



# **PET SHOP – ARTICOLI E SERVIZI PER ANIMALI D’AFFEZIONE**



PERCORSI INTEGRATI PER LA CREAZIONE D’IMPRESA – POR FSE

## PET SHOP – ARTICOLI E SERVIZI PER ANIMALI D’AFFEZIONE

### Indice della scheda

1. Definizione dell’attività e caratteristiche
2. Il profilo specifico dell’imprenditore/trice
3. Il mercato e la clientela
4. I mezzi necessari per l’avvio dell’attività (risorse umane, locali, investimenti materiali fornitori e stock)
5. Aspetti finanziari (giro d’affari, margini, liquidità, possibili finanziamenti)
6. Modalità d’ingresso nell’attività (regole da rispettare, leggi, eventuali certificazioni, norme europee, statuti)
7. Riferimenti (associazioni di categoria, saloni e fiere, fonti d’informazione)

### 1. Definizione dell’attività e caratteristiche

L’attività oggetto di questa scheda riguarda la vendita di alimentari, accessori e articoli di vario genere per animali d’affezione.

Prendersi cura della salute e del benessere del proprio animale da compagnia non è più considerato un vezzo, ma si sta rivelando una pratica sempre più diffusa. Inoltre, in linea con una ricerca sempre più esasperata del senso estetico umano, anche l’aspetto esteriore degli animali da compagnia sta diventando un’esigenza significativa per molti proprietari. In risposta alle nuove tendenze, i cosiddetti *Pet-Shop* si stanno trasformando in vere e proprie *boutique* specializzate per la cura e l’intrattenimento degli amici animali. Qui è possibile trovare moltissimi articoli, con una varietà di proposte “su misura” per le diverse tappe della crescita e le varie attività della giornata, tale da fare apparire questi punti vendita più simili a negozi per bambini che a negozi per animali.

I *Pet-Shop* sono in grado di offrire:

- Cibo: alimenti secchi e umidi per cani e gatti, con linee specifiche per animali con particolari problemi di salute; mangimi appositi per volatili, roditori, pesci. Per quanto riguarda i prodotti alimentari, i negozi per animali trattano soprattutto articoli appartenenti alle categorie *Premium* e *Super Premium*, caratterizzati da qualità e prezzo elevati, consigliati dai veterinari e difficili da trovare nella grande distribuzione. A questi prodotti, si affiancano quelli studiati per esigenze specifiche. Esistono, infatti, appositi alimenti per animali che hanno problemi di salute o che sono in sovrappeso (la linea light dei normali mangimi è molto diffusa) e linee di prodotti biologici e OGM free. Fra gli alimentari, un posto di rilievo è occupato dagli snack: pastiglie, caramelle, bastoncini aromatizzati, utilizzati per premiare o coccolare il proprio animale.

- Accessori: guinzagli, collari, cuccie, trasportini, ciotole, lettiere, ecc. Il tratto distintivo dei negozi di articoli per animali è sempre di più l'originalità dei prodotti offerti: se, ad esempio, è possibile acquistare un collare per cani in quasi tutti gli ipermercati, le proposte dei Pet-Shop sono all'insegna dell'esclusività, della cura e ricerca del particolare (si pensi ad esempio ai coordinati collare/cappottino/guinzaglio) o realizzati in materiale di maggior pregio.
- Prodotti per la salute e la bellezza degli animali domestici: integratori minerali e vitaminici, antiparassitari, shampoo specifici, prodotti detergenti, spazzole. Spesso, per differenziarsi dall'offerta della Grande Distribuzione, si offrono linee veterinarie, linee di prodotti non testati sugli animali.
- Abbigliamento: cappottini, impermeabili, copertine...
- Gadget vari: giocattoli per animali, articoli che riproducono immagini animali (portachiavi, accendini, mouse pad, ecc).
- Servizio di toelettatura cani: spesso, parallelamente all'offerta di prodotti, viene offerto il servizio di toelettatura per cani. Consiste nelle seguenti operazioni: bagno, spazzolatura, taglio del mantello, pulizia degli occhi, delle orecchie e taglio delle unghie. Si tratta di un servizio molto richiesto: sebbene la toelettatura possa essere effettuata anche in casa, direttamente dal proprietario del cane, la maggior parte delle persone che vivono in città non possiedono lo spazio, il tempo o l'attrezzatura necessaria e preferiscono ricorrere ad un toelettatore professionista. Anche la dimensione e l'indole del cane concorrono alla scelta di delegare questo tipo di servizio.
- Vendita di animali: talvolta è anche prevista la vendita di gatti, cani, criceti, conigli, altri roditori, pesci, tartarughe, uccellini, animali esotici.
- Servizi aggiuntivi: per venire incontro alle esigenze della clientela, molti negozi di articoli per animali si sono attrezzati per offrire un servizio aggiuntivo di consegna a domicilio della spesa effettuata ed eventualmente anche di presa e riconsegna del cane per la toelettatura. Non è raro, inoltre, che il punto vendita si offra anche come *dog-sitting* o pensione per animali.

