**Открыть магазин фейерверков (подробная инструкция)**

Бизнес по продажам пиротехники - один из самых быстрорастущих. Общий рынок пиротехники в РФ оценивается в 5 млрд руб., а потребность в фейерверках и салютах возрастает каждый год на 20-30%. Наценка в розницу составляет 100-200%, и в сезон декабрьских праздников и весенних свадеб даже небольшая точка может зарабатывать от 15-20 тыс. руб. в сутки.

**Регистрация предприятия.**

Для начала необходимо зарегистрироваться в налоговой в качестве индивидуального предпринимателя (ИП) или как юридическое лицо (ООО).  
Открывайте ИП - это лучше для начинающих , если же заранее планируются более крупные объемы тогда – ООО.  
Выбирайте метод налогообложения – УСНО «упрощенка».  
ОКВЭД (вид деятельности) – 47.78.9 (актуален с 2017 года).

Также понадобятся следующие документы:

* ИНН;
* лист записи ЕГРИП (для ИП), для ООО – лист ЕГРЮЛ;
* договор аренды либо свидетельство о собственности при покупке помещения;
* заключения Госпожнадзора и Роспотребнадзора;
* свидетельство о внесении точки в реестр потребительского рынка своего муниципалитета;
* регистрация кассы ККТ.

Лицензия не требуется при торговле пиротехникой 1-3 классов: хлопушки, петарды, фонтаны настольные, батареи салютов, римские свечи, свечи бенгальские.

Профессиональная пиротехника относится к 4-5 классам, например, профессиональные шары фейерверочные, батареи салютов и т.п. В этих случаях наличие лицензии обязательно, ее выдает Минпромторг.

Оформление этих документов занимает от нескольких недель до 2-3 месяцев, потому лучше заняться этим заблаговременно до декабря. А после уже можно задуматься о выборе помещения и об оптовых закупках пиротехники.

**Выбор помещения**

Есть строгие правила, касающиеся помещений для торговли пиротехникой. Нельзя торговать фейерверками с уличных лотков или просто «с рук», в жилых зданиях, в подвалах, в переходах или у метро, на вокзалах и т.д.

Прочие требования для торговли фейерверками:

* **Отдельно стоящее здание** (киоск, павильон). Должно находиться на расстоянии не менее 12 м от прочих зданий, обязателен запасной выход.
* **Точка в магазине**. Должна располагаться только на верхнем этаже, на расстоянии не менее 4 м от эвакуационных выходов.
* **Оснащение**. Должна иметься пожарная сигнализация, средства пожаротушения (как минимум, 2 огнетушителя), запасной выход. Витрины и стеллажи должны быть сделаны из негорючих материалов. Для оплаты: кассовый аппарат и терминал для карт. Обязателен уголок покупателя со сведениями о фирме, жалобной книгой, правилами безопасности, рекламными буклетами (опционально). Желательно наличие широкоформатного монитора для демонстрационных роликов с пиротехникой.
* **Склад**. Нельзя размещать склад в магазине, если его площадь менее 25 кв. м. Сам склад должен быть отделан огнестойкими материалами, оборудован системой автоматического пожаротушения. Негодная и «годная» пиротехника хранятся строго отдельно. Недопустимо вместе с пиротехникой хранить пожароопасные предметы, к примеру, баллоны с пропаном и т.п. Это не просто опасно, но чревато штрафами до 300-400 тыс. руб.
* **Изделия**. На них не должна попадать влага, прямой солнечный свет. Нельзя располагать их ближе, чем на 0,5 м к отопительным приборам.
* **Хранение**. При площади менее 25 кв. м. допустимо держать в магазине не более 100 кг изделий, при площади более - 1200 кг (максимум).
* **Расстановка товаров**. Производится по товарным группам, для групп - по ценникам (от дешевых к дорогим). Салюты сортируются по количеству зарядов и калибру.
* **Ценники**. Включают: название фирмы, группа и артикул товара, характеристики, страну выпуска, дату самого ценника, на обороте - печать и подпись продавца.

