

Business Plan - Pet Store Plumo Italia

Un nuovo concetto di negozio per animali domestici con focus su qualità, servizi e omnicanalità.



Executive Summary

Plumo nasce con l'obiettivo di aprire una catena di negozi per animali domestici con focus su qualità, servizi e omnicanalità. Il format include negozi da 300 m² con vendita di prodotti, servizi di toelettatura, consulenze veterinarie, e-commerce e fidelizzazione digitale.

L'apertura iniziale prevede 1 punto vendita in centro-nord Italia, con espansione graduale a 3 negozi entro 24 mesi.



Struttura Organizzativa

Ruolo	N. Persone	CCNL Livello	Costo lordo mensile	Totale lordo mensile
Store Manager	1	Quadro	€ 3.045	€ 3.045
Assistente Vendite	2	I livello	€ 2.558	€ 5.116
Cassiere	1	II livello	€ 2.280	€ 2.280
Pet Specialist	1	III livello	€ 2.022	€ 2.022
Groomer (toielettatore)	1	IV livello	€ 1.817	€ 1.817
Magazziniere	1	V livello	€ 1.689	€ 1.689
Totale mensile	7			€ 15.969

Contributi e oneri: ~+30% → Costo totale personale: € 20.760/mese

Canali di Vendita



Negozio fisico

Area vendita + area servizi (toielettatura + consulenza veterinaria)



Click & Collect

Ritiro in negozio per ordini online



E-commerce

Sito web proprietario e canale social integrato (Instagram, TikTok)



Fidelity app

Raccolta punti, offerte personalizzate, notifiche push

Prodotti e Servizi

Pet food

Premium, grain free, dietetico

Accessori

Giochi, lettieri, cucce

Toelettatura

Base e avanzata (su appuntamento)

Consulenze veterinarie

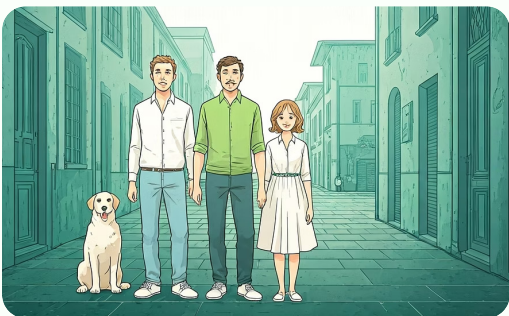
Collaborazione con veterinari locali

Dispositivi tech

Collari GPS, ciotole smart



Target Clienti



Famiglie con animali domestici

Proprietari di cani e gatti in ambiente urbano



Pet lover attenti

Focus su benessere e salute dell'animale



Clientela urbana

Fascia d'età 25-60 anni



Nuovi pet owner

Adozioni post-COVID e prime esperienze

Analisi SWOT

Punti di forza

- Format completo con servizi ad alto margine
- Esperienza omnicanale e fidelizzazione tech
- Attenzione alla qualità dei prodotti

Opportunità

- Espansione in città medio-piccole
- Crescita settore pet care in Italia (+6% annuo)

Punti di debolezza

- Alto costo iniziale
- Dipendenza dal traffico retail locale

Minacce

- Concorrenza da catene nazionali
- Aumento costi forniture/importazioni

Piano Economico - Primo Anno

Costi iniziali (una tantum)

Voce	Importo (€)
Allestimento negozio	60.000
Sviluppo sito/app e POS	15.000
Marketing lancio (3 mesi)	10.000
Formazione iniziale staff	5.000
Licenze, permessi, SIAE	5.000
Totale	95.000

Ricavi mensili attesi

Voce	Importo (€)
Vendite prodotti	30.000
Servizi toelettatura/vet	5.000
Online e Click&Collect	4.000
Totale	39.000

Costi mensili ricorrenti

Voce	Importo (€)
Personale	20.760
Merci e rifornimenti	10.000
Affitto e utenze	6.000
Marketing e advertising	2.000
Servizi (software, vet, ecc.)	2.000
Totale	40.760

Risultato operativo mensile: -1.760 €

Nota: break-even previsto con incremento del 10% dei ricavi o riduzione dei costi merci



Piano a 3 anni (proiezione)

Anno	Negozi	Ricavi (€)	Costi (€)	Risultato netto (€)
2025	1	468.000	489.120	- 21.120
2026	2	1.020.000	980.000	+40.000
2027	3	1.560.000	1.430.000	+130.000



KPI di controllo

- Scontrino medio
- Conversione in negozio
- % vendite da app/online
- Numero tessere fedeltà attive
- Margine lordo per categoria merceologica

Conclusioni

L'attività Plumo ha potenziale di crescita scalabile in un mercato dinamico. L'equilibrio tra offerta prodotti-servizi, fidelizzazione digitale e brand identity sarà chiave per la sostenibilità a medio termine.

Apertura primo negozio

Stabilire la presenza sul mercato e testare il modello di business

Espansione controllata

Raggiungimento del break-even e apertura secondo punto vendita

Consolidamento rete

Tre negozi operativi con risultato netto positivo e brand riconoscibile