Viene di seguito sintetizzato il processo per la tosatura dei cani.

Bagno - La toelettatura di un cane comincia con la fase del lavaggio: il cane viene fatto entrare in un'apposita vasca in PVC, aperta sul davanti, e lavato. A seconda delle necessità si possono utilizzare prodotti specifici, ad esempio,

shampoo antiparassitari. Una volta che il cane è stato lavato, occorre asciugarlo, eventualmente tosarlo e in seguito spazzolarlo.

Asciugatura - L'operazione di asciugatura è resa più semplice dall'utilizzo di uno speciale phon aspira liquidi, che permette di eliminare velocemente l'eccesso d'acqua dal pelo.

Taglio del mantello - Per la tosatura (il taglio del pelo), quando è richiesta dal cliente, si utilizza una tosatrice apposita e delle forbici per le rifiniture. Per alcune razze, tipicamente per i Fox Terrier, può essere opportuno utilizzare una tecnica, nota come lo *stripping*, che prevede l'estirpazione del pelo maturo dell'animale con un coltellino apposito, invece della sua recisione.

La frequenza con la quale effettuare le operazioni di taglio e pulizia del pelo va valutata in funzione della razza (struttura, tipo di pelo), dell'ambiente e delle abitudini del cane.

Spazzolatura - Nella fase della spazzolatura del cane, possono essere utilizzate sia le spazzole tradizionali sia i cardatori, ovvero spazzole dotate di denti metallici per trattare il sottopelo. Un cane che vive in prevalenza all'aperto necessiterà di spazzolature frequenti, essendo più facile la formazione di nodi con conseguente accumulo di sporcizia. Una volta spazzolato e tolti eventuali nodi, il pelo viene strofinato, pulito e disinfettato. Spazzolare il mantello permette di individuare eventuali parassiti, quali zecche o pulci.

Pulizia degli occhi, delle orecchie - Insieme alla toelettatura si esegue la pulizia degli occhi e delle orecchie, utilizzando un batuffolo imbevuto di acqua o di latte detergente.

Taglio delle unghie - Viene effettuato utilizzando speciali tronchesine. Si tratta di un'operazione molto delicata, che richiede molta perizia perché presenta il rischio di recidere i vasi sanguigni del cane, situati nelle unghie.

Chi voglia aprire un negozio di prodotti per animali con servizio di toelettatura annesso deve tenere presente alcuni aspetti importanti:

- 1) Per quanto attiene alla vendita di animali, occorre valutare attentamente se offrire anche tale servizio, sia alla luce delle più restrittive normative da seguire nell'allestimento del punto vendita, sia per l'ulteriore impegno in termini di dedizione e tempo che ciò comporta (gli animali devono essere nutriti e puliti anche nei giorni festivi e durante le ferie). Inoltre, per la vendita dei cuccioli, si deve fare i conti con la fortissima concorrenza degli allevamenti, che possono contare su una scelta e su una credibilità spesso superiore a quella del singolo punto vendita.

- 2) Per quanto riguarda la toelettatura per cani, invece, occorre considerare che – sebbene sia un servizio richiesto, molti proprietari lamentano una scarsa professionalità tra gli operatori del mercato. A tale iniziale diffidenza il nuovo imprenditore dovrà far fronte, tenendo presente che (come si illustrerà in seguito nella scheda) i tempi di fidelizzazione della clientela per questa attività risultano mediamente più lunghi che per la commercializzazione dei prodotti.
- 3) Relativamente all'eventuale *dog-sitting*, è bene sapere che per poter offrire tale servizio è necessario avere a disposizione del personale che si occupi dei cani lasciati in custodia e di una struttura adeguata in cui alloggiarli.

## 2. Il profilo specifico dell'imprenditore/trice

Per aprire e gestire un *Pet-Shop* è necessario conoscere ed amare gli animali ed essere informati sul mondo che gira intorno a loro. Sebbene, per legge, non sia prevista alcuna formazione specialistica per vendere articoli e prodotti per animali, il titolare dovrebbe essere sufficientemente preparato a ricoprire il ruolo di interlocutore privilegiato dei proprietari di animali, chiamato spesso a fornire informazioni, suggerimenti e indicazioni utili a risolvere problemi e a soddisfare esigenze particolari, anche in termini di salute e benessere. Saper dare risposte pertinenti significa dimostrare una certa professionalità.