Желательно вывесить информационную табличку «Продажа пиротехники лицам до 16 запрещена». За исключением случаев, когда иное указано производителем - например, небольшие хлопушки 1 класса можно детям с 10 лет. И все же лучше перестраховаться, ведь отвечать, если что, будет в первую очередь продавец.

**Выбор поставщика**

Важно правильно выбрать фирму для поставок пиротехники оптом, которая поможет на старте.

Как же можно отличить достойного партнера от мошенника:

* Репутация, отзывы, наличие магазина, склада, реквизитов. Если у фирмы ничего этого нет, стоит хорошенько задуматься, а нужно ли связываться с подозрительным «поставщиком».
* Работа только по договору. Если фирма не хочет заключать официальный договор, это мошенники. Солидные фирмы всегда заключают договор на пиротехнику оптом, будь то разовая или регулярные поставки.
* Разумные цены. Хорошие поставщики всегда готовы предложить большие скидки, но совсем уж бросовые цены - признак явного контрафакта, брака, «просрочки».
* Только проверенная продукция! Если «поставщик» предлагает неведомую продукцию без надписей на русском, без сертификатов, или откровенно утратившую годность, это повод отказаться от его услуг.

**Работа с клиентами и обязанности продавцов пиротехники**

Продавец пиротехники обязан:

* Хорошо знать ассортимент «назубок»;
* Пройти инструктаж по ТБ, уметь пользоваться огнетушителем, ознакомиться с планом эвакуации;
* Продавцу запрещается продавать пиротехнику детям младше 16, в случае сомнений - спрашивать паспорт, так как штрафы за это для юрлиц могут доходить до 30-40 тыс. руб.
* Витрина и сам павильон должны быть оборудованы так, чтобы у покупателей не было прямого доступа к товарам - все манипуляции с пиротехникой должны совершаться продавцом, и только им. В то же время покупатели должны иметь возможность беспрепятственно изучать надписи и инструкции на упаковках.
* «Продавец всегда должен быть готов предъявить сертификаты и проконсультировать клиентов касательно правил безопасности»
* Хорошо, если есть возможность правила распечатать и вручить в письменном виде (пусть даже они дублируют те, что есть на упаковке).
* Для небольшой точки достаточно 1-2 продавцов. Могут работать посменно (2/2). Средняя з/п в пределах 20-25 тыс. руб.
* В магазине должен быть каталог пиротехнических изделий - в электронном или в печатном виде. И отлично, если имеются видеоролики с наглядными демонстрациями фейерверков, бенгальских свечей и т.п. Такие ролики всегда предоставляют надежные поставщики пиротехники оптом (и это еще один веский повод сотрудничать с ними!).

**Реклама**

Для привлечения дополнительных клиентов, скорее всего, придется вложиться в рекламу. Особенно актуально для совсем новых точек, тем более, если у владельца недостаточно средств, чтобы открыть магазин в крупном торговом центре с высокой проходимостью.

Среди возможных рекламных решений:

* Реклама в лифтах, листовки в почтовые ящики, объявления в местной газете, раздача флаеров. Эффективные и относительно недорогие маркетинговые ходы, помогут привлечь покупателей, проживающих вблизи точки.
* Рассылка коммерческих предложений. Можно отправить КП по продаже пиротехники местным ресторанам, агентствам, занимающимся организацией свадеб и праздников, небольшим рекламным агентствам – иногда они снимают рекламные видеоролики, где используется пиротехника.
* Реклама в интернете. Это могут быть лэндинги и сайты, на которые дается контекстная реклама в Яндекс Директ или Гугл Адвордс. Для регионов - реклама на городских порталах и местных новостных сайтах. Имеет смысл создать группу в соцсетях (в ВК и ОК, Инстаграме).

**Итоги**

В среднем открытие магазина обойдется в 0,5 млн руб. С учетом старта продаж в декабре он выйдет на самоокупаемость уже через 2 месяца при посещаемости в сезон примерно в 500-1000 клиентов, не в сезон - от 100 до 200 при среднем чеке в 1500-2500 руб.  
Естественно все это приблизительные цифры, и для каждого случая они рассчитываются индивидуально!