

# Indagine AfidampCom, così Cerved “fotografa” i dealer

Il 21 maggio, a Pulire, è stata presentata l'indagine sul “Mercato della distribuzione nel settore del professional cleaning”, voluta da AfidampCom e realizzata da Cerved su un campione di 258 aziende. Ecco la fotografia di questa importante fetta di mercato.

ting Services, è stata presentata a Pulire nella tarda mattinata di martedì 21 maggio, con gli interventi di **Roberto Galli**, presidente AfidampCom, **Stefano Bertali** e **Carminio Iuliano**, rispettivamente Account manager e Research, Cx and Analytics di Cerved.

## Gli obiettivi

L'indagine dà continuità all'attività di ascolto dei player di settore già promossa e portata avanti da alcuni anni dall'associazione, da sempre sensibile ai temi del monitoraggio puntuale ed approfondito delle dinamiche settoriali e di mercato. I principali obiettivi dell'indagine sono: rilevare l'anda-

mento del mercato in termini dimensionali; identificare le caratteristiche delle aziende che operano nel settore; identificare i punti di forza e quelli di debolezza del settore; raccogliere spunti sulle previsioni future delle aziende del settore.

## L'“universo” di riferimento

Nell'universo di partenza fornito da AfidampCom le realtà in target si stima possano essere circa 900. Nei due codici di attività economica più ricorrenti si stima possano esserci circa 600 realtà non presenti nell'universo di partenza, per un universo complessivo pari a circa 1.500 realtà, in crescita rispetto al 2017. Complessivamente si stima che il fatturato generato dalle 1.500 aziende dell'universo individuato ammonti a circa 2,1 miliardi di euro.

## Il campione indagato

A partire dall'universo di riferimento, è stato estratto un campione di 258 aziende a cui è stato somministrato un questionario ad hoc finalizzato alla rilevazione delle informazioni rilevanti per gli obiettivi conoscitivi dell'associazione. La precisione statistica dei dati è desumibile dal margine d'errore che a partire dall'ampiezza campionaria, con una probabilità del 95%, è possibile quantificare in  $\pm 5,6$  punti percentuali. Le interviste, condotte mediante telefono con metodologia C.A.T.I. da intervistatori specializzati nel segmento B2B e adeguatamente formati circa gli obiettivi dell'indagine, sono state realizzate nel periodo marzo-aprile 2019. Il questionario è stato somministrato al titolare o al responsabile degli acquisti aziendali.

Importante per avere una visione completa del mercato visto dall'ottica dei dealer, l'indagine sul “Mercato della distribuzione nel settore del professional cleaning”, commissionata da AfidampCOM a Cerved On Marke-

24  
GSA  
GIUGNO  
2019



## Il valore della presenza sul territorio

L'indagine, entrando più nello specifico, mette in evidenza un quadro che sottolinea il valore della presenza territoriale. Il 34,2% delle aziende intervistate opera su base regionale e il 29,3% su base provinciale. Da sottolineare anche i dati di fatturato: il 75% delle aziende fattura fino a 1,5 milioni di euro, ma determina solo il 30% del fatturato globale del settore. Oltre il 50% del fatturato globale è invece determinato da quel 10% di aziende che fatturano più di 3,5 milioni di euro. Ancora qualche dato: la vendita di prodotti chimici determina un 1/3 del totale del fatturato del settore, mentre i mercati che generano maggiore fatturato sono le imprese di pulizia e l'Ho.re.ca.

## Altri spunti interessanti, dal personale ai social

Ma non sono gli unici dati interessanti emersi: per quanto riguarda il numero di dipendenti, si stima che quasi la metà delle aziende ne annoveri meno di 5, a fronte di circa 1/4 che può disporre di oltre 10. Circa 16 aziende su 100 ne hanno fino a 20, mentre solo il 6,6% va oltre. Importante anche la questione della promozione e della comunicazione. Il sito internet aziendale è il principale mezzo di promozione per il 54% di imprese, che diventano il 75,5% tra chi fattura fra i 2,5 e i 3,5 milioni. Impattanti anche i social network, soprattutto tra le aziende più grandi (ben l'87,7% di chi realizza oltre 5,5 milioni, a fronte di un 30% complessivo). Restano comunque molto fruttuosi anche il passaparola (per il 22,8% delle aziende, il 43,3% di quelle che hanno oltre 20 addetti) e il contatto diretto attraverso figure commerciali: in questo caso le aziende si fermano a quota 21% nel loro complesso, ma salgono al 35,5% quelle più grandi.

