uno spazio fuori dal tempo, sposando uno stile di vita eco-sostenibile e conveniente.

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](#) e addirittura [Ikea](#). Recenti campagne

~~~~~

© 2008-2012, by Alessandro Giuliani – Verona

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



pubblicitarie di grossi brand tendono a considerare l'usato come una risorsa, 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 attivi molti franchising nel settore: [Troc](#), [Cash Converters](#), [Kid to Kid](#), [Buffalo Exchange](#).

## IL SISTEMA

(Approfondimenti su: [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). Questo meccanismo rende impensabile la gestione di un mercatino dell'usato, per quanto piccolo, senza il supporto di un software specifico.

Il cliente del mercatino può quindi essere un venditore oppure un acquirente. I venditori sono i fornitori del mercatino e 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 obbligatorio per legge. In questa fase è inoltre obbligatorio informare il cliente che verranno trattati i dati personali ai sensi della legge sulla privacy.

~~~~~

© 2008-2012, by Alessandro Giuliani – Verona

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



Normalmente il gestore provvede a emettere una tessera per fidelizzare il cliente e a consegnare un pieghevole con le istruzioni di funzionamento del negozio, spiegando il sistema.

I negozi dei network Mercatopoli e Baby Bazar emettono una tessera utilizzabile in tutti i negozi del gruppo. La tessera è quindi legata al network e non più al singolo punto vendita. L'utente può registrarsi sul portale del network e consultare, in tempo reale, la situazione dei carichi e delle vendite. Può attivare specifici avvisi ed essere avvisato della vendita, della proposta articoli a prezzo scontato e dell'imminente devoluzione in beneficenza degli invenduti. Inoltre, l'utente può stampare le fatture di provvigioni che lo riguardano, evitando al gestore la necessità di consegnarle o di inviarle per posta.

Se il cliente sta portando degli oggetti (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 a computer 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 al venditore come promemoria. A questo punto, la merce potrà essere esposta e quindi venduta.

I gestori dei negozi Mercatopoli e Baby Bazar provvedono anche a fotografare gli oggetti in vendita, in quanto il software di gestione pubblica automaticamente tutti gli oggetti nella vetrina internet del network, aggiornata in automatico e in tempo reale.

Le vendite eseguite sono esenti dall'obbligo di emissione di ricevuta fiscale, scontrino e documento di trasporto, poiché la merce è di proprietà di privati e la vendita viene effettuata in nome e per conto degli stessi. 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, che vengono regolarmente fatturate. 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 23,14*

~~~~~

© 2008-2012, by Alessandro Giuliani – Verona

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



euro + IVA 21%, 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.

Tutti i movimenti riguardanti gli articoli devono essere riportati sul "[registro vidimato degli affari](#)", che viene normalmente stampato dal software di gestione.

Quanto esposto sono le basi organizzative del negozio, quello che chiamo "il sistema" e che deve prevedere una procedura per ogni specifica circostanza, come ad esempio: le tipologie di articoli trattati e le modalità di esposizione, la selezione e la valutazione degli oggetti, i tempi di permanenza a prezzo concordato e la successiva scontistica, la gestione delle garanzie sugli articoli elettrici, le caparre, il reso dell'invenduto ai venditori.

L'applicazione di un sistema corretto e trasparente, sommato all'adozione di specifiche pratiche organizzative che mettano al primo posto le esigenze del cliente, sono alla base del successo del negozio.

## IL CONTRATTO DI MANDATO

Chi gestisce un mercatino dell'usato impostato come agenzia d'affari, quindi con oggetti in conto vendita da privati, sa molto bene che il contratto cardine di questo tipo di attività è il mandato di vendita. È il contratto che il cliente privato stipula con il gestore e che ne regola il rapporto.

L'impostazione del contratto di mandato non va assolutamente sottovalutata, in quanto tale contratto definisce i termini giuridici del rapporto con i clienti e determina l'inquadramento fiscale dell'attività. Questo tipo di attività, infatti, è molto sfumata a livello di inquadramento normativo e basta poco per farla ricadere in un regime fiscale anziché in un altro. Ecco quindi i miei cinque consigli per un contratto di mandato di vendita formalmente corretto.

**1** MANDATO CON RAPPRESENTANZA. Un mercatino dell'usato con merce in conto vendita tra privati può operare IN NOME E PER CONTO di un cliente privato o solamente PER CONTO di un privato. Sia a livello fiscale che giuridico la differenza è sostanziale. Se il mercatino dell'usato opera solamente PER CONTO di un cliente privato e quindi il nome e il cognome dei cliente venditori non vengono mai spesi dal gestore e sono tutelati dal massimo riserbo, il gestore è tenuto a dare la garanzia di legge per la merce che

~~~~~

© 2008-2012, by Alessandro Giuliani – Verona

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



vende (2 anni, derogabili solo per iscritto a un anno) e fiscalmente le provvigioni spettanti al gestore maturano al momento della vendita dell'oggetto. La fattura di provvigioni andrà quindi emessa al momento della vendita dell'oggetto (all'incasso) e non al momento del rimborso al cliente venditore. Per evitare questi inconvenienti, il consiglio è di prevedere un conferimento di rappresentanza nel mandato e di organizzare l'attività in modo che i terzi comprendano che voi agite come procuratori di questo o quel cliente venditore.

**2** AVVISO DI VENDITA. Se un gestore non avvisa il cliente venditore che la sua merce è stata venduta, la "prescrizione della vendita", intesa come venir meno per il cliente venditore del diritto al corrispettivo a causa del mancato ritiro dello stesso entro un certo tempo, potrebbe essere messa in discussione. In questo senso sia il giudice di pace di Legnano che la Camera di Commercio di Firenze considerano clausola vessatoria, e quindi nulla (perché ai danni del privato consumatore), la deroga contrattuale agli art. 1712 del Codice Civile che solleva il gestore dall'obbligo di comunicare l'esecuzione del mandato di vendita. Vi è quindi il rischio che l'accordo con il venditore, seppur controfirmato, venga annullato da un tribunale.

