

Temporary Store: guida all'apertura e adempimenti



Aprire temporary store per pubblicizzare e vendere prodotti sta avendo successo anche in Italia. Costi ridotti, adempimenti burocratici snelli, assieme al giusto mix tra location, clientela ed innovazione garantiscono il successo dell'attività. Di seguito la guida e i nostri consigli utili per avviare i temporary shop.

Un **temporary store** è fondamentalmente un'idea di marketing: si tratta di negozi temporanei ("*pop-up shop*"), aperti solo per qualche settimana all'anno, per **promuovere un brand** o lanciare un nuovo prodotto sul mercato. I **temporary store** sono una recente evoluzione del settore della distribuzione al dettaglio, sono negozi che compaiono all'improvviso così come velocemente si dissolvono, arricchiti di eventi e formule di comunicazione innovative, efficaci per testare in modo concreto la vendita dei prodotti, sondare nuovi mercati, misurare il gradimento del consumatore, lanciare un nuovo articolo.

L'idea di avviare un'attività di tipo temporaneo per la vendita di prodotti, è un'idea che può essere allettante, non sono per le grandi marche di abbigliamento, ma anche per settori diversi, come ad esempio quello della moda, della tecnologia o anche quello dei servizi, in occasione di particolari eventi, puntando tutto sulla brevità dell'offerta. L'apertura di uno di questi negozi temporanei, tuttavia, richiede sempre l'apertura di una partita Iva (come vedremo meglio in seguito), in quanto per il Fisco italiano, si tratta comunque di esercizio di attività commerciale, anche se la stessa viene protratta solo per poche settimane.

Perché avviare un temporary store – Avviare un'attività di organizzazione di temporary shop è sicuramente un'idea innovativa, di grande impatto e con interessanti prospettive di crescita per il prossimo futuro. Nati alcuni anni fa in Gran Bretagna, dal 2005 hanno iniziato progressivamente a diffondersi anche in Italia, soprattutto in alcune grandi città come Milano, Roma, Torino, Firenze e Napoli. Gli esperti di marketing hanno definito i temporary store come delle campagne promozionali che si autofinanziano attraverso la vendita dei prodotti stessi. Rappresentano la risposta concreta ad un mercato sempre più precario, provvisorio e mutevole. Si tratta di una strategia di vendita nata con l'obiettivo di testare la reazione dei consumatori nei confronti di nuovi prodotti, per saggiarne potenzialità e mercato e che ormai sta prendendo sempre più piede.

I vantaggi di un temporary store – Innanzitutto, la **promozione e diffusione** del proprio marchio, attorno al quale è possibile creare interesse e scatenare tendenze da parte degli utenti. È possibile anche rimodulare la percezione del proprio marchio, ad esempio con la vendita di collezioni estemporanee, anche molto diverse dallo stile generalmente associato al brand. E poi, dal punto di vista dei prodotti, un temporary store è uno degli strumenti più efficaci per il **lancio e la vendita di un nuovo prodotto/servizio** o di articoli in edizione limitata o appartenenti a collezioni speciali. Tutto ciò è ovviamente finalizzato all'obiettivo primario di incrementare le vendite e vivacizzare l'affluenza di utenti sul proprio store, stimolando la creazione del proprio database contatti (**lead generation**).

Le chiavi del successo – Come ogni attività imprenditoriale, anche il settore dei temporary store ha bisogno di coltivare i suoi elementi chiave, determinanti per il successo nel tempo del proprio business. Il settore dei temporary store è ormai diffuso da anni anche nel nostro Paese, e con una certa sicurezza possiamo affermare che le chiavi del successo in

questo tipo di attività, sono legate fundamentalmente al raggiungimento di tre aspetti:

- **Location** – L'apertura di un temporary shop e il suo successo non può che essere inevitabilmente legato alla location nella quale lo stesso sarà situato. E' importante infatti scegliere bene la zona per il proprio temporary shop, che deve essere centrale e ben frequentata, avendo sempre un'occhio di riguardo verso le zone centrali delle principali città italiane: Milano, Roma, Firenze, Napoli, Bologna, dove i temporary shop hanno già incominciato a diventare una realtà commerciale importante. Ultimamente i temporary store, accompagnano i principali eventi che ogni anno si tengono nelle città, come una manifestazione sportiva, un raduno nazionale, una fiera, una ricorrenza storica o religiosa oppure ancora una notte bianca, anche in settori anche molto diversi da quello dello store che si vuole aprire (classico esempio di uno store di moda maschile che apre in occasione di una convention di imprenditori o professionisti);
- **Clientela** – La clientela che si affida ai temporary store, è sicuramente una clientela di medio/alta fascia. Per questo motivo temporary store di prodotti che non sono studiati per questo tipo di clientela, rischiano di non trovare acquirenti. Senza marchi conosciuti, o prodotti in forte lancio promozionale il temporary store rischia di non trovare il successo sperato. Non dimentichiamoci che per i passanti, il fatto che lo store sia temporaneo crea sempre qualche perplessità sulla bontà di ciò che si sta promuovendo o vendendo, per questo prodotti di bassa gamma o di brand poco forti sul mercato rischiano di dare il successo sperato;
- **Innovazione** – Per portare visitatori, e trasformarli in potenziali clienti è importante che la struttura dello store sia innovativa. L'obiettivo è quello di riuscire ad attirare la curiosità dei passanti, con forme e

colori trasgressivi e innovativi, piuttosto che testimonial famosi, cercando di non fidelizzarli al temporary store ma al marchio che si vuole diffondere.

