

www.alessandrogiuliani.it

Aprire un mercatino dell'usato



aprire un mercatino dell'usato

di alessandro giuliani

www.facebook.com/alexgi

www.alessandrogiuliani.it

a.giuliani@leotron.com

~~~~~

© 2009, 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** e, negli anni, si è evoluta sino a proporre numerose soluzioni per questo settore.

**Leotron** è nata nel 1988, l'ho creata quando avevo 23 anni e negli anni si è trasformata: inizialmente era una software house!

Oggi **Leotron** si occupa esclusivamente di **mercatini dell'usato**. Ritengo di poter affermare che essa è il punto di riferimento nazionale per i **mercatini dell'usato** in Italia. Se non altro per il numero di licenze installate del nostro software J2K Revolution: oltre 400!

Il **secondhand style** è diventato anche il mio stile di vita. Contaminato da questo settore ho compreso che molto spesso si accantonano delle cose che non servono più anche se sono praticamente perfette e che possono essere vendute nei mercatini dell'usato. Nello stesso tempo ho ben compreso che in questi luoghi si possono fare degli ottimi affari. E sono convinto che il settore della **compravendita di usato** sia in grande evoluzione: il mio intento è contribuire alla diffusione di tale "stile di vita" anche attraverso questo e.book.

Esso contiene tutti 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 in conflitto di interessi, ma sono un grande sostenitore della filosofia Open Source e desidero quindi condividere il mio sapere.

Oltre a questa guida puoi trovare parecchi approfondimenti sul mio sito [www.alessandrogiuliani.it](http://www.alessandrogiuliani.it) dove tengo anche un micro-blog con i miei pensieri su quello che faccio.

E se utilizzi Facebook ti invito a chiedermi l'amicizia. Mi trovi a questo indirizzo: [www.facebook.com/alexgi](http://www.facebook.com/alexgi).

Penso che il presente e.book potrebbe incentivare 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, infatti, affianca in modo fantastico gli affiliati dei network permettendogli di crescere e di raggiungere redditività molto interessanti.

~~~~~

© 2009, by Alessandro Giuliani – Verona

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



Un imprenditore capisce i vantaggi dell'appartenenza ad un network, soprattutto quando verifica che far parte di **Mercatopoli** o di **Baby Bazar** costa molto meno che starne fuori! Scommettiamo?

Non posso esimermi dall'elencare i prodotti di **Leotron**, specifici per il mercatino dell'usato. Consideratela ... pubblicità.

Nel sito www.leotron.com puoi infatti trovare le proposte dell'azienda per il **mercatino dell'usato**:

- **Secondhand**: il [programma mercatino](#) più economico;
- **J2k Revolution**: il [software mercatino](#) più diffuso a livello nazionale;
- **Mercatopoli**: il network di [mercatini dell'usato](#) che condividono esperienze e conoscenze;
- **Baby Bazar**: il [baby mercatino](#) per il tuo bimbo che diventa un negozio;



Ho messo anche i prezzi dei prodotti, così ci si fa subito un'idea!

Sul sito Leotron puoi trovare una brochure "[prodotti mercatino](#)" sempre aggiornata, con le caratteristiche e i prezzi di tutti i prodotti e dove vengono analizzati i servizi offerti con l'affiliazione ai network.