**3** PERDITA DI PROPRIETA'. Un cliente, dopo aver consegnato della merce da vendere ad un mercatino dell'usato, può addirittura dimenticarsene. Se non viene venduta né ritirata che fine fa? Molto probabilmente prenderà la strada dell'isola ecologica, visto che non si riesce a vendere! In ogni caso, una clausola che indichi che dopo un certo tempo la merce non venduta si considera abbandonata e diventa di proprietà del gestore è a rischio di annullamento da parte di un giudice per gli stessi motivi visti sopra, in tema di avviso di vendita. Molto meglio prevedere, contrattualmente, la vendita a miglior realizzo.

**4** VOI, IL VOSTRO AVVOCATO, IL VOSTRO COMMERCIALISTA. Il consiglio più importante, se dovete redigere il mandato di vendita per il vostro mercatino dell'usato, è quello di coinvolgere non solamente un commercialista, che vi può aiutare dal punto di vista fiscale, ma anche un bravo avvocato per la parte giuridica. Quindi, mettendo assieme le vostre esigenze con la parte giuridica e quella fiscale, potrete ottenere un documento che vi può dare la massima tranquillità per la gestione della vostra attività. L'adesione a un network franchising come Mercatopoli o Baby Bazar vi può aiutare molto, in quanto uno dei plus di questi network è proprio quello di poter contare su uno staff di professionisti che fa questo per mestiere.

**5** IL MANDATO E' UN DOCUMENTO VIVO. L'ultimo consiglio è quello di rimanere sempre aggiornati in quanto le leggi e il fisco sono sempre in evoluzione. Ricordate

~~~~~

© 2008-2012, by Alessandro Giuliani – Verona

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



che la software house che vi ha venduto il programma di gestione non è tenuta a garantirvi una consulenza sul vostro contratto di mandato. Probabilmente, nel vostro software ne è stato impostato uno standard che va adattato in base al vostro metodo di gestione e in base all'impostazione fiscale della vostra attività. È una base di partenza ottima, che va comunque analizzata attentamente con il supporto di professionisti ed è destinata a evolversi continuamente.

## COMPRA VENDITA O CONTO VENDITA?

La necessità di sgomberare una cantina, un solaio o un intero appartamento è soddisfatta solitamente da un rigattiere, colui che acquista merci usate per rivenderle. A volte il rigattiere offre [un servizio di sgombero](#) gratuito, in cambio della merce.

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. Si tratta in questo caso di compra-vendita, per cui si acquista al prezzo più basso per rivendere a quello più alto.

Ben diversa è la formula del [conto vendita](#), per cui il proprietario di oggetti e il negozio cercano assieme di vendere al prezzo più alto e nel più breve tempo possibile, per poi dividere l'incasso. Il proprietario possiede gli oggetti, il gestore mette a disposizione la sua organizzazione.

L'impostazione di un mercatino dell'usato in cui il gestore acquista direttamente per rivendere per conto proprio è assolutamente fuori dall'attuale contesto di mercato e può andar bene solo se l'attività predominante sono gli sgomberi. Esistono delle questioni legate allo smaltimento dell'invendibile in piattaforma ecologica, delle questioni fiscali e di tracciabilità degli articoli e delle questioni di qualità nella selezione e nell'esposizione della merce che rendono questo settore poco interessante e non compatibile con l'impostazione di un negozio dell'usato organizzato in conto vendita.

C'è anche un'importante questione di garanzia sulle merci vendute. Un bene venduto, anche se usato, è soggetto alla garanzia prevista dal [Codice del Consumo](#). Un'agenzia d'affari vende in nome e per conto di un soggetto privato e quindi può escludere la garanzia ai sensi di legge, un rigattiere lo può fare solo vendendo oggetti che "vanno rimessi a nuovo prima dell'utilizzazione".

~~~~~

© 2008-2012, by Alessandro Giuliani – Verona

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



C'è infine una questione di tutela da provenienza illecita. Un'agenzia d'affari non ha mai la proprietà della merce e così si mette al riparo da azioni penali nel caso di provenienza illecita della merce venduta. Un rigattiere, invece, è responsabile della merce di sua proprietà.

La proposta in conto vendita, con divisione dell'incassato tra venditore e agenzia, è molto più empatico ed efficace da comunicare, in un'ottica di moderna concezione di mercato.

Personalmente, mi occupo esclusivamente di mercatini per la vendita in conto di terzi e in questa guida non troverai informazioni utili per l'apertura di un mercatino in cui il gestore acquista direttamente oggetti usati per poi rivenderli direttamente.

## ANTIQUARIATO O USATO?

In alcuni mercatini dell'usato si trovano oggetti d'antiquariato a prezzi molto buoni e il gestore del mercatino è abbastanza esperto su stili, valore di oggetti e mobili di un'altra epoca.

Il sistema è, però, profondamente diverso.

Un mercatino dell'antiquariato si basa sul concetto che un oggetto, prima o poi, troverà un acquirente. Un mercatino dell'usato, con oggetti in vendita per conto di terzi, tende alla massima rotazione degli oggetti. La rotazione può essere naturale (l'oggetto si vende) oppure indotta (l'oggetto viene restituito o devoluto in beneficenza).

Gli affiliati Mercatopoli possono avvalersi di un servizio opzionale di supporto antiquariale (erogato da [Silvia Fini](#)) che li può aiutare nella collocazione storica e nella valutazione di oggetti storici. Attraverso questo servizio, l'affiliato accede all'archivio delle migliaia di valutazioni realizzate per il network e può richiedere un'expertise personalizzata.

L'obiettivo di un mercatino dell'usato con oggetti in conto vendita è quindi 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

~~~~~

© 2008-2012, by Alessandro Giuliani – Verona

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



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 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, inevitabilmente si rallenterà.

Faccio notare che per poter trattare antiquariato e preziosi, l'agenzia d'affari deve eseguire una specifica comunicazione e compilare uno specifico registro. A tal proposito la nostra azienda si è fatta promotrice di un interpello al Ministero dell'Interno per la verifica delle procedure previste dalla legge. In ogni caso, gestire un mercatino dell'usato e fare l'antiquario sono due professioni molto diverse e dovrebbero rimanere mestieri differenti.

## LA RICERCA DEL LOCALE

(Approfondimenti su: [la ricerca del locale](#))

Trovare il locale adatto per aprire un mercatino dell'usato è 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, spesso 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 è un'attività mista, artigianale e di servizi: ogni comune destina questa attività in base al proprio piano regolatore e alla propria interpretazione. Un mercatino dell'usato generalista tratta i mobili e quindi ha una componente artigianale molto più spiccata rispetto a un negozio dell'usato per l'infanzia.

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). Generalmente, non si può svolgere questa attività in un locale a destinazione residenziale.

