



Brochure Informativa Mercatopoli

(Rev. 7.2 - Giugno 2016)

Registrazioni del marchio Mercatopoli:

IT 0000923444 del 29/12/2003

WO 11859D del 04/08/2010

IT 0001392504 del 20/12/2010

IT 0001334064 del 16/09/2010

I prodotti e i servizi indicati in questa brochure si riferiscono alla versione 7.1 del contratto di affiliazione commerciale network Mercatopoli.

Benvenuto!

Il mio nome è **Alessandro Giuliani**, sono il fondatore, amministratore unico della società **Leotron** (www.leotron.com) e il direttore tecnico del network **Mercatopoli**.



Leggendo questa brochure avrai tutte le informazioni per entrare a far parte del franchising network **Mercatopoli** e sapere come possiamo affiancarti per aiutarti a sviluppare il tuo progetto imprenditoriale.

La missione della società **Leotron** – fondata nel 1988 – è di fornire ai punti vendita del network un sistema di lavoro ottimale e un ventaglio di prodotti e servizi vario e coordinato, elaborato sulla base della lunga esperienza maturata con numerosi punti vendita dell'usato. Inoltre, mira a curare il business degli imprenditori affiliati, in modo che si possano esprimere con successo, in un'ottica di soddisfazione economica e di aumento della qualità di vita. Rappresentiamo, di fatto, il punto di riferimento nazionale nella risoluzione delle criticità legate a questo settore.

Un team di giovani talenti è a tua disposizione per darti tutto il supporto necessario sia in fase di pre-apertura, nella valutazione progetto, sia di seguito, per la durata del rapporto contrattuale. Se vuoi conoscere lo staff, a supporto di ogni punto vendita del network **Mercatopoli**, visita la pagina www.leotron.com/staff.

Eleonora è a tua disposizione, scrivendo all'email eleonora.coati@leotron.com o chiamando il numero gratuito **800.915.160**, operativo nei giorni feriali (sabato escluso) dalle 9.30 alle 12.30 e dalle 14.30 alle 18.00.

Se vuoi contattarmi personalmente puoi scrivermi a a.giuliani@leotron.com. Inoltre, sono attivo sui principali social network e tengo un blog personale in merito alle questione legate al mercato dell'usato (www.alessandrogiuliani.it).

La mia speranza è di riuscire a trasmettere l'entusiasmo che tutti noi abbiamo nei confronti di questo innovativo mercato.

Conto di annoverarti presto tra i punti vendita **Mercatopoli**!



Perché Mercatopoli?

Mercatopoli è un network franchising rappresentato da un gruppo di imprenditori che condividono valori solidi e un sistema omogeneo, sotto lo stesso marchio.

Il contratto di affiliazione non prevede alcuna royalty (leggi percentuale) calcolata sul venduto né patti di non concorrenza o penali per il recesso anticipato. Il costo di affiliazione viene calcolato in base ai moduli software e ai servizi di cui hai bisogno per le esigenze del tuo negozio. Il contratto ha una durata di tre anni e si rinnova, salvo disdetta, pagando i canoni previsti.

Il sistema Mercatopoli è un concentrato di conoscenze basate su testimonianze di esperienze vissute, raccolte presso ogni singolo affiliato, nei punti vendita, dietro la cassa e quindi sempre a contatto con il cliente finale. In tanti anni di esperienza abbiamo raccolto le buone pratiche e, con un rigoroso metodo statistico, abbiamo creato delle procedure ottimali, orientate al risultato. Lo definiamo **sistema**: viene spiegato in dettaglio nel Manuale Operativo, documento al quale ogni affiliato deve attenersi per garantire l'omogeneità del network.

Il gruppo diventa la forza del singolo, soprattutto in un mercato come quello di oggi, che premia l'abbinamento offline (negozio fisico) con online (web) e dove l'applicazione di un sistema rigoroso di gestione diventa l'unica strada per la riuscita del progetto.

Mercatopoli affianca l'imprenditore prima e dopo l'apertura del negozio, per tutta la durata del contratto e fornisce una serie di servizi esclusivi e specifici. La capacità di innovazione e di miglioramento costante è un elemento caratterizzante di Mercatopoli: il nostro obiettivo principale è sempre quello di sostenere il vantaggio competitivo del singolo imprenditore.

L'attento studio del mercato, la forte inclinazione tecnica e la continua formazione dello staff, ci permette di migliorare sempre le performance e l'organizzazione dei punti vendita, fornendo strumenti aggiornati ed efficaci. Innovazione continua viene intesa come attenzione alle novità in campo tecnologico e come costante processo di apprendimento e di sfruttamento delle opportunità offerte dal mercato.

Scegliere di affiliarsi a Mercatopoli significa quindi credere nel lavoro di squadra e unire le forze per un successo comune.



L'affiliato Mercatopoli

L'imprenditore che decide di affiliarsi a Mercatopoli è una persona che vuole lavorare direttamente nella propria attività, con i propri familiari o con un team di fiducia. Egli condivide con noi valori importanti che caratterizzano molti imprenditori di successo.

Nella scelta del nostro affiliato ideale partiamo dalla condivisione di **9 valori** che guidano le nostre attività e che noi per primi applichiamo nella nostra azienda.

Curare la trasparenza

La trasparenza è uno dei valori fondamentali per consolidare i rapporti ed è quindi necessaria sia tra il franchisor e l'affiliato che tra l'affiliato e il cliente del negozio.

Aggiornarsi e aggiornare

Puntare sull'aggiornamento proprio e su quello dei collaboratori significa impegnarsi per acquisire le competenze necessarie per competere efficacemente nel proprio mercato di riferimento.

Fissare gli obiettivi

Gli obiettivi, intesi come azioni che vanno eseguite una dopo l'altra e che contribuiscono al raggiungimento del risultato, devono essere definiti e pianificati in modo corretto.

Puntare sul lavoro di squadra

Il lavoro di squadra, intesa come la somma di persone che compongono il network, è fondamentale per il raggiungimento di qualsiasi obiettivo. Come si usa dire: "l'unione fa la forza".

Creare Empatia

In Mercatopoli è necessario essere empatici. Questo significa coinvolgere i propri clienti in tutte le fasi di gestione della loro merce, in modo che, grazie anche al supporto di una specifica piattaforma web, abbiano interesse a estendere la durata del rapporto nel tempo.

Stimolare il senso di appartenenza

Non a tutti piace far parte di una squadra, c'è chi preferisce essere un "battitore libero". Tuttavia, sentirsi parte di qualcosa di più grande, forte e organizzato dà un senso di rassicurazione e stabilità, fattori fondamentali per creare un legame duraturo.



Sviluppare la cultura d'impresa

Uno dei nostri principali obiettivi è sviluppare la cultura d'impresa, ovvero applicare un modello che vada a identificare in modo chiaro ed efficace i valori e la cultura aziendale, in un contesto organizzato con responsabilità, ruoli e una precisa mission. In poche parole, un'identità di squadra condivisa.

Mettersi in gioco

In un mercato mutevole è importante non dare nulla per scontato e non rimanere nella propria area di comfort. Mettersi in gioco vuol dire essere favorevoli al cambiamento e non temerlo, impiegare forza di volontà e impegno.

Aiutarsi reciprocamente

L'aiuto reciproco si fonda sul presupposto che un individuo possa essere responsabilizzato per aiutare un altro. L'aggettivo *reciproco* sottolinea la necessità di organizzare l'aiuto in modo tale che serva sia a chi è aiutato sia a chi fornisce l'aiuto. Questo vale anche e soprattutto per il mondo dell'impresa e rappresenta un nostro valore fondante.