In **Leotron** siamo tutti profondamente convinti che la tecnologia, internet in particolare, stia cambiando molti equilibri e che l'adozione di tecnologia all'interno di un settore come il **mercatino dell'usato** sia importantissima.

~~~~~



Noi siamo pronti! E Tu?

## 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.

In pochi anni i punti vendita italiani sono arrivati a circa **2 mila**: a Roma sono saliti da **219 a 333**, a Milano da **180 a 257**. L'esplosione ha riguardato anche l'Emilia-Romagna.

Il giro d'affari annuale, a livello nazionale, è stimato in oltre **3 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 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 dove 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 un reparto di articoli di [secondamano](#). Vedi ad esempio **Blockbuster**, **Decathlon**, **Game Stop**, **Miele**.

IL SISTEMA

(Clicca per approfondire. [Il conto vendita](#))

Per **mercatino dell'usato** intendo un'**Agenzia d'Affari** organizzata come attività di intermediazione tra privati che utilizza il 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 non è altro che 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.

E' fondamentale, per la corretta gestione di un **mercatino**, tener traccia, per ogni articolo venduto, del relativo venditore (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 valido documento d'identità: 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 speciale 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.

E' 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 che acquista, l'Agenzia può emettere una ricevuta di vendita, che però non è 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 che è prezzato a Euro 80,00 con una provvigione del 35%. La vendita dell'articolo è fatta 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 Euro 28,00. 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, allo scopo di rendere più appetibili gli oggetti invenduti, una diminuzione di prezzo in percentuale dopo che è trascorso un certo numero di giorni dal carico.

COMPRA VENDITA O CONTO VENDITA?

La necessità di sgomberare una cantina, un solaio o addirittura un intero appartamento, è soddisfatta, in genere, dal **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, per l'oggetto acquistato, la via commerciale più adatta per 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**. E' 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 che può rilasciare un expertise.

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.

E' un volàno, 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 quindi 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, equo ma 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.

Mercatino dell'usato e **antiquario** sono dunque due mestieri profondamente diversi e tali dovrebbero rimanere.

I PRIMI PASSI

Se sei arrivato a leggere sin qui è sicuramente un bene, vuol dire che quello che ho scritto è interessante. Ora si tratta di fare il primo passo: decidere se **aprire un mercatino dell'usato**.

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

Argomenti negativi:

- E' 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, economicamente, te lo potete permettere.
- Non è un'attività speculativa. Il **mercatino dell'usato** ti garantisce un lavoro gratificante e redditizio, ma l'attività non va considerata come speculativa. E' 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 lavoro in proprio. Non avrai capi o direttori e le decisioni le dovrai prendere tu, assumendotene oneri e onori.
- È un'attività splendida.
- 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) non dovrai investire nulla e incasserai il denaro prima di pagare.
- È un lavoro che prevede il contatto diretto con il pubblico, 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.

1. 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 di servizi e, ogni Comune, destina l'attività di servizi in base al proprio piano regolatore. Alcuni Comuni prevedono l'insediamento di attività di servizi in uno spazio con destinazione urbanistica direzionale o commerciale. Altri Comuni, 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 comunque predisposto una [richiesta di parere preventivo](#) da trasmettere al Comune per conoscere nel dettaglio le loro esigenze di tipo urbanistico. Normalmente ad una richiesta di parere preventivo il Comune dovrebbe rispondere per iscritto.

~~~~~



2. È da decidere quale sarà la superficie del punto vendita. Un solo imprenditore che vuole rendere operativo un **mercatino dell'usato** generico (abbigliamento, oggettistica, mobili, elettrodomestici, ecc) dovrà accontentarsi di 300 metri quadri. Superfici più ampie (più il mercatino è grande, meglio funziona) dovranno essere gestite da più persone. Se invece si vuole rendere operativo un **mercatino dell'usato** tematico, ad esempio un **baby mercatino**, può essere sufficiente una superficie di 120 metri quadri. Se vuoi rendere operativo un Mercatopoli, ricordati che scarto tutti i locali inferiori ai 400 metri quadri. Se vuoi aprire un Baby Bazar la superficie minima è di 120 metri quadrati. Dovessi aprire io un Mercatopoli (oltre a quello che gestisce mia moglie) mi indirizzerei su un locale di almeno 700 metri quadri; se fosse un Baby Bazar, cercherei un locale di almeno 200 metri quadri. Più impegnativi da gestire ma molto più redditizi!
3. È importante sapere che sopra i 400 metri quadri la legge impone che i locali siano agibili dal punto di vista di [Prevenzione Incendi](#). Considera attentamente questo limite, 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 grandi mercatini possono permettersi una localizzazione meno centrata perché sarà l'assortimento ad attrarre i clienti. Pensa a dove sono collocati, nelle tue vicinanze, Ikea e Blockbuster: Ikea, grandissima, è localizzata in un modo, Blockbuster necessita invece di una posizione molto diversa.