~~~~~

© 2008-2012, by Alessandro Giuliani – Verona

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



È quindi necessario chiedere informazioni preventive 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).

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

I candidati affiliati Mercatopoli e Baby Bazar possono disporre di un servizio gratuito di supporto in preapertura, che prevede l'analisi precisa della zona dove si vuol aprire e la visione in loco dei locali candidati. Di seguito, il nostro urbanista Maurizio Villa predisporrà una relazione tecnica dell'attività ed effettuerà uno studio di compatibilità della stessa con il piano regolatore del Comune in cui si vuole aprire.

La prima cosa da decidere è la superficie del punto vendita. Un imprenditore che intende rendere operativo un mercatino dell'usato generalista (abbigliamento, oggettistica, mobili, elettrodomestici, ecc.), lavorando da solo dovrà accontentarsi di 300/350 metri quadrati; superfici più ampie potranno essere valutate solo se saranno gestite da più persone oppure con investimenti importanti, vista la necessità di inserire, già da subito, dipendenti e collaboratori.

Se invece si vuole rendere operativo un negozio dell'usato per l'infanzia, 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 è necessario un locale di almeno 350 metri quadrati. Se vuoi aprire un Baby Bazar, la superficie minima è di 160 metri quadrati.

Personalmente, per un Mercatopoli mi indirizzerei su un locale di almeno 750 metri quadrati. Per un Baby Bazar cercherei un locale di almeno 250 metri quadrati.

È importante sapere che sopra i 400 metri quadrati la legge impone che i locali siano in regola dal punto di vista della [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.

~~~~~

© 2008-2012, by Alessandro Giuliani – Verona

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



Ottenute queste informazioni, è necessario considerare attentamente il bacino d'utenza nel quale si vuole rendere operativo il proprio punto vendita. Il sito [www.comuni-italiani.it](http://www.comuni-italiani.it) fornisce i dati ISTAT degli abitanti per ogni comune italiano.

Un mercatino dell'usato generalista necessita di un bacino d'utenza (nel giro di 8 km) di almeno 35.000 abitanti, un negozio dell'usato specializzato deve indirizzarsi a un bacino di almeno 50.000 abitanti. Entrambi vanno sempre localizzati in comuni di almeno 15.000 /20.000 abitanti.

Per la localizzazione corretta è necessario indirizzarsi a un luogo ad alta visibilità, facilmente raggiungibile, con possibilità di insegna, posizionato nei pressi di un'attività commerciali trainanti, dotato di parcheggio. Vanno esclusi il centro, le vie pedonali o le zone dove siano presenti limitazioni di traffico e i centri commerciali, sia per ragioni di fruibilità che di costi troppo elevati.

È fondamentale il budget di spesa per il locale, in quanto location troppo costose possono determinare un eccessivo impegno di risorse, considerando, però, che tutte le richieste d'affitto vanno trattate. Il mercato immobiliare attuale permette di impostare trattative che possono portare a una riduzione del costo d'affitto anche di un 40% rispetto alla richiesta. Eventuali locali in posizioni di eccellenza scontati oltre i valori sotto riportati devono essere valutati con molta attenzione.

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

- 160 metri quadri per 1.600 euro mensili.
- 250 metri quadri per 2.200 euro mensili.

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

- 350 metri quadri per 1.800 euro mensili.
- 500 metri quadri per 2.400 euro mensili.
- 750 metri quadri per 3.300 euro mensili.
- 1.000 metri quadri per 4.000 euro mensili.

~~~~~

© 2008-2012, by Alessandro Giuliani – Verona

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



Vanno scartati locali fatiscenti e umidi, non posizionati sul piano stradale oppure su due livelli. I semiinterrati vanno valutati attentamente, soprattutto in merito alla qualità delle rifiniture, all'accessibilità del pubblico e alle normative antincendio.

## IL CONTRATTO D'AFFITTO

Individuato il locale è bene procedere con cautela. È necessario munirsi di planimetria, certificato d'agibilità e contattare l'ufficio tecnico del Comune per verificare la regolarità catastale del locale, fatta salva la precedente richiesta per la compatibilità urbanistica della destinazione d'uso del locale rispetto al piano regolatore e alle normative tecniche e, ovviamente, all'attività che s'intende avviare.

Ottenuto il benestare dal Comune, è necessario fissare un appuntamento con il proprietario del locale per trattare la richiesta d'affitto, chiarire quali siano le garanzie richieste (cauzione, fidejussione), definire eventuali lavori da eseguire per il locale, accordarsi su chi sosterrà tali oneri, informare della necessità di acquisire i certificati di conformità di tutti gli impianti e infine, se il locale supera i 400 metri quadrati, definire la questione relativa al certificato di prevenzione incendi. In merito ai lavori da eseguire, sono convinto che le opere strutturali, come ad esempio l'apertura di un'uscita di sicurezza, debbano sempre rimanere a carico del proprietario.

Le condizioni ideali per un contratto di affitto sono l'assenza di una fidejussione, che andrebbe eventualmente richiesta in banca e per la quale sono necessarie garanzie per la copertura, oltre al contenimento del numero di mensilità richieste a garanzia, che dovrebbero essere, al massimo, tre.

Rimangono infine da chiarire: la decorrenza del contratto d'affitto, che è consigliabile porre a lavori eseguiti e se l'affitto sia, o meno, soggetto ad IVA.

Nel caso l'operazione sia gestita da un'agenzia immobiliare, va chiarito quale sarà il compenso, normalmente a carico dell'affittuario e, di solito, equivalente a una mensilità di affitto. Ricorda che, in questo caso, l'agenzia dovrebbe supportare le parti in modo equidistante nella redazione del preliminare o del contratto d'affitto.

