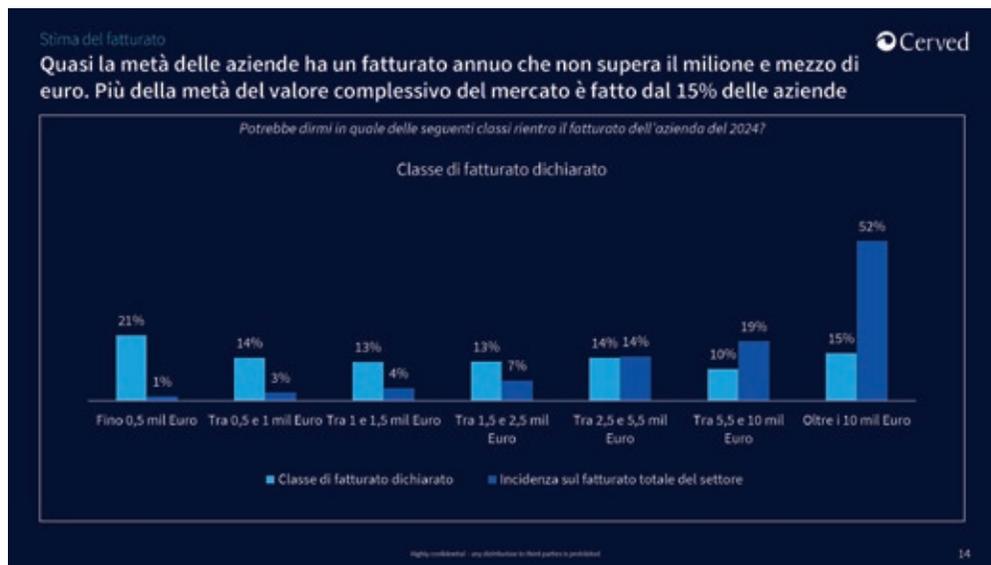


I TREND DELLA DISTRIBUZIONE, MERCATO DA 3 MILIARDI



L'indagine AFIDAMP-Cerved, come sempre, ha analizzato, oltre al mercato dei produttori, 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.



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%).

Il panorama dei "dealer"

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.

Consulenza, manutenzione, noleggio e formazione

Il mercato servito è prevalentemente regionale, anche se cresce la quota di aziende che operano a livello nazionale e internazionale (di pari passo - commentiamo noi - con la "strutturazione" delle medesime, che sempre più spesso si uniscono in gruppi e sviluppano sinergie). In termini di servizi, la consulenza di vendita è quella che assorbe il maggior numero di giornate/anno, seguita da manutenzione, noleggio e formazione.

Formazione e know-how: 3 aziende su 4 organizzano corsi

A proposito di quest'ultimo aspetto, importantissimo per la fidelizzazione della clientela 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-operati-

di Simone Finotti

vo. La composizione della *customer base* è fortemente radicata: circa il 70% dei clienti è infatti continuativo. Venendo ai settori di “sbocco”, quelli che generano più valore per i distributori sono le imprese di pulizia professionale (in crescita con 780 milioni di euro), seguite da industria (in crescita con 630 milioni di euro) e HORECA (stabile con 520 milioni di euro).

I canali di promozione

Anche nel caso dei distributori la sostenibilità continua ad essere un driver importante: è in quest’ottica che si spiega la crescita dell’incidenza della distribuzione di prodotti green, che arriva in media al 14% del fatturato. In termini promozionali, i canali più utilizzati sono il sito internet, i social network e, in misura crescente, il contatto diretto tramite figure commerciali. Sul versante vendite è in crescita l’approccio diretto tramite dipendenti aziendali, soprattutto nelle aziende più strutturate, seguito dal lavoro di agenti e dalle vendite tramite sede fisica. L’e-commerce è utilizzato dal 26% delle aziende, poco più di un quarto, con impatto prevalente sui prodotti chimici e di consumo.

Si teme la riduzione dei margini, ma migliorano i rapporti coi clienti

Venendo al “lato oscuro” della Luna, le principali criticità percepite sono la riduzione dei margini, la frammentazione del mercato e i ritardi nei pagamenti, a cui si aggiunge la concorrenza dei canali non specializzati. Di contro, volendo vedere il bicchiere “mezzo pieno”, i punti di forza vengono identificati nella relazione diretta con i clienti, nella capillarità territoriale e nella elevata specializzazione del settore. Le leve di crescita identificate sono soprattutto la funzione commerciale e l’attività di marketing, con un ruolo importante assegnato anche all’innovazione nei macchinari. Dati che, nel complesso, confermano la resilienza e la vitalità del comparto italiano della pulizia professionale, sia lato produttori, sia distributori: un settore che sta affrontando con saggezza, competenza, lungimiranza e fiducia le non facili sfide del mercato.

Le slide sono estratte dall’Indagine AFIDAMP-Cerved