Il sistema Mercatopoli

La forza di Mercatopoli è determinata dalla corretta applicazione di un sistema omogeneo, studiato nei dettagli, la cui applicazione è obbligatoria per i tutti i punti vendita affiliati.

Oltre agli aspetti procedurali, condivisi in fase formativa, è importante affrontare, già in questa sede, i punti più importanti, la cui applicazione permette il raggiungimento degli obiettivi di vendita previsti nel **business plan**, ossia nel progetto imprenditoriale.

Impostazione come negozio

Il network Mercatopoli si deve distinguere per la qualità strutturale e di arredamento del negozio, oltre che per prodotti venduti. La nostra regola è: **nessuna differenza qualitativa** rispetto a un tradizionale negozio.

Il punto vendita deve essere impostato come un negozio, fruibile e confortevole, sia in merito agli allestimenti adottati che ai fattori ambientali (ad esempio luminosità e riscaldamento) e con reparti ben definiti.

Pur non imponendo uno specifico allestimento del negozio, è necessario caratterizzarlo con gli elementi specifici, ovvero: insegna Mercatopoli, banco di ricevimento clienti ed elementi visuali interni con il marchio.

Il **funzionario di supporto** assegnato ti affiancherà nella fase di allestimento, segnalandoti anche i potenziali fornitori per l'arredamento del negozio, con preziosi consigli per ottimizzare il tuo investimento.

Selezione dei prodotti

La selezione delle merci in vendita deve essere sempre accurata. Tenzialmente, il potenziale cliente venditore porterà in vendita articoli di qualità simile a quelli già esposti: è quindi fondamentale una rigorosa applicazione dei criteri di selezione in merito a qualità, prezzo e stato d'uso, che verranno approfonditi in fase di formazione e di stage.

Permanenza dei prodotti nel punto vendita

La merce ha dei tempi di permanenza abbastanza brevi, stabiliti dal nostro sistema esclusivo in base alla tipologia di merce e al valore. Un'esposizione statica porterà gli avventori del negozio a perderne gradualmente interesse e di conseguenza diminuiranno drasticamente la frequentazione del punto vendita. E' quindi importante applicare in modo preciso il sistema in merito ai tempi di esposizione dei prodotti.



Atteggiamento del personale

L'atteggiamento del personale che gestisce il negozio deve essere assertivo, paziente e deve fornire sempre informazioni corrette e complete, con l'obiettivo primario di soddisfare il cliente.

Clients insoddisfatti per un atteggiamento del personale non in linea con queste specifiche generano un passaparola negativo, che oggi risulta essere la prima causa di insuccesso di qualsiasi attività.

Formazione

La formazione del personale del negozio deve essere costante. Abbiamo scelto la strada più difficile: quella del miglioramento continuo, seguendo le tendenze di un mercato in rapida evoluzione. Miglioramento significa cambiamento in positivo che, a volte, è difficile da attuare. Per questo è importante seguire i percorsi formativi proposti (Experience, riunioni zonali, ecc.) anche dopo l'apertura.

Eventi

Il punto vendita deve organizzare al meglio gli eventi nazionali e locali proposti. Il marketing pensato per il network è infatti orientato a valorizzare questi eventi, utilizzando le piattaforme più efficaci per dar loro risalto e fare in modo che il passaparola e la visibilità siano garantiti.

Investimento pubblicitario nella zona assegnata

E' assolutamente necessario rispettare l'investimento pubblicitario previsto, per fare in modo che il "volano di crescita", previsto dal sistema, s'innesci correttamente. E' fondamentale quindi operare in sinergia con il proprio referente marketing per scegliere le forme pubblicitarie più efficaci, scartando quelle che statisticamente non lo sono.

Sinergie

A un affiliato Mercatopoli, oltre al personale impegno per la propria azienda, è richiesta una costante sinergia con i colleghi, con i quali condivide lo stesso territorio, con l'obiettivo di migliorare la percezione di qualità che le persone hanno nei confronti dell'usato.

Solidarietà e sociale

Il punto vendita dovrà operare in collaborazione con associazioni o strutture che operano nel sociale per devolvere in beneficenza, nella massima trasparenza, gli oggetti che risulteranno invenduti dopo il termine di esposizione previsto.



Posizionamento di marca

Per un cliente finale, Mercatopoli deve rappresentare “**il negozio per vendere quello che non serve più**”. La corretta percezione del cliente finale è fondamentale per il successo del progetto e la maggior parte delle attività di comunicazione dovranno essere focalizzate verso il cliente venditore.

Obiettivi di vendita

E' proprio la corretta applicazione degli elementi prima descritti, insieme alla scelta della giusta location, che dà modo a un negozio Mercatopoli di raggiungere un volume di vendite mensile che gli permetta di sostenere le spese e di remunerare il capitale investito.

Il volume del venduto sarà sempre **proporzionale** al volume di merce caricata, sia in termini di quantità che di qualità. L'obiettivo da raggiungere nel più breve tempo possibile è quello di vendere almeno il 50% dei prodotti caricati entro i primi 30 giorni di esposizione.

Un punto vendita Mercatopoli può raggiungere il punto di pareggio (break even) entro 18 mesi dall'apertura, considerando l'inizio dell'operatività nel periodo più proficuo dell'anno (marzo, aprile, settembre, ottobre) e, se correttamente impostato, potrà crescere anno per anno, ottimizzando il proprio lavoro.

Il volume mensile delle vendite al punto di pareggio, considerando i parametri previsti, varia tra 45 e 55 euro a metro quadro di superficie. Il venduto mensile potenziale è pari a 120 - 140 euro circa al metro quadro di superficie.

Ovviamente, tali dati, in questa fase solo indicativi, vengono sviluppati nel business plan personalizzato, elaborato prima della firma del contratto di affiliazione.



Impostazione giuridica e fiscale

Mercatopoli, dal punto di vista giuridico, è un Agenzia d'Affari esercitata ai sensi dell'articolo 115 del Testo Unico Legge Pubblica Sicurezza (TULPS), vale a dire un'impresa che si offre come intermediaria nell'assunzione o nella trattazione di affari altrui, prestando la propria opera a chiunque ne faccia richiesta.

Fiscalmente, il punto vendita è impostato come un'azienda di servizi. Eroga al privato interessato un servizio di assistenza nella compravendita di oggetti usati, esponendo e vendendo per suo nome e in suo conto. Questo passaggio è fondamentale, in quanto la vendita in nome e per conto di un privato è l'elemento principale per la corretta implementazione della questione fiscale.

Un privato richiede pertanto all'agenzia d'affari la prestazione di un servizio e stipula un contratto di mandato. L'agenzia quindi:

1. vende l'oggetto e incassa il prezzo di vendita;
2. custodisce la somma;
3. rimborsa il cliente per il totale del prezzo;
4. detrae da tale rimborso la provvigione del del 50%.

Il rimborso è un'operazione tra privati, quindi fuori campo IVA, mentre la provvigione va regolarmente fatturata al cliente venditore, scorporando l'IVA corrente. Il margine operativo lordo è quindi del 40,98%.

L'acquirente, effettuando l'operazione di acquisto all'interno di spazi commerciali, dev'essere informato del fatto che sta effettuando l'acquisto in un'agenzia che opera in nome e per conto di un privato, che non emetterà scontrino o ricevuta fiscale e che si avvarrà dell'esclusione della garanzia, prevista per i privati. Eventuali ricevute di vendita rilasciate dal negozio, valide come certificazioni d'acquisto, non rappresentano infatti alcuna valenza dal punto di vista fiscale e devono contenere l'identificativo (codice fiscale) del privato venditore.