Definiti i punti, è necessario stipulare una proposta di locazione, un preliminare di contratto d'affitto, cioè un contratto d'affitto vincolante che preveda sempre:

~~~~~

© 2008-2012, by Alessandro Giuliani – Verona

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



- la possibilità di svincolo contrattuale e di restituzione della caparra in caso di diniego delle autorizzazioni comunali;
- l'assegnazione al proprietario di eventuali lavori strutturali necessari all'ottenimento del certificato di prevenzione incendi;
- se necessario, l'erogazione del finanziamento che richiederai in subordine all'efficacia del contratto.

Ti consiglio, prima di procedere alla firma di un qualsiasi contratto, di chiedere supporto al tuo avvocato o al tuo commercialista per l'analisi precisa e puntuale di tutte le clausole contrattuali.

I candidati affiliati a Mercatopoli o a Baby Bazar dispongono di un servizio gratuito di consulenza per la verifica degli elementi contrattuali presenti nel contratto d'affitto.

## APRIRE LA PARTITA IVA

(Approfondimenti su: [Mercatino: Atecofin](#))

Aprire una partita IVA è molto semplice, solitamente se ne occupa il commercialista per via telematica. Il codice ATECOFIN dell'attività è il **46.19.02**. Purtroppo non esiste ancora un codice specifico che classifichi gli operatori dell'usato in conto terzi. Questa figura viene pertanto equiparata a un procacciatore d'affari.

Se dovrai costituire una società, la stessa va costituita di fronte ad un notaio, prima della richiesta di partita IVA. Anche in questo caso il tuo commercialista saprà consigliarti in base alla tua situazione specifica. Non consiglio mai la costituzione o l'utilizzo di una società a responsabilità limitata (S.r.l.) che risulta essere molto costosa sia nella costituzione che nella gestione, dovendo obbligatoriamente operare in contabilità ordinaria. D'altronde, i rischi connessi a questo tipo di attività sono limitati e spesso assicurabili. Con partita IVA e contratto d'affitto (oppure con il preliminare) puoi presentare in Comune la SCIA .

## LA SCIA

(Approfondimenti su: [Mercatino: pubblica sicurezza](#))

~~~~~

© 2008-2012, by Alessandro Giuliani – Verona

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



La Segnalazione Certificata di Inizio Attività (SCIA) è la dichiarazione che consente di iniziare, modificare o cessare un'attività senza dover più attendere i tempi, l'esecuzione di verifiche e controlli preliminari da parte degli enti competenti. Tale semplificazione amministrativa obbliga l'imprenditore alla verifica preliminare dei requisiti personali e del locale, affinché si possa iniziare l'attività, come ho già avuto modo di consigliare precedentemente.

Sottolineo che la SCIA va presentata 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).

Presentata la SCIA, è necessario completare la dichiarazione allegando i documenti che permettano al comune la verifica dell'idoneità dei locali, ovvero: contratto d'affitto, planimetria dei locali, certificato di agibilità e, in alcuni casi, il certificato di prevenzione incendi.

Per un retaggio della vecchia normativa, alcuni Comuni chiedono un deposito cauzionale, che non è dovuto. A seguito dell'analisi della problematica eseguita dal nostro ufficio legale, ho reso disponibile sul mio sito [un'istanza](#) da presentare.

È necessario, infine, allegare la tabella delle operazioni e delle tariffe (tabella provvigioni) e il registro degli affari da vidimare, così come previsto dalla normativa TULPS. Dal mio sito, puoi scaricare la [tabella provvigioni](#): contiene l'elenco delle operazioni e le relative percentuali di provvigioni, che potrai adattare in base alle tue necessità.

Acquistando uno dei nostri software, ti verrà inviato il registro degli affari da portare in vidimazione, senza alcun costo aggiuntivo. Per i negozi Mercatopoli e Baby Bazar è disponibile una specifica tabella provvigioni.

## REGISTRO DEGLI AFFARI

(Approfondimenti su: [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 gestire manualmente tale registro, anche per il mercatino dell'usato più piccolo.

~~~~~

© 2008-2012, by Alessandro Giuliani – Verona

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



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.

I comuni più zelanti accettano addirittura una sorta di [vidimazione autocertificata](#).

## IMPOSTAZIONE FISCALE

L'agenzia d'affari è un'attività imprenditoriale che, fiscalmente, è impostata come un'azienda di servizi. Eroga infatti, al privato interessato, un servizio di assistenza nella compravendita di oggetti usati, esponendo e vendendo per SUO NOME e per SUO conto. Questo passaggio è fondamentale in quanto la vendita in NOME e per CONTO di un privato è l'elemento fondamentale per la corretta implementazione della questione fiscale. A tal proposito la mia azienda ha provveduto ad elaborare [un'istanza di interpello](#) che ho reso pubblica sul mio sito.

Un privato richiede quindi all'agenzia d'affari la prestazione di un servizio e stipula un contratto di mandato. L'agenzia vende l'oggetto, incassa, custodisce la somma e rimborsa il cliente, detraendo dal rimborso un compenso, rappresentato dalla sua provvigione.

Il rimborso è un'operazione tra privati, quindi fuori campo IVA, mentre la provvigione va regolarmente fatturata al cliente venditore, scorporando l'IVA del 21%. Facciamo un esempio, ipotizzando 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 21%).

Per cui si deve provvedere a eseguire un'operazione di scorporo dell'IVA: nell'esempio (75,00 \* 100 / 121). Considerata la somma di 75,00 euro al lordo di IVA, applicando l'operazione di scorporo indicata, si ottengono 61,98 euro di provvigione netta e 13,02 euro di IVA da versare all'Erario. La provvigione deve essere fatturata al cliente venditore, che rappresenta il soggetto fiscale di riferimento dell'agenzia.

L'acquirente, eseguendo l'operazione di acquisto all'interno di spazi commerciali, deve essere informato del fatto che sta effettuando l'acquisto in un'agenzia che opera IN NOME e

~~~~~

© 2008-2012, by Alessandro Giuliani – Verona

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



PER CONTO di un privato, che non emetterà scontrino o ricevuta fiscale e che potrà avvalersi dell'esclusione della garanzia prevista per i privati. Eventuali ricevute di vendita rilasciate dal negozio, valide come certificazioni d'acquisto, non rappresentano alcuna valenza dal punto di vista fiscale e dovrebbero contenere l'identificativo (nome e cognome oppure codice fiscale) del privato venditore.