Può dunque essere utile avere nozioni di medicina veterinaria e di psicologia animale, oltre che conoscere il pensiero e le proposte di associazioni e movimenti animalisti. Il modo più semplice per fare bene questo lavoro è non improvvisare, ma mettere a frutto una passione coltivata nel tempo, facile da percepire, perché genuina. Ciò vale a maggior ragione se si considera che i proprietari sono spesso diffidenti e precipitosi nel considerare "inaffidabile" un operatore che non dimostri passione. Prima di avviare un *Pet-Shop* è pertanto fondamentale testare il proprio rapporto con gli animali, onde evitare di iniziare un'attività per la quale non si è adatti.

Per quanto concerne l'aspetto meramente commerciale, è necessario avere capacità e attitudini di base: predisposizione al contatto con i clienti e capacità di trasmettere un senso di fiducia, professionalità e competenza in coloro che intendono acquistare prodotti per i propri animali o semplicemente richiedere informazioni o consigli.

Dal punto di vista "tecnico", vendere e trattare prodotti per animali, non richiede competenze diverse rispetto a quelle necessarie per lo svolgimento di altre attività commerciali. Risulta avvantaggiato chi è in grado di gestire il proprio magazzino e ha dimestichezza per numeri e calcoli, cosa che in ogni caso non elimina la necessità di rivolgersi all'assistenza di un commercialista.

Non guasta neppure un tocco di fantasia: la capacità di proporre un allestimento funzionale e al contempo attrattivo e il saper proporre un assortimento vasto e

articolato di prodotti più o meno innovativi, trasmettono ai clienti la sensazione di trovare tutto ciò che di nuovo (e "sfizioso") offre il mercato. Inoltre, l'ambiente arricchito di elementi particolari e creativi – come, ad esempio, una bacheca in cui segnalare mostre, "compro/vendo" animali, corsi e iniziative per e con gli animali - può diventare un punto di riferimento e luogo per lo scambio di esperienze ed informazioni utili a chi possiede animali.

Relativamente al servizio di toelettatura, il primo elemento da sottolineare è che non esistono scuole o corsi riconosciuti per chi voglia apprendere le tecniche e le manualità necessarie a diventare toelettatori. La strada migliore per apprendere questo mestiere è dunque quella di affiancare un toelettatore esperto.

Oltre alle tecniche da acquisire, non va sottovalutato che essere a contatto con gli animali ha implicazioni psicologiche e sanitarie importanti. Per questo, è necessario che chi intraprende questa attività abbia ben presente che, lo ripetiamo, al di là di amore e passione per gli animali, servono conoscenze e competenze tecniche, anche in campo veterinario.

Il futuro toelettatore deve, infatti, avere un profondo grado di conoscenza degli animali e del loro comportamento per riconoscere i segnali di disagio o nervosismo dei cani, che possono preludere a manifestazioni di aggressività.

È inoltre necessario essere dotati di una buona dose di pazienza: avere a che fare continuamente con gli animali, non sempre tranquilli e obbedienti, può essere molto più faticoso di quanto si pensi, oltre che pericoloso. D'altro canto, i cuccioli e più in generale gli animali d'affezione, sono spesso accompagnati dai rispettivi proprietari, che talvolta si rivelano più nervosi e difficili da trattare dei loro stessi animali. È necessario avere una notevole dose di pazienza per fronteggiare anche loro.

Per quanto riguarda i servizi aggiuntivi che il negozio può mettere a disposizione (*dog-sitting*, consegna a domicilio della spesa, pensione per gli animali e così via), oltre al buon senso, alla pazienza ed ai mezzi necessari per trasportare ed ospitare gli animali, occorre ovviamente la patente di guida: non possederla può ostacolare notevolmente il lavoro.

### 3. Il mercato e la clientela

Il mercato legato agli animali da compagnia si è sviluppato in modo significativo negli ultimi anni. Il numero di animali presenti nelle case degli italiani è cresciuto notevolmente, tanto che oggi metà delle famiglie ne possiedono uno.

Secondo le stime per il 2002 riportate in uno Studio dell'Eurispes, nel nostro Paese ci sono oltre 44 milioni di animali domestici, con una netta prevalenza di gatti, cani, pesci da acquario e canarini, come riportato nella tabella che segue.