Va anche definito un budget di spesa, determinato secondo parecchi parametri. Ecco alcuni consigli:

Locale centrale (negoziato). Zona commerciale o prima periferia. Visibile. Facilmente raggiungibile. Parcheggio.

→ 120 metri quadri per 1.200 Euro mensili.

Locale discretamente ubicato (negoziato / capannone). Zona commerciale. Visibile. Facilmente raggiungibile. Parcheggio.

→ 300 metri quadri per 1.500 Euro mensili.

Locale discretamente ubicato (capannone). Zona commerciale. Visibile. Facilmente raggiungibile. Parcheggio.

→ 500 metri quadri per 2.300 Euro mensili.

~~~~~



Locale discretamente ubicato (capannone). Zona commerciale. Visibile. Facilmente raggiungibile. Parcheggio.

➔ 1.000 metri quadri per 4.000 Euro mensili.

Con questo budget potrai partire con una certa tranquillità, perché non sarà così difficile “starci dentro”. Però non è facile trovare locale a questi prezzi, ne sono consapevole. Molti pensano “ma nella mia città è difficile, i prezzi sono alle stelle”, ti posso garantire che dicono tutti così!

Con pazienza e un po’ di fortuna il locale giusto si può trovare.

I fattori più importanti, per la scelta, 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 che 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 è rappresentata da almeno 6.000 Euro l’anno (da raddoppiare il primo anno) e questo significa essere impossibilitati a far “partire” in modo corretto l’attività.

Considera anche che il primo anno chiuderà in perdita. Quindi dovrai reperire le risorse per far partire l’attività e per “mangiare” almeno per il primo anno.

~~~~~



Già, perché il primo anno si lavora gratis!

Reperire 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, che a dire il vero è quella più utilizzata, è quella di 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 che evidenzia quello che spenderai e quello che potrai incassare. Il condizionale è ovviamente 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 che può dare una risposta concreta a questi dubbi è proprio il **Business Plan**. Sottolineo che tale documento, fondamentale prima di avviare un **mercatino dell'usato**, **diventa indispensabile anche una volta avviato**: permette infatti di raffrontare i risultati previsti con quelli reali. Se questi si discostano dalle previsioni ne vanno analizzati i motivi e vanno presi i necessari provvedimenti.

Il **Business Plan** ti permette di stimare costi e ricavi dei primi 5 anni di attività. Ovviamente è necessaria un po' di esperienza. Il mio obiettivo, in questo e.book, è quello di analizzare gli elementi da considerare.

In ultima analisi, il **Business Plan** è il documento che la banca, la finanziaria e la camera di commercio ti richiederanno se dovrai chiedere un finanziamento.

Il **Business Plan** è un documento formale che deve seguire un'impostazione precisa e soprattutto 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 da alcune sezioni che ti elenco di seguito.