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



Il conto "somme di terzi" è una posta contabile che da una parte si carica con gli incassi e dall'altra si scarica con i rimborsi e con la fatturazione delle provvigioni. Se l'azienda adotta una contabilità di tipo ordinario, è necessario che tali movimentazioni contabili siano correttamente e contabilmente evidenziate.

Imposte e tasse

Mercatopoli è un'attività imprenditoriale attualmente equiparata, dal punto di vista fiscale, a un'azienda di servizi e come tale viene tassata.

La società Leotron è socia fondatrice di **Rete Onu**, che raggruppa migliaia di operatori dell'usato operanti a livello nazionale. Rete Onu ha elaborato una bozza di proposta legislativa per il riordino del settore dell'usato con l'obiettivo di inquadrare correttamente l'operatore e riconoscerne l'importanza dal punto di vista ambientale, vista la costante opera di prevenzione dei rifiuti. Tale bozza ha dato vita a **due diverse proposte di legge**, attualmente in discussione in sede parlamentare.

Tali proposte prevedono l'eliminazione delle distorsioni, tipiche purtroppo di questo settore, in merito all'IVA applicata, alla tariffa per lo smaltimento dei rifiuti e all'impossibilità di smaltire l'eventuale invenduto presso l'ecocentro del proprio comune.

Si rimanda ai molteplici approfondimenti presenti nei siti www.alessandrogiuliani.it e www.reteonu.it.



Primi passi verso l'apertura

Il primo obiettivo che ci poniamo è quello di aiutarti a valutare l'attività nel suo complesso ed è finalizzato all'elaborazione di un business plan, il documento programmatico che ti permetterà di prendere la decisione più corretta.

Per l'elaborazione di tale documento sono necessari alcuni passi importanti. La nostra garanzia è che, in questa fase, non dovrai sostenere alcun costo né prendere alcun impegno di affiliazione. Il nostro impegno è quello di fornirti un quadro verosimile rispetto al quale, conti alla mano, prenderai la tua decisione finale.

Verifica le risorse che hai a disposizione

La domanda più gettonata è solitamente quella sulle risorse necessarie per rendere operativo un punto vendita Mercatopoli. Ovviamente non è possibile dare una risposta senza aver analizzato il progetto nella sua globalità e aver di conseguenza realizzato un business plan.

Ti sconsigliamo di avviare questo progetto se non hai la possibilità di allocare risorse per almeno 50/60 mila euro, di cui almeno 25/30 mila euro disponibili senza finanziamenti

Visita altri negozi Mercatopoli

Il nostro consiglio è di iniziare a fare un po' di esperienza con questi negozi visitando quelli più comodi e, se non lo fossi già, diventando loro cliente. In questo modo potrai capire il sistema di funzionamento dell'attività e determinare se le modalità di lavoro possano piacerti.

Ti consigliamo di approfondire anche le modalità organizzative del negozio, parlandone con i titolari dei punti vendita già attivi, e di registrarti nell'area **My Mercatopoli** per provare direttamente i nostri servizi online pensati per il cliente finale.

Contatta il servizio di supporto in preapertura

Per parlare con **Eleonora** puoi compilare il modulo di contatto che trovi sul sito www.leotron.com, chiamare la nostra azienda al numero verde **800.915.160** oppure inviare un'email all'indirizzo eleonora.coati@leotron.com.

Eleonora potrà fornirti tutte le ulteriori informazioni di cui hai bisogno. Dovrai quindi inviare il tuo **curriculum** e compilare un **questionario** che ci permetterà di fissarti un **appuntamento** presso la nostra sede oppure via Skype, così da analizzare il progetto nella sua globalità e darti importanti indicazioni sulla fase successiva di ricerca del locale



ideale, assegnandoti quindi una zona di ricerca in base al bacino d'utenza e ad altre caratteristiche territoriali.

Inizia la ricerca del locale

Trovare il locale adatto è una delle cose più importanti per la riuscita del progetto e per questo poniamo particolare cura nella scelta. Sulla base di quando stabilito al momento dell'assegnazione dell'area di ricerca, ti consigliamo di iniziare perlustrando il territorio da solo o con l'aiuto di un'agenzia immobiliare. Nell'eventualità avessimo contatti specifici nella zona assegnata, potremmo indirizzarti verso locali già disponibili o agenzie immobiliari convenzionate.

La dimensione dovrà essere rapportata alla squadra della quale intendi dotarti e all'investimento che intendi eseguire per il progetto. In ogni caso non potranno essere resi operativi punti vendita Mercatopoli di dimensione inferiori a 350 metri quadrati sul livello principale, considerando che tendenzialmente scartiamo i locali su più livelli e/o su livelli superiori a quello stradale.

Non prendiamo in considerazione neppure i locali ubicati in comuni inferiori a 15.000 abitanti, a meno che non vi sia la presenza di trainanti commerciali molto importanti nelle vicinanze.

Considera che l'area operativa di un punto vendita Mercatopoli è di circa 8/10 km, ma questo dipende dalla densità abitativa della zona.

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

È fondamentale stabilire un corretto budget per l'affitto del locale, in quanto location troppo costose possono determinare un eccessivo impegno di risorse. Considerando che tutte le richieste d'affitto vanno trattate, in media un buon canone di locazione si aggira intorno ai 5 euro al metro quadro mensili, da valutare comunque in base alla posizione e alla superficie.

In virtù delle diverse interpretazioni applicate dall'ufficio urbanistico dei comuni, in merito all'inquadramento di questo tipo di attività e alla conseguente compatibilità con la destinazione d'uso del locale, è necessaria un'analisi di tipo urbanistico per ogni locale candidato. A tale scopo il nostro staff può vantare la collaborazione con un esperto



urbanista, in grado di dare un giudizio preliminare, dopo la nostra visita in loco e l'analisi dei documenti relativi.

In ogni caso, ti consigliamo di indirizzarti verso un locale che sia destinato, perlomeno per una piccola parte, all'utilizzo commerciale, scartando i locali completamente artigianali o industriali.

In via preliminare, per i locali superiori ai 400 mq., e al fine dell'ottenimento del certificato di prevenzione incendi, è importante verificare che il locale sia servito da idranti e da uscite di sicurezza e che gli impianti siano corredati di certificato di conformità.

Valutazione preliminare del locale

Per ogni locale da te prescelto ti supportiamo con un'analisi preliminare e ti chiediamo quindi di inviare a Eleonora:

- alcune foto interne ed esterne;
- il certificato catastale;
- una planimetria;
- l'indirizzo esatto;
- i costi di locazione.

Tali informazioni ci permetteranno di eseguire una prima analisi sulla fattibilità del progetto, analizzando le caratteristiche del locale, della zona e della concorrenza

Supporto in loco per la scelta del locale

L'analisi in loco è uno dei servizi esclusivi che forniamo gratuitamente per i locali pre-selezionati, necessaria per approfondire l'analisi e per la redazione del business plan, elaborato sulla base delle informazioni rilevate. In tale occasione, oltre all'analisi dei locali e alla stima dei costi previsti per l'eventuale adeguamento, sceglieremo il locale più indicato e fisseremo assieme l'obiettivo per il canone di locazione, per la successiva e indispensabile trattativa con il proprietario.