**Tab.1 - Stima degli animali domestici presenti in Italia nel 2002**

Cani	6.900.000
Uccelli	12.100.000
Gatti	7.400.000
Roditori	500.000
Pesci d'acquario	15.800.000
Altri animali	1.400.000
<b>TOTALE</b>	<b>44.100.000</b>

Fonte dati: Eurispes

Sempre secondo l'Eurispes, inoltre, non va sottovalutato il dilagante fenomeno della fauna esotica "casalinga". Stando ai dati disponibili, il commercio mondiale di questi animali raggiunge l'incredibile cifra di 3.800 milioni di euro l'anno (di essi, circa 2.100 milioni riguardano il mercato clandestino). In effetti, per molte persone, iguane e serpenti non sono molto diversi dai cani da salotto sotto molti punti di vista, non ultimo quello affettivo. Secondo l'Eurispes, quasi 3.000 italiani possiedono un felino esotico (leone, pantera, leopardo, ecc.), mentre sono 60.000 i proprietari di rettili e quasi 30.000 coloro che possiedono testuggini terrestri.

Nella tabella 2 si riporta la stima della spesa annuale degli italiani - per il 2002 - che mantengono animali domestici nelle loro case.

**Tabella 2 - Stima della spesa annuale degli italiani per gli animali domestici per tipologia di spesa, anno 2002 (in milioni di euro)**

Alimentazione per cani e gatti	888
Alimentazione per altri animali	93
Spese Veterinarie	1.601
Medicinali e prodotti igienici	465
Accessori (gabbie, cucce, acquari...)	362
Servizi (toielettatura, pensioni, addestramento)	103
Acquisto	258
<b>TOTALE</b>	<b>3.770</b>

Fonte dati: Eurispes

Come si può evincere dalla tabella, soltanto per l'alimentazione, gli accessori ed i servizi per gli animali domestici, ogni italiano spende annualmente circa 24 euro. Ciò equivale, per una popolazione di 10.000 abitanti, ad una spesa media complessiva di 240.000 euro. Il mercato legato agli animali da compagnia è dunque fiorente: oltre ad essere più numerosi, gli animali domestici contribuiscono a colmare importanti spazi nella sfera affettiva delle famiglie, molto spesso lasciati vuoti da figli, nipoti, compagni/e di vita. Proprio in quanto considerati a tutti gli effetti membri di famiglia, le loro esigenze vengono tenute in gran considerazione e per lo più soddisfatte, grazie all'acquisto di tutta una serie di beni e servizi che hanno lo scopo di migliorare la loro

qualità della vita. Seppure con differenze tra Centro-nord e Sud della penisola, è stato registrato un incremento delle spese per cure sanitarie, mangimi e oggetti per il divertimento e la cura degli animali.

Si tratta di un trend positivo che vede, da una parte, un numero sempre più alto di amanti degli animali e, dall'altra, rivela un dato interessante: i proprietari hanno sempre meno tempo per prendersene effettivamente cura in modo assiduo, demandando queste attività a terzi. Gli spazi e le prospettive per lo sviluppo di iniziative imprenditoriali in questo mercato sono interessanti, specie per nuove attività incentrate sui servizi per animali.

Le principali tipologie di clienti potenziali, in questo incoraggiante mercato, sono individuabili a seconda delle esigenze specifiche di cui sono portatori i vari "proprietari tipo", in corrispondenza del rapporto con il proprio animale e della propensione alla spesa per il loro benessere:

I proprietari "paterni" - coloro che hanno appunto un atteggiamento "paterno" verso i propri animali, si occupano personalmente di tutte le loro esigenze e non ricorrerebbero ad altri se non in casi estremi;

I proprietari "di corsa" - che amano i propri animali ma non hanno tempo da dedicare loro e, per il rimorso, sono disposti a spendere anche molto denaro;

I proprietari "trendy" - che seguono la moda e che sono decisi a dotare i propri animali di tutti gli accessori e servizi possibili, purché di tendenza.

Si tratta di un target differenziato, ma che è possibile raggiungere con un'accurata scelta dei servizi e dei prodotti da vendere.

Per garantire successo all'attività è importante sceglierne la giusta localizzazione. Il contesto più adatto è il centro urbano di medie o grandi dimensioni, dove la qualità della vita e le abitudini della popolazione (ritmi di vita piuttosto frenetici, diffusa percezione di "non avere tempo", scarsità di spazi verdi pubblici e di giardini privati) risultano particolarmente indicati per rendere appetibili i prodotti e i servizi offerti da un *Pet-Shop*. Proprio in queste realtà, infatti, i proprietari di animali da compagnia sentono il bisogno di servizi di supporto alla cura e gestione dei propri piccoli amici domestici.