Altro aspetto da non dimenticare nell'apertura di un **temporary store** è l'**attrattività dell'offerta**. D'altronde il punto di forza di questo nuovo modo di vendere è proprio la scadenza dell'offerta che gioca molto sull'aspetto psicologico del cliente: sia all'interno che all'esterno del punto vendita viene mostrato un countdown che indica i giorni rimanenti alla fine dell'offerta e questo stimola una sorta di caccia all'acquisto. Inoltre, non dimenticate che i **temporary shop** funzionano se la loro apertura è preceduta da un adeguato forcing **pubblicitario** che crei curiosità e attesa nei potenziali clienti e se il **contesto**, prima ancora della merce, è accattivante e seducente. Poiché si tratta di due nodi cruciali per la riuscita dell'attività, la cosa migliore è rivolgersi a professionisti del settore capaci di curare nel modo adeguato entrambi gli aspetti.

Per una temporary shop di successo è necessario puntare più sulla quantità di prodotti, che sulla qualità del negozio in se ma è fondamentale pianificare e spendere per una buona campagna di comunicazione.

I costi per aprire un temporary shop – I costi per aprire un temporary store sono ovviamente quelli tipici di una negozio (affitto, personale, utenze...) ma con due differenze fondamentali, che avrai già immaginato:

- **la spesa per la promozione e pubblicità sarà la più importante** – la campagna pubblicitaria dovrà precedere l'apertura dello store e dovrà essere mirata al fare capire il prodotto, il tempo di apertura dello store e lo sconto ottenibile;
- **la spesa per l'allestimento di interni e vetrine sarà marginale** – il fatto che lo store si presenti come un negozio vero e proprio non ha molta importanza, quello

che conta è il messaggio che si vuole lanciare, per questo l'innovazione è fondamentale per il successo, non tanto, invece, l'allestimento delle vetrine.

I settori – I principali settori nei quali i temporary shop hanno avuto maggior successo sono sicuramente il settore della moda, degli accessori.

Il contratto di locazione – Attenzione a parte deve essere dedicata al contratto di locazione da stipulare per la messa a disposizione dei locali ove avviare l'attività del temporary shop. Per la stipula di questo tipo di contratti di locazione è possibile sfruttare i contratti di **locazione di tipo transitorio**. Questi contratti, derogano alla regola generale di durata dei contratti di locazione ad uso diverso dall'abitativo, sancendo al comma 5 dell'articolo 27 della **Legge n. 392/1978** la possibilità per le parti di stipulare un contratto di locazione per un periodo più breve rispetto alla durata legale (6 anni) *“qualora l'attività esercitata o da esercitare nell'immobile abbia, per sua natura, carattere transitorio”*. Questo tipo di contratti, quindi, pare applicarsi correttamente al caso dei **temporary shop**, a condizione che si sia in presenza di un'attività commerciale destinata di per sé a completarsi in un breve lasso di tempo. Il contratto di **locazione ad uso transitorio** per un **tempoary store**, deve necessariamente contenere i seguenti elementi:

- la formula del temporary store deve essere richiamata dal contratto;
- la misura del canone è rimessa alla libera e autonoma volontà delle parti e può anche essere determinata forfettariamente per l'intera durata contrattuale;
- esclusione dell'obbligo di corrispondere l'indennità per la perdita dell'avviamento ad opera dell'articolo 35 della Legge n. 392/1978;
- esclusione del diritto di prelazione e il correlato diritto di riscatto e diritto di prelazione in caso di

nuova locazione, ai sensi del combinato disposto dagli articoli 41 e 35 Legge n. 392/1978;

- esclusione del rinnovo ad opera dell'art. 28 Legge n. 392/1978;
- valgono, come per ogni altro tipo di locazione e attività di commercio al dettaglio, gli obblighi contrattuali delle parti previsti dal codice civile, le imposizioni tributarie disposte dalla normativa fiscale in generale e gli obblighi dettati al negoziante/conduuttore dal D.Lgs. n. 114/98.

Se volete una bozza di contratto di locazione ad uso transitorio da utilizzare, la potete trovare in questo articolo: **"Il contratto di locazione ad uso transitorio"**.

