

# CLEANING PROFESSIONALE, UN MERCATO CHE “FA LA DIFFERENZA”



Per chi lavora nell’HORECA il mercato del cleaning professionale è un alleato prezioso nel lavoro quotidiano che contribuisce a creare ambienti accoglienti e igienicamente sicuri. Scopriamolo più da vicino grazie ai dati dell’ultima indagine quali-quantitativa promossa da AFIDAMP, associazione che riunisce i fabbricanti e i distributori italiani di prodotti, macchine e attrezzature per la pulizia professionale, e realizzata da Cerved.

di **Simone Finotti**



Il mercato del cleaning professionale, solido, dinamico e innovativo, gode di ottima salute e può davvero fare la differenza in tutto il settore HORECA. Ecco perché vale la pena di scoprirne tutte le potenzialità partendo dai dati: quelli messi nero su bianco dall’annuale indagine quali-quantitativa AFIDAMP-Cerved su produttori e distributori del cleaning italiano.

## Ben sette miliardi di valore complessivo

L’indagine, condotta tra aprile e giugno 2025 e riferita all’annualità 2024, restituisce un ritratto fedele del comparto produttivo come di quello distributivo: un ecosistema che vale complessivamente circa sette miliardi di euro e si distingue per resilienza, capacità di innovazione e apertura internazionale. Spiega **Carmine Iuliano** di Cerved: *“Il mondo del cleaning continua a dimostrare una grande maturità. Il principale elemento di forza sta nella capacità di reagire alle sfide del mercato*

*nazionale e di quelli internazionali”*. Importante il ruolo della rete commerciale e del marketing, leve fondamentali per costruire relazioni solide e durature.

## Ottime performance di Chimici e Macchine

Il valore complessivo del mercato della produzione, emerso dall’indagine che ha coinvolto 200 aziende secondo le metodologie Cawi e Cati (con interviste via web e telefoniche), si attesta nel 2024 intorno ai 4 miliardi di euro, in linea con il 2023. Scendendo nel dettaglio, emerge che il segmento Chimici si conferma il più rilevante con circa 1,5 miliardi di fatturato, seguito da quello delle Macchine, che vale oltre 1,1 miliardi. La Carta ha registrato una lieve contrazione, mentre Attrezzature, Fibre e Panni e Altri prodotti hanno mantenuto un andamento stabile o lievemente positivo. L’export continua a giocare un ruolo fondamentale, con il 50% del fatturato totale.

## Vocazione internazionale

Una vocazione internazionale che si sente molto nelle Macchine, con una quota del 67%, nelle Attrezzature (57%) e nella Carta (55%), mentre la componente chimica rimane prevalentemente orientata all'interno. Il principale mercato di riferimento è rappresentato dall'Europa occidentale, seguita dall'Europa orientale e dal Medio Oriente.

## Molti si affidano all'Intelligenza Artificiale

Non poteva mancare il riferimento all'IA, perché il tema dell'intelligenza artificiale ha fatto il suo ingresso tra le iniziative concrete: già un'azienda su quattro ha avviato applicazioni nel 2024, in particolare per l'ottimizzazione della *supply chain*, la manutenzione predittiva, il design di nuovi prodotti e il controllo qualità. Riguardo ai servizi offerti, la consulenza pre e post-vendita rimane dominante, seguita da formazione, assistenza e noleggio. I settori di sbocco principali per la produzione sono l'industria, con una quota rilevante del settore metalmeccanico (60%) e alimentare (57%), oltre all'HORECA e alla sanità, che risultano in netta crescita.

## Si continua a ricercare e brevettare

Anche quello della sostenibilità resta un tema-chiave. Come ormai da diversi anni a questa parte i prodotti "green" incidono in modo stabile sul fatturato, con una leggera riduzione della quota superiore al 50%. A questo proposito vale la pena mettere in evidenza che, nonostante la crescente presenza di articoli da paesi emergenti, la metà delle imprese non ha modificato le proprie strategie commerciali; le restanti hanno puntato su innovazione, branding e ottimizzazione dei costi. Si tratta di realtà con una spiccata vocazione in Ricerca & Sviluppo: un quarto delle aziende ha registrato brevetti negli ultimi cinque anni, a testimonianza dell'investimento crescente in innovazione e ricerca.

## Alleati preziosi per l'HORECA: ecco i dealer!

Come sempre l'indagine ha analizzato anche il ruolo e il peso sull'intero settore del Cleaning Professionale del canale distributivo, con interviste condotte in questo caso

su 250 aziende del settore. Si tratta, come ben sappiamo, di riferimenti preziosi per chi gestisce una struttura alberghiera e ricettiva in generale. Anche in questo caso la prevalenza geografica è concentrata al Nord, ma con una distribuzione più equilibrata rispetto al comparto produttivo, includendo anche Centro e Sud Italia. In termini merceologici l'offerta delle aziende distributrici si conferma ampia e diversificata, con una netta predominanza nella vendita di prodotti per la pulizia professionale (90%), seguiti da attrezzature (70%), macchinari (66%) e servizi di noleggio (53%).

## I trend della distribuzione, mercato da 3 miliardi

Il giro d'affari totale del comparto nel 2024 si avvicina ai 3 miliardi di euro, con un'incidenza significativa delle aziende più strutturate: il 15% delle imprese genera oltre metà del fatturato complessivo. Si tratta d'altra parte di un trend che segue ciò che avviene in altri Paesi europei, e di cui su queste pagine diamo testimonianza ormai da tempo. I prodotti chimici risultano i più rilevanti in termini di incidenza media sul fatturato, seguiti da prodotti di consumo e dalla vendita di macchine. Anche in questo caso il comparto appare in crescita leggera rispetto al 2023, sia per i volumi sia per la strutturazione interna.

## Il post-vendita, dalla consulenza al supporto

Un altro aspetto che interessa non poco la clientela alberghiera è quello della consulenza e, in generale, di tutto il post-vendita. Come sta andando? I dati confermano che il mercato servito è prevalentemente regionale, anche se cresce la quota di aziende che operano a livello nazionale e interna-

zionale. In termini di servizi, la consulenza di vendita è quella che assorbe il maggior numero di giornate/anno, seguita da manutenzione, noleggio e formazione.

## Tre aziende su quattro organizzano corsi di formazione

A proposito di quest'ultimo aspetto, importantissimo per la fidelizzazione della clientela (anche quella alberghiera) e la crescita del know-how complessivo del settore, si sottolinea che l'offerta formativa interna alle aziende è stabile: circa il 75% di esse organizza corsi, soprattutto in ambito commerciale e tecnico-operativo. La composizione della *customer base* è fortemente radicata: circa il 70% dei clienti è infatti continuativo. Se passiamo ad analizzare i settori di "sbocco", tra quelli che generano maggior valore troviamo l'HORECA (hotel, ristorazione e catering), che vale circa 520 milioni: un comparto che continua a rivelarsi essenziale per l'intero mercato del cleaning professionale italiano.

HOSPITALITY

OXY CARE  
QUALITY CLEANING

Riduci le referenze sul carrello, aumenta le performance di pulizia e la percezione di pulito

SOCHIL