Da una breve ricerca sulle Pagine Gialle, è emerso che sul territorio di Torino sono presenti circa 200 attività imprenditoriali (all'incirca una ogni 11.500 residenti) legate alla vendita al dettaglio di animali domestici, di articoli e accessori per animali e/o alla toelettatura e ad altri servizi per animali.

#### 4. I mezzi necessari per l'avvio dell'attività (risorse umane, locali, investimenti materiali, fornitori e stock)

Un'attività imprenditoriale di medie dimensioni che si occupi di commercio al dettaglio di articoli e accessori per animali e di servizi di toelettatura, richiede un investimento iniziale impegnativo, perché il locale deve avere alcuni requisiti.

Il locale dovrà, infatti, essere ampio (pari almeno a 70 metri quadrati) e deve essere suddivisibile in due aree principali, una dedicata alla toelettatura e l'altra preposta all'esposizione e alla vendita dei prodotti. I due spazi devono essere separati, in modo che il cane sottoposto al servizio di toelettatura non venga in contatto con gli altri animali che entrano nel negozio. L'area dedicata alla toelettatura deve essere tenuta sempre pulita e disinfettata, deve quindi essere costruita con materiali idonei. Occorre anche prevedere un piccolo magazzino.

Per allestire un locale adibito alla toelettatura bisogna prevedere un investimento iniziale significativo, specie se è necessario mettere a norma il locale, effettuando le necessarie opere di muratura.

La legge prescrive che l'Asl competente per territorio effettui un sopralluogo nei locali destinati alla toelettatura e indichi gli interventi necessari. In linea di massima occorrono:

- pareti lavabili o con piastrellatura fino all'altezza di 200 centimetri,
- un pozzetto al centro della pavimentazione per le acque bianche,
- rifiniture antinfortunistiche (sulla base delle prescrizioni del Decreto Legislativo 81/08 e successive modifiche).

L'investimento per l'attività di commercializzazione di prodotti e accessori per animali, di per sé, non è ingente.

Bisogna poi provvedere all'acquisto delle attrezzature necessarie.

Attrezzature per il servizio di toelettatura per cani: una vasca in PVC, a cui si devono aggiungere un tavolo con il piano regolabile in altezza (per effettuare le operazioni di taglio e pettinatura del pelo) e un secondo tavolo per l'asciugatura. Sono inoltre necessari due tipi di phon aspira liquidi (uno a muro ed uno a piede) e alcune tosatrici, forbici, spazzole ed altre attrezzature minute.

Attrezzature per la vendita di prodotti e accessori per animali: un bancone, un registratore di cassa, scaffalature per l'esposizione dei prodotti in vendita (si tenga presente che molte case produttrici, insieme al primo ordine, regalano gli appositi espositori). È necessario che la merce sia esposta in maniera visivamente efficace, accattivante, ma anche funzionale.

Si ipotizza che il futuro imprenditore sia in possesso di un'automobile. Al contrario, si dovrà tenere in considerazione la necessità di sostenere l'ulteriore spesa per l'acquisto del mezzo.

L'attività, a regime, richiederà l'impegno a tempo pieno di due operatori.

Nel dettaglio, il piano degli investimenti per un'attività di vendita di articoli per animali e servizio di toelettatura, è così composto:

Tipologia di investimento	Importo (in euro)
<b>Area toelettatura</b>	
Adeguamento locali e allacciamento utenze	3.200
Vasca in PVC	1.000
Tavolo elettrico	1.000
Tavolo a pedale	500
2 macchine tosatrici con relative testine	700
Attrezzatura minuta (forbici, pettini, spazzole, coltellini per stripping)	150
Attrezzatura varia (museruole, gabbie, trasportino)	250
<b>Area commerciale</b>	
Bancone e registratore di cassa	1.700
Scaffalature	500
PC, stampante, fax	800
<b>TOTALE</b>	<b>9.800</b>

Gli investimenti sono stati indicati al netto dell'aliquota IVA, pari al 20%.

## 5. Aspetti finanziari: ipotesi di conto economico

Per simulare l'andamento economico e finanziario del *Pet-Shop* è opportuno fare alcune di considerazioni iniziali.

- 1) Tra le due attività (di toelettatura e commerciale), quella che ha bisogno di un periodo più lungo per farsi un mercato è la prima: a meno che il futuro imprenditore non sia già noto nel settore, dovrà, infatti, "farsi conoscere" e apprezzare. L'attività commerciale, invece, potrà imporsi più rapidamente.