Prevenzione incendi

Se il locale è superiore ai 400 mq. è obbligatorio ottenere il certificato di prevenzione incendi (CPI), un attestato che certifica il rispetto delle prescrizioni previste dalla normativa di prevenzione incendi e la sussistenza dei requisiti di sicurezza antincendio.



E' quindi importante, prima di sbilanciarsi con una proposta, coinvolgere un tecnico abilitato che, effettuato un sopralluogo e verificati i documenti, potrà preventivare gli investimenti da effettuare per l'adeguamento del locale alle normative.

Richiesta business plan

Sulla base delle informazioni raccolte potrai quindi passare alla richiesta del business plan, compilando la scheda disponibile all'indirizzo www.leotron.com/bp.

Nel giro di pochi giorni riceverai il documento elaborato e redatto sulla base delle informazioni raccolte e al meglio delle nostre conoscenze, in termini di: caratteristiche del locale, visibilità, bacino d'utenza, costi da sostenere.

Il documento conterrà l'investimento necessario per lo startup e una previsione di costi e di ricavi per i primi 5 anni di attività. Ovviamente il business plan può essere aggiornato in funzione dei preventivi ricevuti e dei successivi approfondimenti, effettuati per il computo esatto dei costi.

Dichiarazione di non responsabilità

Poniamo la massima cura nella realizzazione del business plan, realizzato al meglio delle nostre conoscenze. Dobbiamo però informarti che il business plan viene fornito a titolo puramente indicativo e non costituisce in alcun modo fonte di obblighi o impegni a carico di Leotron. Le informazioni in esso contenute costituiscono solo una proiezione stimata dei costi di start-up e di gestione, dei ricavi e di tutti gli altri dati del piano aziendale, sulla base di statistiche e di parametri di mercato (ubicazione e dimensioni del punto vendita, bacino d'utenza, etc.) elaborati al meglio delle conoscenze ed esperienze di Leotron. L'attuazione del piano aziendale rimane condizionata alla capacità dell'affiliato di organizzare ed esercitare l'attività d'impresa in modo efficiente e redditizio e dalla predisposizione del tessuto sociale locale verso il tipo di attività. Gli scostamenti tra le stime fornite e i dati finanziari dell'impresa potrebbero essere significativi.

Finanziamenti

Un business plan aggiornato rappresenta il documento principale per conoscere l'importo dell'eventuale finanziamento necessario e per il suo ottenimento, per la cui richiesta siamo in grado di supportarti.

Ti inviamo a contattare, già in fase di ricerca dei locali, la Camera di Commercio di competenza per conoscere se sono previsti bandi di finanziamento agevolato. In alternativa il finanziamento andrà richiesto ad un istituto di credito per il quale saranno importanti le proprie referenze personali (assenza di protesti, garanzie).



Preliminare di locazione

Il passo successivo è quello di negoziare l'affitto con il proprietario, con l'obiettivo di stipulare un preliminare di contratto di locazione, per il quale sarà necessario subordinare l'efficacia al rilascio di tutte le autorizzazioni previste e all'eventuale concessione del finanziamento.

Prima di procedere alla firma del preliminare del contratto di locazione è necessario poterne visionare una bozza per verificare che le clausole previste siano equilibrate. E' importante trasmettere la bozza a Eleonora che provvedere a coordinarne l'analisi con gli esperti del nostro staff.

Richiesta di affiliazione

Con il preliminare di locazione potrai passare alla fase successiva, inviando la richiesta di affiliazione, completa di:

- copia di un documento d'identità valido;
- contabile del bonifico della caparra.

Al ricevimento della tua richiesta provvederemo a elaborare la zona di competenza del tuo punto vendita (calcolata sulla base di un bacino d'utenza minimo di 35.000 abitanti) e ad assegnarti un funzionario di supporto per un primo appuntamento presso il locale scelto, così da definire il layout e la presentazione del piano di comunicazione. In questa sede verranno anche decise la configurazione hardware necessaria ed i moduli e servizi che ti potranno essere utili, in modo da poterti formalizzare un preventivo aggiornato.

Il contratto di affiliazione commerciale Mercatopoli verrà sottoscritto al momento dell'installazione del software, presso il tuo negozio.

Provvederemo inoltre ad assegnarti il funzionario marketing con il quale pianificherai le operazioni di comunicazione, per tutta la durata del contratto di affiliazione.

Inquadramento dell'attività

Viste le sfumature di questo tipo di attività e per permettere al tuo commercialista la corretta impostazione dal punto di vista giuridico, amministrativo e fiscale, siamo disponibili a fissare un appuntamento telefonico con il professionista e a fornirgli una piccola guida di gestione.



Apertura partita IVA

Aprire una partita IVA è semplice e, di solito, se ne occupa il commercialista. Non esistendo un codice specifico per l'operatore dell'usato, questa attività è equiparata al procacciatore d'affari. Pertanto il codice Atecofin è il **46.19.02**.

Se devi costituire una società, la stessa va costituita di fronte ad un notaio, prima della richiesta di partita IVA. Anche in questo caso il tuo commercialista saprà consigliarti in base alla tua situazione specifica.

In genere sconsigliamo la costituzione di una società a responsabilità limitata, che risulta essere molto costosa anche nella gestione, dovendo obbligatoriamente operare in contabilità ordinaria.

Presentazione della SCIA

Completata la fase precedente è possibile presentare la Segnalazione Certificata di Inizio Attività (SCIA), ovvero la dichiarazione che consente di iniziare, modificare o cessare un'attività senza dover più attendere i tempi, l'esecuzione di verifiche e controlli preliminari da parte degli enti competenti

La SCIA va presentata per l'inizio di attività di agenzia d'affari esercitata ai sensi dell'art. 115 T.U.L.P.S. (Testo Unico Legge Pubblica Sicurezza) allegando normalmente: contratto d'affitto, planimetria dei locali, certificato di agibilità e, in alcuni casi, il certificato di prevenzione incendi.

Vanno inoltre trasmesse: la tabella provvigioni e il registro degli affari, che sarà nostra cura fornirti gratuitamente.

Per un retaggio della vecchia normativa, alcuni comuni potranno chiederti un deposito cauzionale. In altri casi viene richiesta la bollatura del registro degli affari, in ragione di una marca da bollo ogni 100 pagine di registro. Per tentare di ovviare a queste richieste, che riteniamo illegittime, sono disponibili specifiche istanze.

Insegna

L'insegna rappresenta il richiamo più immediato e potente, il suo compito è attirare i clienti e farli entrare nel locale, agendo come un vero e proprio, importantissimo, strumento di comunicazione. E' importante approfondire con l'ufficio comunale preposto le caratteristiche della domanda di autorizzazione amministrativa per l'installazione dell'insegna di esercizio. Essa dovrà essere installata senza ritardi, già nei primi giorni di apertura.



La realizzazione della grafica dell'insegna, sia per l'eventuale documentazione da presentare che per la realizzazione del supporto, verrà realizzata in sinergia con il nostro team creativo.

Formazione iniziale

La formazione è per noi una scelta strategica: oltre alla giornata di affiancamento necessaria all'analisi della disposizione del negozio (layout) e alla presentazione della proposta del piano di comunicazione, sono previste le seguenti attività in fase di apertura:

- 2 giorni presso il punto vendita per la formazione in merito all'utilizzo del software e alla corretta applicazione del sistema Mercatopoli;
- 1 sessione Skype per impostare la presenza del tuo negozio on-line;
- 2 giorni di stage a Piacenza, nel punto vendita preposto all'erogazione di tali servizi formativi;
- 1 giorno di affiancamento dopo circa 30 giorni dall'apertura;
- 1 giorno di affiancamento dopo circa 60 giorni dall'apertura;

Apertura del punto vendita Mercatopoli

Completato il layout e gli stage previsti è possibile rendere operativo il punto vendita Mercatopoli. E' indispensabile coordinarsi con il funzionario marketing per l'applicazione del piano di comunicazione previsto che, in questa fase, è finalizzato a creare l'assortimento del punto vendita.