I network Mercatopoli e Baby Bazar, attraverso un gruppo di consulenti nelle aree urbanistica, fiscale, giuridica e legale, possono disporre di informazioni molto precise, verificate e circostanziate, per l'impostazione corretta dell'attività che, per sua natura, non è ancora esattamente definita, soprattutto dal punto di vista fiscale. Ritengo che questo sia un vantaggio competitivo importante per un negozio dei nostri network rispetto a un punto vendita non affiliato, che deve necessariamente avvalersi di consulenze autonome.

Un altro aspetto importante dal punto di vista fiscale è la custodia delle somme incassate per conto del cliente. Quando l'agenzia d'affari vende un oggetto incassa una somma per conto di un cliente privato e ne diviene custode sino al termine del servizio. Queste somme "custodite" devono essere opportunamente documentate.

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.

In alcuni casi il registro "somme di terzi" viene redatto automaticamente dal software di gestione.

## IL BUSINESS PLAN

(Approfondimenti su: [il business plan](#))

Il business plan è lo strumento per presentare e pianificare il progetto d'impresa che si intende realizzare. La stesura del piano permette a chi vuole avviare una nuova impresa di verificare la validità della propria idea e la sua attuabilità, valutando i tempi, i costi e, più in generale, le azioni necessarie a renderla operativa. È un documento formale e deve seguire un'impostazione precisa e veritiera ed è assolutamente necessario per la richiesta di eventuali finanziamenti.

~~~~~

© 2008-2012, by Alessandro Giuliani – Verona

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



Nella fase di impostazione del business plan è necessario considerare che chi lo leggerà non conosce l'attività: il documento dovrà essere quindi convincente, soprattutto se il lettore dovrà decidere se finanziare o meno l'operazione.

La prima parte di un business plan è discorsiva e spiega, con concetti chiari e precisi, tutti gli aspetti dell'attività che s'intende intraprendere.

È necessario analizzare l'idea imprenditoriale e l'innovazione che questa idea apporta sul mercato, valorizzando le componenti eco-sostenibili, sociali, legate alle prevenzioni dei rifiuti, oltre alle opportunità offerte alle famiglie in un contesto di crisi economica. Vanno approfondite sia le componenti soggettive, legate alle motivazioni che ti spingono verso un'attività di questo tipo, che quelle oggettive, dove esprimi la tua visione del mercato e le motivazioni per le quali ritieni che la tua attività avrà successo. Va quindi analizzata la struttura giuridica dell'impresa che vuoi attivare e va approfondita la normativa giuridica e fiscale di riferimento. Dovrai parlare di te, del tuo curriculum e delle tue passate esperienze.

È indispensabile spiegare nel dettaglio il funzionamento della tua attività, con dovizia di esempi e particolari. Dovrai analizzare le motivazioni che ti hanno spinto alla scelta di una specifica location, riportando l'analisi del bacino d'utenza. Dovrai parlare dei tuoi potenziali clienti, segmentandoli in categorie e analizzando i punti di forza della tua proposta rispetto alle specifiche categorie. È molto importante dettagliare le categorie di prodotti che intendi trattare, analizzando le peculiarità di ogni categoria rispetto al mercato dell'usato, definendone le percentuali di provvigioni.

Particolare cura dovrebbe essere prestata al piano marketing che intendi adottare e al tipo di promozione pensata per l'attività. Un corretto piano di comunicazione dovrebbe comprendere sia pubblicità tradizionale off-line che on-line, oggi sempre più importante. Una grande importanza va data agli strumenti innovativi che intendi adottare come sito internet, vetrina, e-commerce, social network e ai servizi on-line che intendi erogare ai tuoi clienti in un concetto di promozione e di fidelizzazione.

Va analizzata approfonditamente la concorrenza in zona e on-line, che non si riferisce solamente ad altre attività simili, ma è relativa alla presenza di players che propongono prodotti simili a quelli che tratterai, indipendentemente dal fatto che siano di seconda mano.

~~~~~

© 2008-2012, by Alessandro Giuliani – Verona

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



Dovrai porti obiettivi di breve, medio e lungo periodo, soprattutto in termini di opportunità che ti si potranno presentare, focalizzando i punti di forza, le minacce e le criticità.

Dovrà risultarne un documento di analisi accurato, preciso, circostanziato e veritiero. Non può essere un “copia e incolla” di qualcosa reperito in rete, in quando deve essere spiccatamente incentrato sulle tue caratteristiche di imprenditore.

I candidati affiliati ai network Mercatopoli e Baby Bazar possono disporre di un servizio gratuito per l'affiancamento nella redazione di questa prima parte del business plan.

La seconda parte di un business plan è impostata in modo tabellare, per molti è considerata quella più interessante in quanto analizza i costi di startup, quelli di gestione e i ricavi presunti.

Il fabbisogno finanziario è la quantità necessaria di risorse che permette l'avvio dell'attività e che comprende eventuali cauzioni e/o fidejussioni accessorie al contratto d'affitto, le spese per l'agenzia immobiliare, i costi degli adempimenti burocratici e per l'impostazione contabile, le opere al locale e gli allestimenti, gli allacciamenti acqua, gas, telefono, internet, l'insegna e la visibilità esterna, la promozione d'avvio, l'impianto d'allarme, le attrezzature informatiche, il software di gestione, il sito e i servizi internet, gli eventuali canoni di adesione a un network franchising.

Tale fabbisogno andrà suddiviso in quote mensili, in base alla durata del contratto di affitto (solitamente 6 anni), e il risultato determinerà la quota di ammortamento per il capitale investito, che verrà inserita come prima voce tra le spese annuali di gestione.

Dal fabbisogno necessario andranno sommati: una quota di liquidità necessaria per i primi mesi in cui l'attività non riuscirà a coprire i costi di gestione, il costo pubblicitario per tutto il primo anno di gestione e la perdita di esercizio che, per il primo anno, è inevitabile. Questo importo è quello che io consiglio di disporre per poter avviare con relativa tranquillità la propria attività.