Gli adempimenti amministrativi e fiscali – La legislazione italiana non contempla ancora questo tipo di esercizio commerciale. In attesa di una legge che regoli l'esercizio di questa attività temporanea, come da indicazioni fornite dalle Camere di Commercio italiane, il temporary store è considerato come un normale esercizio di vicinato con durata dell'attività temporanea. Deve quindi rispettare la superficie di vendita degli esercizi di vicinato. Come tutte le attività l'abitudine dell'esercizio della stessa ha delle conseguenze diverse da un punto di vista fiscale, che possono essere così riassunte:

- **Esercizio di temporary store per max 30 giorni l'anno** – Se l'attività di apertura di temporary store è effettuata per meno di 30 giorni annui (di apertura del negozio) non è necessario nessun adempimento fiscale o amministrativo particolare, in quanto l'attività è considerata occasionale. I 30 giorni riguardano l'apertura dello store, se io apro uno store per 20 giorni sono in regola, ma se apro nello stesso anno due temporary store, entrambi aperti per 20 giorni, in questo caso non rispetto più l'attività occasionale (ho superato i 30 giorni di apertura annui) e quindi devo

sottostare alle regole del punto sottostante. Questo tipo di attività di solito viene sfruttata dai c.d. **“hobbisti”**, ovvero tutti quei soggetti che realizzano piccoli prodotti con le proprie mani e che provano a venderli sfruttando alcune particolari occasioni, come i mercatini di hobbistica;

- **Esercizio di attività di temporary store** – Se il temporary store che avete aperto ha avuto più di 30 giorni di apertura annui, allora significa che state svolgendo una attività economica di tipo abituale. I temporary store, infatti, possono restare aperti soltanto da un giorno ad un massimo di 6 mesi. Molti temporary store vengono aperti da commercianti che hanno già una loro attività, ed in questo caso, l'unico adempimento da mettere in atto, oltre a quelli di cui già siete in possesso è la presentazione della Comunicazione certificata di inizio attività (c.d. **“SCIA”**), da presentare allo sportello SUAP del comune di competenza, come previsto dall'articolo 7 del D.Lgs. n. 114/98 e dall'articolo 19 della Legge n. 241/90, e dalla comunicazione in Camera di Commercio (riguardante l'apertura della nuova unità locale). In caso contrario, se non avete già una vostra partita Iva legata all'esercizio di un'attività commerciale dovrete provvedere ad aprirne una, ad iscrivervi presso la Camera di Commercio di competenza e ad iscrivervi alla gestione commercianti dell'Inps. Una volta effettuati tutti questi adempimenti anche per voi non resterà che presentare la **“SCIA”** al Comune ove volete aprire il temporary store e la comunicazione in Camera di Commercio (riguardante l'apertura della nuova unità locale). Naturalmente la SCIA andrà presentata anche al momento della chiusura del negozio temporaneo, e andrà ripresentata nel momento in cui aprirete il nuovo temporary store.

Per quanto riguarda la presentazione della **“SCIA”** al Comune

ove si intende aprire il **temporary shop**, ricordiamo che la stessa deve essere precedente all'inizio dell'attività. Per poterla correttamente presentare occorre porre attenzione ad alcuni requisiti che tutti i Comuni richiedono per l'esercizio di questo tipo di attività:

- **Requisiti soggettivi** – Per esercitare l'attività di vendita al dettaglio di prodotti **non alimentari** è necessario soddisfare solo i requisiti morali di cui all'articolo 71, comma 1, D.Lgs. n. 59/2010, mentre, per esercitare l'attività di vendita al dettaglio di prodotti **alimentari**, oltre ai requisiti morali, è necessario soddisfare anche i requisiti professionali che richiedono il possesso dell'attestato riguardante il corso per l'HACCP;
- **Requisiti oggettivi** – I locali dove si svolge l'attività devono avere una destinazione d'uso compatibile con quella prevista dal piano urbanistico comunale. Devono essere **rispettate le norme e le prescrizioni specifiche dell'attività**, per esempio quelle in materia di urbanistica, igiene pubblica, igiene edilizia, tutela ambientale, tutela della salute nei luoghi di lavoro, sicurezza alimentare, regolamenti locali di polizia urbana annonaria. Per esercitare l'attività di vendita al dettaglio di prodotti **alimentari** è inoltre necessario rispettare i requisiti dettati dalla normativa vigente in merito all'igiene dei prodotti stoccati e venduti.

Naturalmente, la stessa "SCIA", dovrà essere necessariamente presentata al Comune nel momento in cui l'attività cessa. Tutta la procedura è da avviare nuovamente con queste modalità qualora si decida di aprire un nuovo negozio temporaneo. Si ricorda, infine, che chiunque eserciti un'attività di vicinato senza aver presentato la "SCIA" è soggetto a sanzioni amministrative pecuniarie previste da ciascuna Legge Regionale, a seconda del Comune interessato. Sono inoltre

previste le sanzioni penali di cui all'articolo 76 del D.Lgs. n. 445/2000 per le dichiarazioni false o mendaci.

Sia che voi apparteniate alla categoria di chi vuole aprire soltanto per meno di 30 giorni l'anno, o di chi vuole fare un vero e proprio business sull'apertura di temporary store, il consiglio che possiamo darvi è quello di rivolgervi sempre ad un dottore commercialista di vostra fiducia, che possa accompagnarvi nell'apertura e nella gestione amministrativa e fiscale dell'attività. In ogni caso, se avete domande, saremo lieti di rispondervi.

FONTE: www.fiscomania.com