GRANDI AZIENDE CRESCONO: QUESTO E' IL TREND DEI "COM"

Indagine AfidampCom per il 2013. 138 aziende intervistate, il 17% del comparto, e due grandi obiettivi: identificare le caratteristiche delle aziende e tastare il polso del mercato. A crescere di più sono i più grandi, che rappresentano però la minoranza in termini numerici.

Anello cruciale della filiera del cleaning professionale, i dealer rappresentano il "ponte" tra i produttori e gli utilizzatori finali. In Italia il panorama dei "com" è estremamente frammentato ed eterogeneo: si va dai grandi gruppi, con volumi anche molto importanti (ma numericamente in netta minoranza rispetto alla totalità del mercato), ai piccoli rivenditori locali, passando attraverso una costellazione intermedia molto variegata e senza dubbio non facile da indagare con precisione. E se è vero, come è vero, che l'andamento dei rivenditori fotografa in modo fedele il polso dell'intero comparto, è innegabile che uno strumento sempre più apprezzato, a tale proposito, sia l'indagine AfidampCom. Ecco cosa è emerso quest'anno (dati riferiti al 2013).

Obiettivo: monitorare le aziende e il mercato

L'indagine è partita lo scorso febbraio, quando è stato inviato online, a distributori e concessionari, il questionario per la mappatura del mercato nel 2013. Due i principali obiettivi: identificare le caratteristiche delle aziende che operano nel settore e monitorare andamento del mercato (in termini di variazione di fatturato) e percezione del settore.

138 risposte, il 17% degli operatori

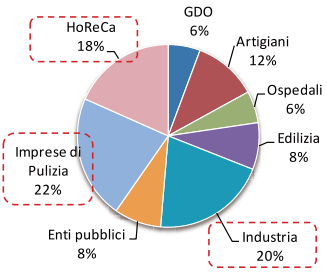
L'analisi è stata formalizzata tenendo conto sia dei dati correnti raccolti, sia di eventuali variazioni rispetto quanto emerso per il 2012 e gli anni precedenti. Dal 10 luglio 2014 (data ultima di risposta al questionario) si è provveduto a scaricare, elaborare ed analizzare le risposte. Le risposte ottenute sono state 138, pari a circa il 17% degli operatori.

Crescono le grandi

Un primo dato, che appare confortante, è che le grandi aziende del settore stanno crescendo sia in termini di fatturato sia in numero di collaboratori. A crescere di più sono le aziende che fatturano oltre 1 milione e mezzo, che guadagnano il 10%: aumenterebbe cioè la forbice tra i "sempre più grandi" e i più piccoli, che restano la maggioranza e stanno in molti casi seguendo processi di aggregazione. Altro dato interessante è che, pur confermandosi una media dei collaboratori inferiore a 10, è in atto un incremento del numero medio di dipendenti soprattutto per le aziende di maggiori dimensioni (+4%). A tale proposito si evidenzia una diminuzione di circa il 4% dalla fascia "meno di 5" a favore delle aziende con "oltre 20" collaboratori (in linea col trend di cui sopra). Veniamo alle... metrature, che crescono anch'esse: il 59% delle aziende dispone di un centro logistico ed in media ha una dimensione di circa 1.200 mq, rispetto ad una media di circa 1.000 mq nel 2012. D'altra parte, però, la maggior parte delle aziende del settore fattura meno di un milione. Per ciò che concerne il portafoglio clienti, il 54% delle aziende interpellate ne ha dichiarati più di 300, con tendenza a operare in più regioni.

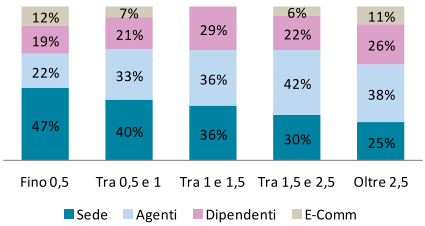
Tipologia di clienti e canali di vendita

Tipologia di clienti



Fonte: Questionario effettuato dall'AfidampCom.

Canali di vendita



Fonte: Questionario effettuato dall'AfidampCom
Note: I valori esposti nel grafico sono espressi in €m.

Aziende familiari alla staffetta generazionale

Passando ad analizzare la conduzione, si scopre che il 61% dei dealer è a conduzione familiare. In particolare si tratta di aziende perlopiù alla prima e alla seconda generazione (71%). In generale, si è confermato che gli attuali proprietari delle aziende, indipendentemente dal livello generazionale in cui si trovano, ritengono che l'attività sarà continuata dai figli. C'è fiducia, insomma, in un passaggio generazionale "naturale".

Dove? Per quanto riguarda la collocazione geografica, le regioni maggiormente rappresentative sono Lombardia, Veneto e Piemonte. A seguire Emilia Romagna e Toscana. Nessuna sorpresa a tale proposito. Anche se i numeri considerati non possono ritenersi rappresentativi dell'intero segmento, se si ipotizza che le aziende interpellate rappresentino la concentrazione dei dealer del settore, si evidenzia una focalizzazione nelle regioni del nord. Per ciò che concerne il raggio d'azione, molti dealer operano su tutto il territorio nazionale, ma soprattutto in regioni limitrofe.