Si passa quindi all'analisi delle spese di gestione annuali e, quindi, relative a: canone d'affitto, spese condominiali, promozione e pubblicità, cartellonistica stradale, manutenzioni degli impianti, telefono, luce, acqua, riscaldamento, commercialista, consulente del lavoro, interessi sul finanziamento, pulizia dei locali, INPS, rifiuti solidi urbani, imposte e tasse,

~~~~~

© 2008-2012, by Alessandro Giuliani – Verona

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



remunerazione dell'imprenditore che apporta lavoro, ecc. Non è sicuramente semplice prevedere tutte le spese e spesso è necessario il supporto di un commercialista.

La parte più difficile e ugualmente 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 soggettivi:

- visibilità del locale;
- bacino d'utenza;
- raggiungibilità e presenza di parcheggi;
- caratteristiche qualitative e dimensione del locale;
- investimento pubblicitario previsto e strumenti utilizzati;
- visibilità in rete e nei social network;
- sistema adottato dal punto vendita;
- qualità della merce (derivante dalla selezione) e disposizione dei reparti;
- meccanismi adottati per la fidelizzazione del cliente;
- conoscenze, reputazione e abilità del gestore;
- organizzazione generale e dotazione informatica;
- servizi aggiuntivi.

Il punto di pareggio (break even point) indica la quantità, espressa in volumi di vendita, necessaria per coprire i costi precedentemente sostenuti, al fine di chiudere il periodo di riferimento senza profitti né perdite.

La mia esperienza è riassunta nella seguente tabella:

| Tipologia di negozio | Tempo        | Venduto BeP  | Potenziale     |
|----------------------|--------------|--------------|----------------|
| Generalista          | 8 – 18 mesi  | 45 – 55 Euro | 120 – 140 Euro |
| Specializzato        | 12 – 24 mesi | 75 – 85 Euro | 170 – 190 Euro |

Il tempo è quello necessario al raggiungimento del punto di pareggio. Il venduto BEP è il volume delle vendite lordo mensile per metro quadro di superficie del punto vendita per il raggiungimento del punto di pareggio. Il potenziale è il volume delle vendite lordo mensile per metro quadro di superficie, quale obiettivo dopo 5 anni di attività. Il venduto è ovviamente comprensivo sia della parte per il gestore (provvigione), che di quella del privato venditore (rimborso), sia dell'IVA che attualmente è del 21% e che va quindi scorporata dalla provvigione.

~~~~~

© 2008-2012, by Alessandro Giuliani – Verona

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



La tabella precedente ha delle prescrizioni assolute che il punto vendita deve rispettare e che riassumo nei seguenti 5 punti:

**1** Il punto vendita deve essere impostato come un negozio, con reparti ben definiti e con una selezione accurata delle merci in vendita. Tendenzialmente, il potenziale cliente venditore porta in vendita in negozio articoli di qualità simile rispetto a quelli già esposti: è quindi fondamentale fin da subito provvedere ad applicare elevati criteri di selezione in merito a qualità, prezzo e stato d'uso. Inoltre, il punto vendita deve essere fruibile e confortevole sia in merito agli allestimenti adottati che ai fattori ambientali (luminosità, riscaldamento, ecc.).

**2** La merce ha dei tempi di permanenza stabiliti in base alla categoria merceologica e al valore che devono essere rispettati. Un'esposizione statica porterà gli avventori del negozio a perderne gradualmente l'interesse e a diminuire drasticamente la frequentazione del negozio. È importante quindi applicare in modo preciso il sistema in merito ai tempi di esposizione dei prodotti.

**3** L'atteggiamento del personale che gestisce il punto vendita deve essere assertivo, paziente, onesto e deve fornire informazioni trasparenti, corrette e complete, con l'obiettivo primario di soddisfare il cliente. Clienti insoddisfatti per un atteggiamento del personale non in linea con queste specifiche generano un passaparola negativo che oggi risulta essere la prima causa di insuccesso di qualsiasi attività.

**4** La formazione del personale del negozio deve essere costante in ambito di comunicazione, marketing, conoscenza dei prodotti. È una strada impegnativa che obbliga anche l'imprenditore a seguire percorsi formativi specifici che gli permettano di seguire il mercato, oggi quanto mai mutevole.

**5** È necessario investire in pubblicità costante, off-line e on-line, per fare in modo che il "volano di crescita" previsto dal sistema s'innesci correttamente. È necessario indirizzarsi verso forme pubblicitarie che funzionino, innovative, orientate agli eventi. È fondamentale l'erogazione di servizi che coinvolgano il cliente anche fuori dal negozio, con l'utilizzo corretto di internet e dei social network.

Ovviamente, l'attuazione di un qualsiasi piano aziendale rimane condizionata dalla tua capacità di organizzare ed esercitare l'attività d'impresa in modo efficiente e redditizio,

~~~~~

© 2008-2012, by Alessandro Giuliani – Verona

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



considerando che gli scostamenti tra le stime e i dati finanziari dell'impresa potrebbero essere significativi.

Per i candidati affiliati Mercatopoli e Baby Bazar elaboriamo la parte tabellare del business plan dopo aver effettuato una valutazione di tutti i fattori, in primis il locale e la zona. La nostra politica commerciale prevede che il candidato affiliato possa analizzare il business plan prima di firmare qualsiasi preliminare per l'affiliazione. Senza impegno, senza costi.

È inoltre fondamentale raffrontare periodicamente le stime previste dal business plan con i risultati raggiunti, per la verifica degli eventuali scostamenti e la conseguente correzione immediata degli errori d'impostazione e/o l'adozione delle necessarie contromisure. Tali scostamenti, se non immediatamente analizzati e corretti, portano a un dilatamento dei tempi di raggiungimento dei risultati previsti e possono portare, addirittura, alla chiusura dell'attività.

Le vendite dei negozi Mercatopoli e Baby Bazar vengono costantemente verificate a mezzo di uno strumento informatico che aggiorna i risultati dei negozi in tempo reale. Ciò permette ai funzionari di supporto dedicati di intervenire in sinergia con il gestore per correggere eventuali anomalie, adottando, quando possibile, le necessarie misure per una crescita equilibrata e consona alle aspettative dell'affiliato.

## FINANZIAMENTI

(approfondimenti su: [finanziamenti per il mercatino dell'usato](#))

Uno dei maggiori punti di criticità per l'apertura di un mercatino dell'usato è quello di partire con risorse insufficienti, questione troppo spesso sottovalutata. *"Quanti soldi servono per aprire un mercatino dell'usato?"* è la prima domanda che mi sento rivolgere. È una domanda che non può trovare risposta senza un'analisi precisa e senza l'elaborazione di un business plan. A spanne, posso dirti che dovrai però disporre di almeno 35/40 mila euro per prendere in considerazione l'eventualità di aprire un'attività in questo settore.

Ottenere un finanziamento è impegnativo e spesso laborioso. Esistono, però, dei bandi di finanziamento che prevedono, talvolta, una parte a fondo perduto.

Ti consiglio di iniziare a verificare la presenza di bandi di finanziamento presso la **Camera di Commercio** della tua zona. Puoi anche contattare [Invitalia](#), un'agenzia governativa creata per lo sviluppo delle imprese. Altra possibilità, spesso la più utilizzata, è quella di accedere al