- 2) Esistono dei picchi produttivi in entrambe le attività. Per quanto riguarda la toelettatura, la domanda è maggiore durante la stagione estiva: da giugno a settembre aumentano le richieste di lavaggio e tosatura dei cani. Per l'attività commerciale – come sempre – il periodo caldo si registra a ridosso delle feste natalizie, in cui il comparto accessori dà i risultati migliori.
- 3) Per l'attività a regime sarebbe meglio contare su due addetti, per garantire che le due attività - toelettatura e vendita - possano essere svolte contemporaneamente, per garantire al cliente un servizio più rapido ed efficiente. Nel periodo di avviamento può bastare un solo addetto.

Per stimare l'andamento dei ricavi dell'attività ipotizzata (Commercio di prodotti e accessori per animali con annesso servizio di toelettatura, gestita da una sola persona), faremo riferimento ai dati Eurispes. L'esempio che utilizzeremo è quello di un cane di media taglia (10/15 chilogrammi).

Il costo del cibo necessario per sfamarlo (confezionato, di alta qualità) si aggira attorno ai 70 centesimi al giorno (poco più di 250 euro all'anno). Per farmaci e prodotti vari (integratori, shampoo, antipulci, ecc.) si possono spendere circa 50 euro all'anno. Per fargli fare la toelettatura due volte all'anno servono circa 60 euro. I vari accessori come guinzagli, collari, cappottini, possono costare, annualmente, circa 100 euro. Risulta dunque che mantenere un cane di media taglia costa circa 460 euro all'anno.

La spesa si dimezza per mantenere un gatto e si riduce di due terzi per gli altri animali (uccelli, roditori, ecc).

Come abbiamo già visto, metà delle famiglie italiane possiede un animale domestico. Si può allora ipotizzare che un negozio di animali, ben posizionato, sito in un territorio abitato da 300/400 famiglie, possa sperare di raggiungerne in media 150 - 200. Di queste, con buona approssimazione, si può ritenere che un terzo possieda un cane, un terzo un gatto e un terzo un roditore o una coppia di uccellini.

Si precisa che queste cifre vanno considerate con attenzione, quando si deve decidere dove localizzare l'attività.

In linea con la nostra ipotesi, il giro d'affari del *Pet-Shop* potrebbe essere pari a 50.100 euro, come si evince dalla tabella seguente.

### ***Ipotesi di ricavo***

<b>CLIENTELA</b>	<b>SPESA ANNUALE (in euro)</b>	<b>RICAVI (in euro, Iva esclusa)</b>
60 clienti con un cane	460	27.600
60 clienti con un gatto	250	15.000
50 clienti con roditori/ uccellini/ acquario	150	7.500
<b>TOTALE</b>		<b>50.100</b>

Con il tempo, se l'attività avrà acquisito una certa fama, potrà sperare di richiamare anche una clientela non di prossimità, non tanto per i prodotti in vendita, comunque analoghi a quelli offerti da altri *pet-shop*, ma per il servizio di toelettatura. Se infatti ci si distinguerà dalla concorrenza per elevate professionalità e affidabilità, si verrà certamente raggiunti da clienti abitanti in altri quartieri o comuni limitrofi.

Le voci sulle quali sono stati ipotizzati i ricavi sono: mangimi, accessori e toelettatura. Tali voci incidono sul totale dei ricavi in maniera differente durante il corso dell'anno, ma in media hanno un peso sul fatturato annuale pari a:

VOCE DI RICAVO	INCIDENZA SUL FATTURATO	FATTURATO (in euro, iva esclusa)
Mangimi	40%	20.040
Accessori	25%	12.525
Toelettatura	35%	17.535

### ***Ipotesi di costo***

#### Costi variabili

Continuando a ragionare sull'attività ipotizzata, supponiamo la seguente incidenza dei costi variabili sulle singole voci di ricavo:

- Mangimi → i costi variabili rappresentano il 50% dei ricavi;
- Accessori → i costi variabili rappresentano il 30% dei ricavi
- Toelettatura → i costi variabili rappresentano il 10% dei ricavi

VOCE DI COSTO	INCIDENZA SUL FATTURATO	COSTO (in euro)
Mangimi	50%	10.020
Accessori	30%	3.758
Toelettatura	10%	1.753
<b>TOTALE</b>		<b>15.531</b>

A fronte di un ricavo di 50.100 euro si devono sostenere 15.531 euro di costi variabili.