Andamento del mercato

Purtroppo, però, cresce anche la percentuale di aziende che dichiara di aver avuto una variazione negativa del fatturato 2013 sul 2012: infatti, nel 2012 era il 44,4% delle aziende, mentre nel 2013 è stato il 51,5% (+7%). Insomma i più piccoli, che sono la maggioranza, non sempre reggono il passo dei "fratelli maggiori", o perlomeno così pare. Ciononostante, gli operatori, così come negli ultimi anni è accaduto, sembrano restare ottimisti, evidenziando dati di stima positiva.

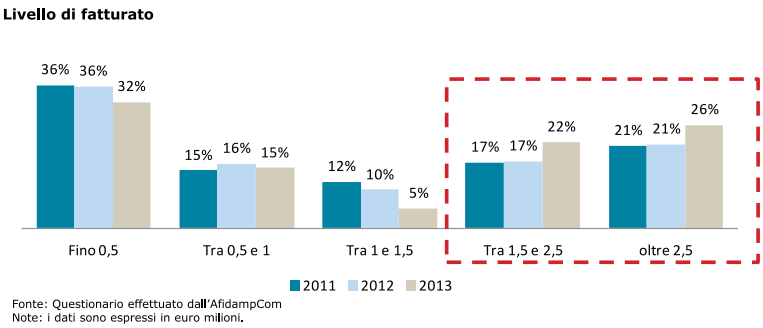
Cosa fare per crescere

Per far crescere il proprio business, i più punteranno sulle vendite (con focalizzazione sui prodotti innovativi e sulle nuove tecnologie), offrendo assistenza qualificata, il tutto con azioni di marketing mirate. E' emerso anche che è in continua crescita l'attenzione verso un maggiore monitoraggio verso sistemi di controllo interno, specie in amministrazione e finanza. Per ciò che riguarda i punti di forza e di criticità, secondo gli intervistati la forza sta nel rapporto fidelizzato con i propri clienti, mentre il maggiore aspetto critico del settore è la gestione dei pagamenti.

Tipologie di prodotti

Le tipologie di prodotti venduti sono ovviamente macchine, prodotti chimici e di consumo e attrezzature. Fonte di ricavo è anche il noleggio e l'offerta di altri servizi. In linea con gli anni passati, è emerso che: non c'è una concentrazione del fatturato su una tipologia specifica di prodotti, ma il fatturato è differenziato fra le diverse categorie; i servizi maggiormente offerti ai propri clienti sono rappresentati dall'assistenza pre e post vendita e dalla manutenzione. Ci sono poi delle criticità. Su

Caratteristiche delle aziende del settore



Fonte: Questionario effettuato dall'AfidampCom
Note: i dati sono espressi in euro milioni.

tutte: il 43% delle aziende non fa noleggio. Tali dati, peraltro, sono in linea con quelli relativi al 2012. Rispetto a quell'anno, invece, crescono le percentuali relative alle tre principali tipologie di clienti, che continuano ad essere imprese, industria e Horeca, staccando ancora di più gli altri comparti.

Cresce l'e-commerce, ma siamo ancora in un mercato relazionale

Anche relativamente ai canali di vendita, i risultati rimangono invariati: si vende soprattutto attraverso i propri magazzini, quindi la sede stessa dell'azienda, oltre che attraverso una rete di agenti. Siamo nell'era di internet e delle nuove tecnologie, e nessuno si stupisce che stia crescendo la percentuale di vendita attraverso e-commerce, soprattutto per le piccole realtà (da 10% al 12%). In linea generale, però, si può confermare che i distributori del settore tendono ad avere ancora un contatto diretto con il cliente, cercando di costruire un rapporto duraturo e di curarlo personalmente. Nonostante tutto, insomma, il nostro si conferma ancora un mercato relazionale. D'altra parte, solo un rapporto stretto, costante e diretto può dare al cliente l'assistenza, l'affiancamento, la formazione e la consulenza, in una parola il servizio di cui ha bisogno, e che solo un professionista della distribuzione può assicurare.

"L'indagine di quest'anno mette in evidenza le dinamiche che si stavano delineando già nel 2012 e che, data la situazione del mercato, continuano a consolidarsi. Riteniamo che la specializzazione e il servizio al cliente siano due leve importantissime su cui puntare per fronteggiare una situazione di flessione che ci riguarda profondamente", ha dichiarato Francesco Bertini, Presidente AfidampCOM. "L'Associazione perseguirà il suo compito di favorire il contatto tra i distributori, per valorizzare le piccole e le micro imprese e non soltanto i grandi gruppi".

Per approfondimenti: **www.afidamp-com.it**