~~~~~

© 2008-2012, by Alessandro Giuliani – Verona

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



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 una buona credibilità imprenditoriale e aumenta sensibilmente le possibilità di ottenere un corretto finanziamento.

I candidati affiliati Mercatopoli e Baby Bazar possono avvalersi di un servizio di ricerca finanziamenti, predisposto a seguito di un'importante sinergia con un studio professionale del settore. Dal sito Leotron puoi accedere a un [modulo per la richiesta di informazioni](#).

## SISTEMAZIONE INTERNA

Un altro elemento fondamentale sul quale devi focalizzare l'attenzione è la sistemazione interna del negozio. Il punto vendita è, infatti, il luogo principale dove i clienti acquistano e la disposizione delle merci e la qualità degli allestimenti è fondamentale per ottenere i risultati che ti sei prefissato.

Gli affiliati ai network Mercatopoli e Baby Bazar dispongono di un funzionario di zona che supporta l'affiliato in questa fase, progetta un layout e consiglia sulle strutture e allestimenti da acquistare.

Supponendo che il locale prescelto abbia una forma abbastanza regolare (quadrangolare), è opportuno predisporre il banco ricevimento/cassa in posizione tale da 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 organizzare un piano di lavoro sufficientemente ampio a un'altezza di circa 110 cm. Sotto, va predisposto un altro ripiano ad altezza scrivania per ospitare la tastiera, il monitor e altro materiale d'ufficio.

Negozi più grandi hanno la necessità di impostare un banco cassa più grande, che preveda più postazioni di lavoro oppure, in alcuni casi, banconi differenti inseriti in un contesto di reparto, ad esempio per l'abbigliamento. Tutti i banconi devono disporre dell'energia elettrica, delle prese telefoniche e del collegamento ADSL.

Lo spazio va suddiviso in reparti specifici e la disposizione delle merci deve tenere conto della dimensione delle stesse, in modo che gli oggetti più piccoli rimangano in vista. Un

~~~~~

© 2008-2012, by Alessandro Giuliani – Verona

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



mercatino di tipo generalista dovrà predisporre i vari reparti: abbigliamento, bigiotteria, calzature e borse, oggettistica, libri, elettrodomestici e mobili. Un negozio di usato per l'infanzia predisporrà i reparti: abbigliamento, attrezzature, mobili, giocattoli, libri e puericultura leggera.

Sono da prevedere i tavoli dedicati all'oggettistica e per la quale non vanno mai utilizzati i tavoli in vendita, gli appositi allestimenti per i libri, le strutture per l'abbigliamento, gli espositori specifici per i piccoli elettrodomestici, le vetrine per l'elettronica e la bigiotteria. I mobili, se lo spazio lo consente, vanno ambientati.

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

Consiglio sempre l'installazione di un apposito sistema di videosorveglianza con registrazione delle immagini.

## TECNICHE DI VALUTAZIONE

La valutazione degli articoli da prendere in carico è uno degli aspetti più soggettivi e più importanti nella gestione del negozio. 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 e il buono stato di conservazione. La valutazione qualitativa della merce richiede sempre un esame approfondito della stessa e non ci si deve lasciare influenzare dagli elogi del proprietario sul proprio prodotto.

Il prezzo proposto al cliente non è mai quello di realizzo, quanto quello di vendita. Inoltre, per quanto si tenda a comunicare che il prezzo viene determinato di comune accordo con il venditore, è il gestore che deve sapere a che prezzo vendere un articolo. Dal punto di vista pratico è sempre lui che fa il prezzo.

~~~~~

© 2008-2012, by Alessandro Giuliani – Verona

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



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 a un prezzo spropositato può dare un'impronta all'attività poi molto difficile modificare.

In fase di preapertura, gli affiliati a Mercatopoli e Baby Bazar partecipano a 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, anche se risulta essere la maggior preoccupazione per chi si affaccia a questo mercato. Molti si ingegnano per reperire gli oggetti addirittura prima di aprire il negozio, in modo da proporre già nei primi giorni di apertura un negozio pieno. Personalmente, lo considero un grave errore. Il negozio va aperto perfettamente allestito, ma completamente vuoto e, il giorno dell'apertura, deve partire una campagna di comunicazione mirata al reperimento degli oggetti.

Solo così i clienti capiranno come funziona l'attività e, nel momento in cui ne coglieranno le peculiarità, verranno coinvolti sposandone la dimensione ludica, che ritengo essere fondamentale per il successo. La questione importante non è quella di riempire in negozio, quanto quella di selezionare correttamente al prezzo giusto.

La qualità della selezione è determinante e sbagliare questa impostazione pregiudica la crescita dell'attività. È un errore difficile da raddrizzare, in quanto, senza selezione, si saranno create false aspettative nei confronti dei venditori, che risulteranno scontenti e non fidelizzati. E gli acquirenti torneranno con molta fatica.