Accantonate l'idea di acquistare della merce per creare l'assortimento iniziale. In questa fase è importante coinvolgere i clienti venditori, in modo da trasmettere immediatamente il posizionamento dell'attività.

Inaugurazione

L'inaugurazione va pianificata con il funzionario marketing e viene fatta dopo 7/15 giorni dall'apertura. E' finalizzata alla creazione dell'assortimento di merce.



I servizi di base di Mercatopoli

Gli aderenti al network Mercatopoli possono avvalersi di specifici servizi, compresi nella quota di adesione iniziale e nel canone annuale.

Marchio Mercatopoli

Viene concesso l'utilizzo del marchio Mercatopoli per la durata del contratto di affiliazione, da utilizzare obbligatoriamente per l'insegna, internet, la modulistica e tutte le operazioni di comunicazione effettuate.

Il marchio andrà utilizzato secondo le specifiche indicate nel Manuale di declinazione del marchio.

Sistema Mercatopoli

Le procedure da applicare vengono spiegate durante la formazione iniziale e sono dettagliate nel Manuale operativo Mercatopoli, la cui precisa attuazione è obbligatoria per tutti gli affiliati.

Mandato di vendita

Il mandato di vendita, documento basilare per la corretta gestione del rapporto con il proprio cliente venditore, è stato realizzato in esclusiva per il network da Baker & McKenzie, uno degli studi legali più autorevoli del mondo.

Mercatopoli card

La card nazionale è un'esclusiva per i punti vendita del network Mercatopoli, emessa per i clienti del negozio. E' personale e non trasferibile, necessaria al cliente venditore per effettuare le operazioni in negozio.

Siamo l'unica azienda in Italia a rendere disponibile uno strumento così potente che garantisce al cliente venditore la massima **trasparenza** nelle operazioni effettuate.

Il cliente venditore può utilizzare la stessa card in qualsiasi punto vendita Mercatopoli e, con la massima garanzia di riservatezza dei suoi dati, previa registrazione, può:

- consultare tutti i movimenti che riguardano i suoi oggetti;
- scaricare liste e fatture;



- attivare i servizi che lo avvisano, via e-mail, quando un oggetto termina il tempo di esposizione, viene proposto scontato o sta per essere devoluto in beneficenza;
- attivare i servizi che lo avvisano, via e-mail, in merito alla vendita degli oggetti, alla maturazione dei rimborsi o alla prossima prescrizione.

Anche i visitatori che non sono in possesso della Mercatopoli card possono registrarsi al sito e, dall'area My Mercatopoli, possono:

- impostare gli alert che informano, via e-mail, se e quando uno specifico articolo, corrispondente ad una chiave di ricerca, è disponibile in un negozio;
- acquistare direttamente on-line, attraverso l'esclusiva piattaforma di e-commerce.

Materiali esclusivi Mercatopoli

Con l'affiliazione vengono forniti degli specifici materiali necessari al punto vendita (locandine, card, shoppers, ecc.), così come specificato nel Welcome Kit Mercatopoli.

Per il riordino o per la disponibilità di ulteriori materiali di consumo è disponibile uno specifico **catalogo on-line**, dove sono presenti svariate soluzioni personalizzate, proposte al miglior prezzo, in esclusiva per gli affiliati.

Funzionario di supporto

Per tutta la durata del rapporto contrattuale, l'affiliato Mercatopoli viene assistito, anche in loco, da un apposito funzionario di supporto che lo indirizza nella gestione, lo forma costantemente, fissa gli obiettivi e si impegna affinché l'affiliato li raggiunga.

Il funzionario dispone di specifici strumenti per il monitoraggio costante dell'affiliato e per la verifica statistica dei risultati raggiunti. Ha l'autonomia per organizzare interventi di tipo formativo specifici e personalizzati per lo staff dell'affiliato.

Funzionario marketing

In sinergia con il funzionario di supporto, il funzionario marketing assiste l'affiliato per le operazioni di comunicazione, di promozione, per l'organizzazione degli eventi, in base al business plan e per il piano di comunicazione elaborato.



Supporto creativo

Il nostro team creativo, nelle autonomie previste dal Manuale di declinazione del marchio e con il coordinamento dei funzionari di supporto e marketing, è a disposizione dell'affiliato per la realizzazione di volantini, banner, elementi grafici internet, inserzioni, pubblicità, senza alcun obbligo di acquisto dei materiali.

Supporto tecnico

Lo staff tecnico offre supporto per le eventuali difficoltà riscontrate nell'utilizzo del software e per le operazioni di aggiornamento periodico. Le attività di supporto tecnico vengono svolte in orario d'ufficio e in caso di urgenza anche il sabato, tutto il giorno, e la domenica mattina

Sito Mercatopoli

Il sito Mercatopoli viene costantemente aggiornato secondo uno specifico piano redazionale e riporta notizie del network e, in genere, del mondo dell'usato. Specifiche aree tematiche permettono un ottimo posizionamento nei principali motori di ricerca per moltissime chiavi specifiche.

Ogni punto vendita dispone di un proprio sito con le informazioni sull'attività, la mappa guida e un modulo di contatto. L'affiliato gestisce direttamente, con un apposito strumento, gli orari del negozio e un blog specifico, utile come supporto informativo per i clienti e per il posizionamento di specifiche parole chiave.

Polly Mag

E' il magazine del network, aggiornato secondo uno specifico piano redazionale, con l'obiettivo di creare traffico profilato di utenti interessati al mondo del riutilizzo, della sostenibilità ambientale, delle buone pratiche.

Vetrina online

La vetrina Mercatopoli contiene gli oggetti in vendita nei negozi. Viene aggiornata grazie a procedure di sincronizzazione automatiche con il software J2K Network, utilizzato per la gestione del negozio. I visitatori della vetrina possono sfogliare l'elenco degli oggetti in vendita e utilizzare gratuitamente il servizio Alert per essere informati sulla successiva disponibilità di oggetti di loro interesse. L'attivazione opzionale del modulo aggiuntivo J-Commerce permette di offrire al visitatore la possibilità di acquistare direttamente on-line



Facebook

Il network Mercatopoli ha scelto Facebook come strumento principale per il social media marketing. La pagina nazionale (<https://www.facebook.com/mercatopoli.it>) viene gestita partendo da un piano redazionale e garantendo una costante interazione con i fan tramite messaggi e commenti.

Ogni punto vendita viene supportato nella creazione di una specifica pagina Facebook e dovrà mettere a disposizione un “creatore di contenuti” del proprio team in modo da aggiornare costantemente la pagine e rispondere a commenti e messaggi dei clienti.

Google+

Google+ è un importante strumento che permette, oltre a svariate funzionalità di interazione con gli utenti, un posizionamento naturale ottimale nel motore di ricerca Google. La pagina nazionale (<https://plus.google.com/u/o/+mercatopoli>) viene gestita con uno specifico piano redazionale.