- L'idea imprenditoriale. Analizza l'idea e l'innovazione sul mercato che questa idea apporta. Il **mercatino dell'usato** è una grande idea imprenditoriale che 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 assolutamente inserito nel **business plan** perché così il lettore potrà 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. Quali saranno le azioni promozionali che 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"? Mancanza di esperienza?
- Minacce. Quali potranno essere le cose che potrebbero minare il successo del tuo **mercatino dell'usato**? La mentalità della gente?

~~~~~



- Opportunità. Quali saranno le opportunità che ti si presenteranno e che 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. Ovviamente le variabili in gioco sono molte, ma 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, a garanzia, una fidejussione bancaria o assicurativa.
- 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 che dovrai 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. Tutto quello che serve per una buona spinta pubblicitaria del tuo **mercatino dell'usato**. Ti consiglio di prevedere, per il primo anno, almeno 6.000 Euro.
- 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 quindi 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 ad un franchising, vanno inseriti i canoni annuali o le royalties.
- Ammortamento fabbisogno. Ovvero la quota di competenza calcolata sulla base del fabbisogno.
- Dipendenti e Collaboratori. Nel caso fossero presenti tali figure sono da considerare a livello di costi.
- Remunerazione imprenditore. Ovvero 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.

Evidentemente questa è la parte più difficile, ma un **business plan** deve necessariamente 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, ma anche e soprattutto da una valutazione soggettiva, in base all'esperienza, dei seguenti fattori:

- la visibilità del locale;
- il bacino d'utenza;

~~~~~



- la dimensione del locale;
- il tipo di pianificazione pubblicitaria prevista;
- il sistema adottato dal punto vendita.

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

Dalla provvigione lorda va necessariamente **scorporata l'iva**. Il risultato rappresenta la posta da contrapporre ai costi per vedere se l'attività potrà essere o meno redditizia. Ovviamente 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 quadro di superficie, al terzo anno di attività. Perlomeno questi sono i miei obiettivi quando seguo lo start-up di un **Mercatopoli**.

Da 50 a 150 Euro c'è ovviamente una bella differenza, ne sono consapevole.

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 comunque procedere con cautela.

È necessario munirsi di planimetria e contattare nuovamente l'Ufficio Tecnico del Comune per verificare la regolarità dal punto di vista catastale del locale.

Ottenuto l'ok dal Comune siamo al giro di boa, al fatidico momento in cui è necessario decidere se continuare l'avventura 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 che il proprietario avrà verificato le condizioni dello stesso. In pratica dovreste 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 attraverso 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?
- 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 l'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 ben diverso (l'Iva la devi infatti anticipare).

Se l'immobile è affidato ad un'Agenzia, i punti da chiarire saranno i medesimi, ma dovrai prevedere il costo della commissione che di solito è pari a una mensilità d'affitto o, più raramente, al 10% dell'affitto annuo.

Pretendi sempre e comunque che gli accordi presi siano inseriti nel contratto di affitto: spesso non basta una stretta di mano!

Chiarisci che aprirai una posizione Iva e che il contratto sarà stipulato dalla tua azienda.

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

~~~~~



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. Nel caso di società faresti bene a scegliere un Commercialista che sappia consigliarti.

Personalmente non consiglio mai, salvo casi eccezionali, la costituzione di una Società a Responsabilità Limitata (s.r.l.). E' molto più costosa sia la costituzione che la gestione.

Le società di capitali sono infatti tenute, per legge, a tenere una contabilità di tipo ordinario, in alternativa alla contabilità semplificata, di norma, per le ditte individuali e per le società di persone.

Una contabilità ordinaria è sicuramente molto più complessa e onerosa da gestire.

Puoi valutare assieme al commercialista il regime dei minimi, anche se nella maggior parte dei casi non è applicabile, soprattutto se il canone d'affitto del locale è sostanzioso.

Ora dovresti avere in mano partita Iva e contratto d'affitto. È giunto il momento di 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.) e 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;
- certificato 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!

## TABELLA PROVVIGIONI

La [tabella provvigioni](#) va allegata alla D.I.A. e contiene l'elenco delle operazioni che effettuerai con le percentuali di provvigioni che applicherai. 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, che andrà bollato in Comune e sul quale dovrai 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 necessaria è impossibile, anche per il **mercatino dell'usato** più piccolo, compilare manualmente tale registro.

Se hai deciso di utilizzare un software, sviluppato da Leotron, per la gestione del mercatino, puoi contattare l'azienda al numero verde **800.915.160** e farti spedire gratuitamente il Registro degli Affari, già intestato con i tuoi dati.

Il registro per un'eventuale tenuta manuale (i miei auguri personali) 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 un 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, per il quale il suo 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 che attualmente è 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). Per cui, 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 quindi 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 quindi 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 ne 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 manager 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.

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

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

~~~~~



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 una posizione tale da poter tenere in vista la quasi totalità del locale e, comunque, 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 inoltre 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. Oggi 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 posto 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.