## E-COMMERCE E VENDITA SU EBAY

Abbiamo visto come l'attività di agenzia d'affari sia molto sfumata dal punto di vista fiscale. È quindi necessario che l'acquirente tenga presente che ogni acquisto effettuato sarà fatto a mezzo di un'agenzia che rappresenta un privato, sia in suo nome che per suo conto.

~~~~~

© 2008-2012, by Alessandro Giuliani – Verona

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



In negozio vi sono delle dinamiche che agevolano questo tipo di comunicazione: basti pensare al contratto di mandato stesso, ai pieghevoli informativi, alle etichette dei prodotti esposti, alla ricevuta di vendita.

On-line, però, la normativa è diversa e potrebbe essere molto più difficile far percepire al cliente che utilizza un portale e-commerce (come ad esempio Ebay) che non sta acquistando da un negozio tradizionale, quando da un'agenzia che opera in nome e per conto di un privato.

È quindi necessario adottare le opportune procedure affinché:

- il venditore privato autorizzi l'agenzia a proporre in vendita i suoi oggetti anche su canali on-line, con modalità comparabili all'erogazione di un servizio;
- l'agenzia applichi fedelmente le normative previste per l'e-commerce, ad esempio in merito al diritto di recesso;
- l'acquirente ottenga dal portale le corrette informazioni, in particolar modo impostando correttamente le condizioni generali di vendita.

Il rischio è che, in caso di controllo, si possa mettere in dubbio l'intera impostazione fiscale dell'agenzia d'affari, sia per quanto riguarda le vendite on-line che quelle off-line effettuate in negozio.

Ovviamente, risulta fondamentale l'apporto di consulenti fiscali e giuridico-legali.

## GLI ULTIMI CONSIGLI

Anche a costo di ripetermi, voglio scrivere l'ultimo capitolo di questa guida con 6 consigli chiave per realizzare con successo il tuo progetto imprenditoriale. Non conta se il tuo progetto è un mercatino, un'attività on-line oppure off-line, questi consigli sono imprescindibili e parlano di te, non del tuo progetto.

**1** La passione prima di tutto. Se vuoi realizzare il tuo progetto imprenditoriale con successo, punta sulla passione. Essere imprenditori è una missione: il tuo progetto assorbirà quasi tutto il tuo tempo e la tua energia e devi essere disposto a sacrificarli per i tuoi obiettivi. Ricorda che focalizzare sulla gratificazione economica è un grave errore, perché il ritorno economico è una piacevole conseguenza e mai un obiettivo.

~~~~~

© 2008-2012, by Alessandro Giuliani – Verona

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



**2** Entusiasmo, non incoscienza. Molti imprenditori partono con grande entusiasmo; è sacrosanto! Questo non vuol dire che non sia necessario essere estremamente razionali nella pignola verifica di tutti i punti del progetto, soprattutto di quelli più deboli, oltre che i fattori di rischio. Entusiasmo e incoscienza sono cugini, la differenza è data dall'accuratezza.

**3** La pubblicità: un investimento o un costo? Inserite sempre nel vostro progetto un cospicuo investimento pubblicitario, considerando che la pubblicità costa molto e funziona poco. Prevedete diversi canali pubblicitari sia on-line (Google AdWords, Facebook Ads, newsletter, recensioni su altri siti) che off-line (volantini, giornali, attività di ufficio stampa), distribuendo in modo equo il vostro budget. Ricordate che il budget pubblicitario non può essere pensato solo per la fase di apertura, perché la Coca Cola, a distanza di decenni, fa ancora pubblicità. E tenete sempre a mente che l'investimento pubblicitario non è mai un costo, è un investimento indispensabile per il raggiungimento degli obiettivi.

**4** Parola d'ordine: condividere. Qualsiasi attività imprenditoriale intendiate svolgere, il mio quarto consiglio è quello di condividere con gli altri gli obiettivi raggiunti e quelli da raggiungere, le difficoltà, le soddisfazioni. I social network sono fatti di persone che possono appassionarsi, sostenervi, promuovervi, diventare vostri clienti. Una delle chiavi del vostro successo è un costante passaparola positivo che dovete sostenere, monitorare e agevolare. Oggi il passaparola è alimentato soprattutto dai social network e dal web in generale.

**5** Pianificate l'investimento. Incontro molti candidati imprenditori che pensano di rendere operativa un'attività con la metà del denaro che serve realmente. La scrupolosa pianificazione delle risorse necessarie è una condizione indispensabile che deve essere vista, analizzata, rivista, possibilmente con l'aiuto di un professionista. D'altronde, se nel bel mezzo del vostro startup si esaurissero le risorse, sarebbe difficile trovarne altre (a meno che non ci pensi "papi") e indovinate che cosa verrà naturale tagliare? Rileggete il terzo consiglio.

**6** Investi in formazione. Prima di avviare la tua attività, pianifica la formazione per una tua crescita personale. L'ideale sarebbe in aula, ma anche i libri vanno bene. Impara come gestire i clienti difficili, come comunicare con efficacia, come utilizzare le leve di persuasione, i fondamenti del marketing, un po' di web, alcuni cenni per il

~~~~~

© 2008-2012, by Alessandro Giuliani – Verona

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



posizionamento del tuo sito (quello di avere un sito era troppo scontato per essere un consiglio) e studia le dinamiche di funzionamento dei social network. Troppo da studiare? Prenditi il tempo necessario per farlo, perché un imprenditore di successo è un imprenditore formato.

Incontro giornalmente persone che vogliono diventare imprenditori e spesso sono mamme che vogliono aprire un Baby Bazar. Dopo un paio d'ore di dialogo nel quale questi consigli sono parte del mio essere imprenditore, mi accorgo che molti decidono di rinunciare mentre altri si motivano ancora di più e puntano decisi verso i loro obiettivi. La parola chiave è la motivazione, ovvero l'insieme dei fattori dinamici che spingono il comportamento di un individuo verso una precisa meta. Perché i cambiamenti non si fanno chiedendo il permesso. Si fanno chiedendo scusa, dopo.

## CONCLUSIONI

I consigli che ho riportato 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.

Puoi contattarmi via e-mail all'indirizzo [a.giuliani@leotron.com](mailto:a.giuliani@leotron.com) oppure puoi chiedermi l'amicizia su [Facebook](#). Sul mio sito ([www.alessandrogiuliani.it](http://www.alessandrogiuliani.it)) sono riportati parecchi approfondimenti in merito alle questioni esposte.

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

La guida è stata realizzata:

I revisione: 21 Giugno 2008

II revisione: 19 Agosto 2010

III revisione: 2 Novembre 2010

IV revisione: 5 Febbraio 2011

V revisione: 21 Febbraio 2012

VI revisione: 24 Novembre 2012

Tag: [mercatino usato](#)

~~~~~

© 2008-2012, by Alessandro Giuliani – Verona

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