Ogni punto vendita viene quindi supportato nella fase iniziale di creazione di un account Google per la configurazione base del profilo, della pagina del negozio di Google+ (fondamentale per il posizionamento in Google), di Analytics (per le statistiche di accesso al proprio sito) e di Google Maps (per la corretta localizzazione online del negozio).

Instagram

Mercatopoli è presente in rete anche con uno specifico profilo nazionale Instagram (<https://www.instagram.com/mercatopoli>), che di solito viene usato per raccontare gli eventi nazionali. I funzionari marketing sono disponibili per il supporto formativo in merito l'utilizzo di questo strumento e per supportarti nella creazione di un profilo specifico per il tuo negozio.o.

Youtube

La strategia del network per la visibilità on-line comprende la gestione di un canale Youtube per i video nazionali realizzati. Ti invitiamo a visionare **#gentedimercatopoli**, la prima sitcom realizzata per il mondo dell'usato e cardine principale del piano pubblicitario nazionale.



Newsletter nazionale

I siti del network Mercatopoli offrono la possibilità di iscriversi ad una newsletter informativa periodica e gratuita, che permette agli iscritti di essere aggiornati sulle attività e gli eventi organizzati dal network, in perfetta aderenza alle normative sulla privacy. Ogni quindici giorni provvediamo ad inviare, a svariate decine di migliaia di iscritti, le notizie del network e dei punti vendita affiliati.

Evento Experience

Experience è un evento annuale della durata di due giorni, organizzata con obiettivi di tipo formativo. Nelle ultime edizioni abbiamo ospitato autorevoli formatori di spicco sul panorama nazionale, quali: Tania Bianchi, Emanuele Maria Sacchi, Anna Valeria Sisto, Alessandro Ferrari, Sebastiano Zanolli. Di norma, gli interventi dei relatori vengono video registrati e sono disponibili nell'area riservata agli affiliati. L'evento è **gratuito**, con l'esclusione delle spese di vitto e alloggio, che sono a carico dell'affiliato.

Riunioni zonali

Le riunioni zonali vengono organizzate annualmente in tutto il territorio nazionale, per aggiornare gli affiliati con nuovi e importanti strumenti e comprendere le eventuali criticità nella zona di operatività del punto vendita. Vengono organizzate all'interno di un negozio Mercatopoli. L'evento è **gratuito**, con l'esclusione delle spese di vitto e alloggio, che sono a carico dell'affiliato.



I servizi opzionali di Mercatopoli

Gli aderenti al network Mercatopoli possono scegliere di avvalersi di ulteriori servizi addizionali, per i quali è previsto un contributo annuale aggiuntivo rispetto al canone di affiliazione.

J-WebRadio

La scelta di Mercatopoli in riferimento alla sonorizzazione dei punti vendita avviene in sinergia con l'azienda lussemburghese Jamendo. La proposta è una Web Radio con musica realizzata da artisti non iscritti alla SIAE, intervallata da specifici spot Mercatopoli. In questo modo il punto vendita Mercatopoli può sonorizzare gli spazi di vendita ed essere esentato dal pagamento dei diritti SIAE previsti per la diffusione sonora negli ambienti ad accesso pubblico.

J-PostFB

J-PostFB è un servizio che prevede la pubblicazione sulla pagina Facebook del punto vendita di 5 contenuti a settimana, grafici o testuali, studiati per creare interazione con i fan e descrivere le attività istituzionali del negozio.

J-Blog

J-Blog è un servizio che prevede la pubblicazione sul sito del tuo punto vendita di un contenuto al mese, studiato per il posizionamento del tuo Mercatopoli, per informare i visitatori del sito sulle attività del negozio e per posizionare specifiche parole chiave nella ricerca Google.

J-Adwords-RR

J-Adwords-RR è un servizio che prevede la progettazione, la creazione e la successiva ottimizzazione di campagne sulla rete di ricerca Google Adwords, specifiche per il punto vendita. Dal canone indicato è escluso il budget pubblicitario, addebitato da Google direttamente al punto vendita, sulla base dei clic effettuati dagli utenti o delle impressioni del messaggio.

J-FbAds

J-FbAds è un servizio che prevede la progettazione, la creazione e la successiva ottimizzazione di campagne Facebook (grafiche e testuali), specifiche per il punto vendita. Dal canone indicato è escluso il budget pubblicitario, addebitato da Facebook direttamente al punto vendita, sulla base dei clic effettuati dagli utenti o delle impressioni del messaggio.



Piano pubblicitario nazionale

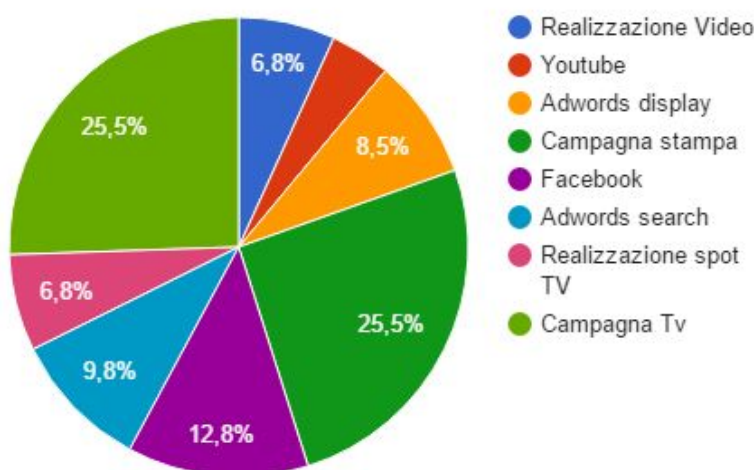
La visibilità nazionale, a livello di network, è garantita dal Piano Pubblicitario Nazionale (PPN2015/2016), la cui scelta viene effettuata dagli affiliati durante l'evento Experience. Il piano è composto da una serie di servizi a carico di Leotron e da un budget a carico degli affiliati. I messaggi pubblicitari, quando possibile, vengono profilati solo nelle zone in cui siano presenti punti vendita Mercatopoli

Per l'anno 2015/2016 è stato approvato un piano che prevede un investimento di circa **117.500 Euro (+iva)**. I canali di promozione, per il piano approvato, sono:

- Google Adwords;
- Youtube in-display e in-stream;
- Facebook ads;
- Stampa;
- Televisione.

La distribuzione dell'investimento è la seguente:

Composizione PPN 2015/16



La quota di competenza per i negozi affiliati al network è di **100,00 euro mensili**, con fatturazione trimestrale (30/09/2015 – 31/12/2015 – 31/03/2016 – 30/06/2016).

Il piano pubblicitario nazionale consente una costante copertura pubblicitaria, indirizzata ai clienti venditori, che dovrà essere integrata con le forme di comunicazione più opportune a livello locale e in base al tuo budget, stabilito con il supporto del funzionario marketing assegnato.



Il software J2K network

Il software J2K, sviluppato direttamente dalla nostra azienda, è lo strumento più evoluto per la gestione del negozio dell'usato. Nella specifica ed esclusiva versione per il network, studiata per i punti vendita Mercatopoli, aggiunge l'integrazione con il web (vetrina, e-commerce, card nazionale, sito del negozio) e le funzioni specifiche, pensate per ottimizzare il lavoro del punto vendita (griglia sconti automatica, gestione della beneficenza). Per ulteriori informazioni sulle caratteristiche del software puoi consultare la specifica brochure.

J-WebService

E' un'applicazione fornita in esclusiva e compresa nel costo della licenza, progettata principalmente per l'utilizzo su tablet touch, ma utilizzabile anche su elaboratori tradizionali.