#### Costi fissi

I costi fissi, non dipendenti dal volume dell'attività, possono essere così ipotizzati:

<b>VOCE DI COSTO</b>	<b>COSTO (in euro)</b>
Affitto	8.400
Energia elettrica	1.500
Spese telefoniche	600
Acqua	600
Pubblicità	1.500
Commercialista	1.000
Assicurazioni	1.000
Aggiornamento professionale	500
Spese auto	1.000
Spese varie	500
Ammortamento	1.350
Costo figurativo soci/imprenditore	15.000
Diritto annuale CCIAA	100
<b>TOTALE</b>	<b>33.050</b>

L'ammortamento è stato calcolato con il criterio civilistico, tenendo cioè conto dell'effettiva usura dei beni, che è stata calcolata di 10 anni per i macchinari della toelettatura e di 5 per gli arredi e gli altri investimenti.

$$\begin{aligned}
 & \text{RICAVI (proventi esenti da IVA) -} \\
 & \text{COSTI DI ESERCIZIO (al netto dell'IVA) -} \\
 & \text{QUOTE DI AMMORTAMENTO =} \\
 & \textbf{REDDITO D'IMPRESA (o utile annuo)}
 \end{aligned}$$

Sulla base di quanto ipotizzato finora, si possono delineare i seguenti risultati per il primo anno di attività di un negozio di articoli per animali e servizio di toelettatura:

<b>Tipologia</b>	<b>Importo (in euro, Iva esclusa)</b>
Ricavi	50.100
Costi di gestione (costi variabili più costi fissi)	47.231
Quote di ammortamento	1.350
<b>Reddito d'impresa (utile annuo)</b>	<b>1.519</b>

Il reddito di impresa si intende al lordo delle imposte fiscali e previdenziali (IRPEF, IRAP, INPS).

Si specifica che il reddito tassato sarà altresì costituito, oltre che dal reddito d'impresa, dalle remunerazioni dell'imprenditore e/o dei soci. Nel caso specifico, l'importo sottoposto a tassazione sarà pari a € 16.519 (=15.000 € + 1.519 €). Il carico fiscale totale, comprensivo dei contributi previdenziali sarà pari a circa il 43% (tassazione ordinaria finanziaria 2007).

## 6. Modalità d'ingresso nell'attività (regole da rispettare, leggi, eventuali certificazioni, norme europee, statuti)

Per avviare un'attività come quella descritta è necessario tenere presente che, per quanto riguarda l'area toelettatura, occorre un'autorizzazione sanitaria rilasciata dal sindaco, su istruttoria dei Servizi veterinari dell'Asl competente.

Per ciò che concerne, invece, l'area commerciale, sotto il profilo degli adempimenti amministrativi, è necessario dare comunicazione al Comune di dove ha sede il negozio trenta giorni prima dell'avvio dell'attività.

In caso di vendita di alimenti viene richiesto il possesso di uno dei seguenti requisiti professionali:

- aver frequentato con esito positivo un corso professionale per il commercio relativo al settore merceologico alimentare o un corso professionale per alimentaristi (o per la somministrazione di alimenti e bevande), istituito o riconosciuto dalle regioni;
- essere in possesso di un diploma di scuola secondaria superiore o di laurea, anche triennale, o di altra scuola ad indirizzo professionale, almeno triennale, purché nel corso di studi siano previste materie attinenti al commercio, alla preparazione o alla somministrazione degli alimenti;
- aver esercitato in proprio per almeno due anni, anche non continuativi, nell'ultimo quinquennio l'attività di commercio o somministrazione di prodotti alimentari;
- aver prestato la propria opera, per almeno due anni, anche non continuativi, nell'ultimo quinquennio, presso imprese esercenti l'attività di commercio nel settore alimentare o di somministrazione alimenti e bevande in qualità di dipendente qualificato addetto alla vendita o all'amministrazione o alla preparazione degli alimenti;
- essere stato coadiutore familiare di impresa che svolgeva o svolge l'attività commerciale nel settore alimentare o nella somministrazione, comprovato dall'iscrizione all'INPS;

Per una ditta individuale gli adempimenti amministrativi sono i seguenti:

- Apertura partita IVA attraverso la compilazione di apposito modello (Comunica), entro 30 giorni dall'inizio attività.
- Iscrizione al Registro Imprese istituito presso la Camera di Commercio, entro 30 giorni dall'inizio attività. Qualora l'impresa sia costituita in forma di società sarà il notaio che autentica l'atto costitutivo ad effettuare l'iscrizione (entro 20 giorni dalla costituzione).