TECNICHE PER LA 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. 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 però lo stesso da vecchio non 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 che il proprietario fa alla 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 che poi sarà molto difficile modificare. Il tuo 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. Ovviamente tutto deve essere al giusto prezzo.

## 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 iniziano le attività di marketing finalizzate al reperimento della merce: ad esempio la distribuzione di volantini e la pubblicità. A seguito di queste attività i contatti si moltiplicheranno e il **mercatino dell'usato**, in poco tempo, sarà sufficientemente allestito per fare bella figura.

Ricordati che non è difficile reperire la merce, la cosa difficile è selezionarla.

Una buona selezione di oggetti vendibili e al giusto prezzo è il presupposto del successo del punto vendita. Non eseguire la selezione e riempire il **mercatino** di oggetti che risulteranno difficilmente vendibili potrebbe compromettere la redditività del tuo **mercatino dell'usato** e rappresenta un errore molto grave.

~~~~~



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

CONCLUSIONI

Sono alla fine di questo e.book nel quale ho cercato di analizzare le problematiche 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 ritengo che in un prossimo futuro assisteremo ad un vero e proprio «boom» del settore.

Naturalmente [aprire un mercatino dell'usato](#) non è sinonimo di farlo funzionare bene.

I consigli che ho riportato sono destinati a coloro che vogliono aprire un'attività di questo tipo ma, ovviamente, non posso assumermi alcuna responsabilità sulla correttezza o sull'efficacia di quanto ho scritto, rimanendo comunque sempre disponibile per eventuali critiche o consigli.

Potete contattarmi via e.mail all'indirizzo a.giuliani@leotron.com.

Sul mio sito www.alessandrogiuliani.it sono riportati parecchi approfondimenti alle problematiche esposte: tutto gratis e senza impegno.

Se poi opterai per una collaborazione commerciale, io e il mio staff saremo a tua disposizione, con una serie di prodotti interessanti che possono aumentare considerevolmente le tue probabilità di successo.

Ma arriva ora un piccolo omaggio: sicuramente lo meriti se sei arrivato a leggere sin qui!

Quando avrai reso operativo il tuo **mercatino dell'usato**, vai su www.mercatiniditalia.it e iscriviti il tuo punto vendita al sito. È rapido e gratuito. Mi aiuterai a costruire un archivio completo dei mercatini dell'usato in Italia a disposizione di potenziali clienti.

Per finire ti chiedo una cortesia.

Se questo e.book ti è stato utile (ma anche se non lo è stato) lascia un tuo commento sul sito alla pagina <http://www.alessandrogiuliani.it/index.php?id=1049>; è l'unica cosa che ti chiedo in cambio del lavoro che ho fatto.

~~~~~

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

Aprire un mercatino dell'usato



Ovviamente sono anche disponibile a ricevere critiche: è grazie a queste che posso migliorare il mio lavoro e, di conseguenza, questo e.book!

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

Alessandro Giuliani

P.S. L'ultimo consiglio che ti do è quello di valutare l'opportunità di adesione ai network Mercatopoli e Baby Bazar: non costano molto e possono veramente fare la differenza, fidati, non è solo pubblicità, prova a chiedere informazioni al gestore del punto vendita più vicino a te!

Redazione dell'e.book: 21 Giugno 2008

Ultimo aggiornamento: 10 Novembre 2009

~~~~~

© 2009, by Alessandro Giuliani – Verona
Il presente documento è liberamente distribuibile ma è vietata qualsiasi modifica,
ivi inclusa l'eliminazione della fonte o dei link