L'applicazione comprende le seguenti funzionalità:

- l'accesso all'area riservata agli affiliati con le notizie del network e svariati documenti formativi;
- la consultazione delle statistiche del negozio, in tempo reale e da qualsiasi luogo, attraverso uno specifico monitor;
- la gestione del proprio negozio on-line, con la possibilità di interagire con i clienti che chiedono informazioni;
- la gestione dell'e-commerce, con il modulo di J-Commerce;
- la personalizzazione del sito del negozio.

Cruscotto

Il Cruscotto è uno strumento di valutazione che dà la possibilità di effettuare un utile confronto con gli altri punti vendita del network, per capire dove sia possibile migliorare l'andamento della propria attività. Il confronto è strutturato in base alla metratura del locale e all'area Nielsen di riferimento.

JUpVetrina

Si tratta di un'app per smartphone (iOS e Android) grazie alla quale è possibile scattare fotografie degli oggetti che i clienti hanno portato in vendita in negozio e caricarle sulla vetrina online. L'applicazione consente di associare immagini agli articoli caricati in vetrina e di inserirne ulteriori in risposta alle richieste effettuate online dai clienti dei negozi.



Moduli opzionali J2K

Gli affiliati possono scegliere di attivare ulteriori servizi addizionali, per i quali è previsto un contributo aggiuntivo (attivazione e canone annuale).

J-Libri

Il modulo J-Libri è un sistema che permette, in fase di carico o di modifica articoli, di leggere il codice ISBN di un libro, in modo da scaricare da un database internet le informazioni legate a titolo, autore e prezzo consigliato. In questo modo si velocizzano le attività di carico, grazie anche al completamento automatico della vetrina virtuale con immagine di copertina (dove presente) e trama.

J-Expò

L'applicazione permette di posizionare nel punto vendita un apparecchio per la diffusione di immagini (TV o monitor) e pubblicizzare quindi in modo efficace le foto degli articoli presenti in negozio. Oltre alla galleria degli articoli, gestita in automatico, è possibile impostare un certo numero di avvisi personalizzati (promozioni, comunicazioni al pubblico) ed è integrabile con la funzionalità di elimina-code.

J-External

Attraverso le funzionalità di J-External è possibile tener traccia e gestire in modo semplice le valutazioni effettuate presso il domicilio del venditore, cosa che rappresenta uno dei più importanti servizi erogati in merito agli articoli ingombranti (mobili, arredamento). Con il modulo J-External è possibile semplificare la fase di carico, pre-caricando le caratteristiche e i prezzi degli articoli valutati presso il domicilio del cliente.

J-Commerce

Grazie al modulo J-Commerce, gli affiliati possono avvalersi di un servizio di commercio elettronico, pensato per dare ai propri clienti la possibilità di navigare sul sito del punto vendita e scegliere dalla vetrina gli oggetti di proprio interesse, effettuando l'acquisto online. Uno strumento molto importante sia per i clienti venditori, che hanno maggior possibilità di vendita, sia per i clienti compratori, che possono fare acquisti in modo più semplice.

Il modulo non ha costo di attivazione né di manutenzione e aggiornamento annuali: il punto vendita s'impegna a riconoscere a Leotron il 50% degli importi incassati a titolo di attivazione del servizio (2,00 euro - IVA inclusa - per ogni cliente venditore che richiede il servizio).



Welcome Kit Mercatopoli

Al nuovo negozio Mercatopoli viene fornito un Welcome Kit, compreso nella quota di adesione, contenente molti materiali utili.

Il contenuto del Welcome Kit Mercatopoli potrebbe subire variazioni in funzione dell'introduzione di nuovi materiali o a seguito della dismissione di quelli obsoleti.



Manifesto Prossima Apertura
Formato: 120x160 cm
Quantità: 2



Ovale Mercatopoli
Formato: 70x50 cm
Quantità: 1



Locandina Regolamento
Formato: A3
Quantità: 1



Locandina Abbigliamento
Formato: A3
Quantità: 1



Locandina Videosorveglianza
Formato: A3
Quantità: 1



Locandina e Adesivi "Girolibri"
Formato: A3 e A6
Quantità: 1+50



Locandina "Regalami Ancora"
Formato: A3
Quantità: 1



Privacy + Espositore
Formato: A4 plastificato
Quantità: 1+1



Orario di Apertura
Formato: A4
Quantità: 1



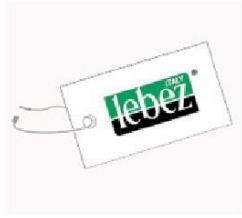
Network Card Mercatopoli in PVC + Depliant Portacard "Il Mondo di Mercatopoli" + Espositore + Colla
Quantità: 500+500+1+1



Blocco Valutazioni
Formato: 15x21 cm
Quantità: 2



Cartellini Prezzo 9 colori
Formato: 10.5x4.5 cm
Quantità: 500 per colore



Fili Lebez a Fascette
Lunghezza fili: 13 cm + 23,5 cm
Quantità: 1000+1000



Pistola Sparafili + Fili
Lunghezza fili: 45 mm
Quantità: 1+5000



Shoppers Mercatopoli
Bioplast Naturale
Formato: 30+10+10x60 cm
Quantità: 500



**Porta Badge Mercatopoli +
Badge in PVC Personalizzato**
Quantità: 3



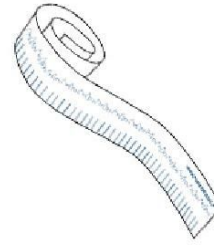
**Appendini, Pinze e Aste
Portapantaloni Mercatopoli**
Colore: Perla
Quantità: 220+250+50



Gadget Vari:
5 Blocchi Mercatopoli
2 Penne Mercatopoli
2 Cappellini Mercatopoli



Nastro Adesivo Mercatopoli
Rotolo da 66 metri
Quantità: 1



Metro Mercatopoli
Quantità: 500

Le nostre proposte

In termini hardware, la proposta di Leotron risponde alla reali necessità di affidabilità e sicurezza. I software prodotti da Leotron sono infatti di grande qualità e l'utilizzo di elaboratori e periferiche adeguate li valorizza ulteriormente. Indipendentemente dalla soluzione proposta, Leotron aggiunge un ulteriore valore ai prodotti: la propria professionalità, competenza e affidabilità, abbinate alla massima trasparenza dei costi.

J2K gira in ambiente Microsoft Windows, nelle versioni Seven, 8 e 10 e si basa sul motore database MSDE.

L'acquisto dell'hardware è opzionale: in ogni caso lo staff garantisce il supporto per permettere al cliente di scegliere le apparecchiature più adeguate presso un rivenditore nella propria zona, che potrà essere scelto anche sulla base della possibilità di un rapido intervento, in caso di necessità di assistenza hardware o sistemistica.

Si consiglia vivamente di evitare l'acquisto dell'hardware presso strutture che non possano garantire l'installazione e il successivo servizio di assistenza presso la propria sede. In particolare, è necessario che il rivenditore provveda, oltre all'installazione dell'hardware, all'aggiornamento del sistema operativo sia con gli aggiornamenti importanti che con quelli facoltativi.

La stampante principale, necessaria per produrre i documenti amministrativi e fiscali, deve essere una stampante laser.

La stampante per le etichette, necessaria per i cartellini prezzo degli articoli, deve essere una stampante termica dedicata. La scelta di utilizzare una soluzione professionale per la stampa delle etichette permette un utilizzo veloce, senza inceppamenti e in linea con le dinamiche di lavoro in un mercatino dell'usato. Soluzioni "hobbistiche" con stampanti di tipo diverso non vengono supportate.