- Iscrizione del titolare o dei soci (lavoratori) alla gestione commercianti dell'INPS e all'INAIL.

Le pratiche per l'iscrizione alla Camera di commercio, all'INPS e all'INAIL devono essere fatte per via telematica. E' per questo utile appoggiarsi ad un commercialista. Si possono avere tutte le informazioni riguardanti le procedure di avvio e di iscrizione consultando il sito della Camera di commercio: [www.camcom.to.it](http://www.camcom.to.it).

Codici Ateco di riferimento:

**96.09.04** servizi di cura degli animali da compagnia (esclusi i servizi veterinari);

**47.76** Commercio al dettaglio di fiori, piante, semi, fertilizzanti, animali domestici e alimenti per animali domestici in esercizi specializzati

Occorre, inoltre, ottemperare agli obblighi e agli adempimenti previsti dalla legislazione relativamente alla sicurezza negli ambienti di lavoro (Decreto Legislativo 81/08 e successive modifiche) e alla tutela della privacy (Decreto Legislativo 196/2003).

## **7. Riferimenti (associazioni di categoria, saloni e fiere, fonti d'informazione)**

Informazioni molto utili riguardanti le norme, i servizi e le opportunità di finanziamento per le imprese commerciali possono essere reperite sul sito [www.regione.piemonte.it/commercio/index.htm](http://www.regione.piemonte.it/commercio/index.htm) dell'Assessorato regionale competente, e sul sito [www.provincia.torino.it/sviluppocale/](http://www.provincia.torino.it/sviluppocale/) della Provincia di Torino.

Per avviare un'attività di questo tipo, è necessario essere informati quanto più possibile sul mondo degli animali da compagnia, poiché ci si occuperà, direttamente e indirettamente, proprio di loro.

Il riferimento normativo più importante sulla tutela degli animali da compagnia in Piemonte è la Legge Regionale 34/1993:

<http://arianna.consiglioregionale.piemonte.it/arric/servlet/ServTESTI?TIPOVISUAL=XML&LAYOUT=PRESENTAZIONE&TIPODOC=LEGGI&LEGGE=34&LEGGEANNO=1993>

che tutela le condizioni di vita degli animali da affezione e si propone di promuovere comportamenti che favoriscano una convivenza tra uomini e animali che rispetti le esigenze sanitarie, ambientali e del benessere di questi ultimi (definendo quali siano i loro diritti e le responsabilità dei detentori).

Le fonti di informazione presenti in rete sono numerose, poiché il livello di "mobilitazione" degli amanti degli animali è piuttosto alto.

Per informazioni circa la dimensione della presenza all'interno delle famiglie italiane di animali da compagnia si può visitare il sito del Ministero della Salute, che fornisce alcuni dati interessanti ([www.salute.gov.it/](http://www.salute.gov.it/)).

Come per tutti gli operatori commerciali, anche in questo caso può rivelarsi utile entrare a far parte di un'associazione di categoria per avere la possibilità reperire utili informazioni, preziose indicazioni ed usufruire dei servizi annessi. Le due associazioni maggiormente rappresentative in ambito provinciale sono l'Ascom ([www.ascomtorino.it](http://www.ascomtorino.it)) e la Confesercenti ([www.confesercenti-to.it](http://www.confesercenti-to.it))

Per informazioni, invece, di carattere generale sulle esigenze degli animali domestici si possono visitare siti come [www.cani.net](http://www.cani.net), [www.pets.it/](http://www.pets.it/) o [www.qualazampa.it](http://www.qualazampa.it), che forniscono indicazioni importanti sulle esigenze degli animali e gli accorgimenti necessari per farvi fronte.

Per indicazioni più specifiche e facilmente consultabili sulla salute degli animali, dalle quali non si può prescindere soprattutto se ci si occupa di toelettatura, si può visitare il sito [www.veterinari.it](http://www.veterinari.it), che fornisce alcune prime informazioni sulle principali problemi che possono riguardare i principali animali domestici.

Infine, un'ulteriore indicazione sull'attività di toelettatura. Esiste, in Italia, l'A.T.I. (Associazione Italiana Toelettatori), che può costituire un punto di riferimento per chi desidera intraprendere questo tipo di attività: l'associazione, a cui si può aderire liberamente e che ha sede a Monza (MI), pubblicazione trimestrale (*La rivista del Toelettatore*) e promuove persino concorsi a livello nazionale. Il sito di riferimento è: [www.canitalia.it/ati](http://www.canitalia.it/ati)

Scheda aggiornata il 3 gennaio 2011