Per le stampanti utilizzabili, compatibili con il software, è indispensabile contattare preventivamente il nostro servizio di assistenza tecnica, al numero 045.8031777, a disposizione anche per eventuali ulteriori approfondimenti.

Le configurazioni Mercatopoli sono da considerarsi degli esempi. Il numero di postazioni, così come i moduli da attivare, vengono stabiliti in base alle specifiche necessità.

E' sempre possibile aggiungere nuovi posti di lavoro, così come attivare e disattivare i moduli aggiuntivi, con durata di utilizzo in periodi annuali.



Configurazione hardware 1 posto di lavoro	Q.tà	Prezzo	Totale
PC Assemblato Core I5 3.20 Ghz (8Gb Ram, 240Gb SSD) + masterizzatore DVD, rete 1000, tastiera, mouse	1	600,00	600,00
Monitor LED 21.5" - 16:9 - Wide Screen	1	97,00	97,00
Windows 10 64 bit	1	117,00	117,00
Lettore Barcode Honeywell Hyperion 1300g	1	115,00	115,00
Flash Drive USB 3.0 – 16 Gb	1	9,00	9,00
Stampante HP Laserjet PRO M401D	1	234,00	234,00
Stampante etichette Eltron GK420D Termica Diretta	1	280,00	280,00
Antivirus NOD 32	1	56,00	56,00
Gruppo UPS Atlantis A03-PS700 700VA/300W	1	55,00	55,00
Totale configurazione 1 posto di lavoro			1.563,00

Configurazione hardware 2 posti di lavoro	Q.tà	Prezzo	Totale
PC Assemblato Core I5 3.20 Ghz (8Gb Ram, 240Gb SSD) + masterizzatore DVD, rete 1000, tastiera, mouse	2	600,00	1.200,00
Monitor LED 21.5" - 16:9 - Wide Screen	2	97,00	194,00
Windows 10 64 bit	2	117,00	234,00
Lettore Barcode Honeywell Hyperion 1300g	2	115,00	230,00
Flash Drive USB 3.0 – 16 Gb	1	9,00	9,00
Stampante HP Laserjet PRO M401D	1	234,00	234,00
Stampante etichette Eltron GK420D Termica Diretta	1	280,00	280,00
Antivirus NOD 32	1	56,00	56,00
Gruppo UPS Atlantis A03-PS700 700VA/300W	2	55,00	110,00
Totale configurazione 2 posto di lavoro			2.547,00



Mercatopoli con 1 posto di lavoro

Hardware	
Configurazione hardware 1 posto di lavoro	1.563,00
Software J2K network	
Licenza per 1 posto di lavoro	2.360,00
Canone annuale per 1 posto di lavoro	628,00
Moduli aggiuntivi J2K consigliati	
Canone annuale J-Connector	18,00
Canone annuale J-Multisessione	33,00
Canone annuale J-Backup-Web	39,00
Canone annuale J-External	65,00
Canone annuale J-System 1° Posto di Lavoro	121,00
Adesione a Mercatopoli	
Fee d'ingresso	3.790,00
Canone annuale	1.234,00
Piano pubblicitario nazionale (un trimestre)	300,00
Servizi opzionali Mercatopoli consigliati	
Canone annuale J-External	65,00
Canone annuale J-Web Radio	128,00
Canone annuale J-Libri	220,00
Canone annuale J-PostFB	160,00
Canone annuale J-Blog	160,00
J-Commerce	gratuito
Materiali e accessori	
50.000 volantini personalizzati	524,00
18 Rotoli x 1.600 etichette 72x36 mm	88,20
Rilevatore banconote false Soldi Smart	99,00
Segreteria telefonica Brondi SD Compact	36,00
Webcam Microsoft LifeCam HD-3000	26,00

Riepilogo proposta con 1 posto di lavoro

Mercatopoli con 1 posto di lavoro	
Totale proposta	11.657,20
Totale proposta Iva 22% inclusa	14.221,78
Condizioni di pagamento	
Alla richiesta di affiliazione (caparra)	600,00
All'installazione	5.688,71
4 rate mensili	1.983,27
Pagamento in unica soluzione all'installazione	sconto del 3%
Costo dal secondo anno (iva esclusa)	
Totale canoni annuali	2.871,00
Piano pubblicitario nazionale annuo	1.200,00

I moduli aggiuntivi J2K e i servizi opzionali Mercatopoli sono quelli consigliati. E' possibile modificare la composizione della proposta, in base alle proprie esigenze.

Mercatopoli con 2 posti di lavoro

Hardware	
Configurazione hardware 2 posti di lavoro	2.547,00
Software J2K network	
Licenza per 1 posto di lavoro	2.360,00
Canone annuale per 1 posto di lavoro	628,00
Licenza 1 posto di lavoro aggiuntivo	480,00
Canone annuale 1 posto di lavoro aggiuntivo	128,00
Moduli aggiuntivi J2K consigliati	
Canone annuale J-Connector	18,00
Canone annuale J-Multisessione	33,00
Canone annuale J-Backup-Web	39,00
Canone annuale J-External	65,00
Canone annuale J-System 1° posto di lavoro	121,00
Canone annuale J-System 1 posto di lavoro aggiuntivo	22,00
Adesione a Mercatopoli	
Fee d'ingresso	3.790,00
Canone annuale	1.234,00
Piano pubblicitario nazionale (un trimestre)	300,00
Servizi opzionali Mercatopoli consigliati	
Canone annuale J-External	65,00
Canone annuale J-Web Radio	128,00
Canone annuale J-Libri	220,00
Canone annuale J-PostFB	160,00
Canone annuale J-Blog	160,00
J-Commerce	gratuito
Materiali e accessori	
50.000 volantini personalizzati	330,00
18 Rotoli x 1.600 etichette 72x36 mm	88,20
Rilevatore banconote false Soldi Smart	99,00

Segreteria telefonica Brondi SD Compact	36,00
Webcam Microsoft LifeCam HD-3000	26,00

Riepilogo proposta con 2 posti di lavoro

Mercatopoli con 2 posti di lavoro	
Totale proposta	12.916,20
Totale proposta Iva 22% inclusa	15.757,76
Pagamento	
Alla richiesta di affiliazione (caparra)	600,00
All'installazione	6.303,10
4 rate mensili	2.213,66
Pagamento in unica soluzione all'installazione	sconto del 3%
Costo dal secondo anno (iva esclusa)	
Totale canoni annuali	3.021,00
Piano pubblicitario nazionale annuo	1.200,00

I moduli aggiuntivi J2K e i servizi opzionali Mercatopoli sono quelli consigliati. E' possibile modificare la composizione della proposta in base alle proprie esigenze.

Condizioni generali di fornitura

- I prezzi indicati sono da intendersi IVA esclusa, salvo diversamente indicato;
- l'acquisto dell'hardware, dei materiali e degli accessori è facoltativo;
- i moduli e i servizi consigliati sono opzionali, l'attivazione è gratuita se effettuata al momento dell'installazione;
- per tutte le caratteristiche del software e l'elenco dei moduli disponibili è possibile fare riferimento alla "Brochure Prodotti Software".

Contatti

- Per Posta: Leotron sas – Corso Milano, 122/a – 37138 Verona
- Centralino: 045.8031777
- Numero verde: 800.915.160 (informazioni commerciali)
- e-mail: eleonora.coati@leotron.com
- Sito web: www.leotron.com

