

cleaning italiano: *il mercato prende ancora quota*

di Antonio Bagnati

Con un buon 3% di crescita il cleaning italiano si conferma ai vertici mondiali e cresce per il secondo anno di fila. Il settore ha grandi potenzialità soprattutto verso l'estero (paesi emergenti), ma non solo: sono ancora la stragrande maggioranza le aziende che non impiegano prodotti professionali (il 95% secondo l'indagine di Renato Mannheimer): un mercato tutto da costruire.

detto secondo i dati Afidamp. Insieme a Stati Uniti e Germania, l'Italia è dunque tra i primi produttori mondiali, con una vocazione sempre più spiccata per l'export, soprattutto nel comparto delle macchine. Il 64% del fatturato di macchine ed attrezzature è destinato all'estero, mentre il mercato interno guida il rilancio grazie al +6% dei prodotti chimici.

2000-2010: un decennio di crescita costante

Il settore delle macchine, prodotti e attrezzi per la pulizia professionale sta quindi recuperando sulla crisi del 2009, unico anno di segno negativo in un decennio, dal 2000 al 2010, caratterizzato da una crescita costante. L'Italia, come detto, è tra i primi produttori mondiali, insieme a Stati Uniti e Germania, di macchine e attrezzature. Ma a che cosa si deve questo successo? Stando sempre a quanto emerge dai dati, il fattore principale è la forte specializzazione, che consente al prodotto italiano di mantenere posizioni ai vertici. Se consideriamo il periodo 2005-2011, schematicamente, sono state le variazioni in percentuale sui fatturati: 2005-2006 + 6,1%; 2006-2007 + 14%; 2007-2008 + 3%; 2008-2009 -11%; 2009-2010 + 8%; 2010-2011 + 3%.

L'export

Molto importante l'export, se è vero che quasi i due terzi del fatturato di macchine e attrezzature è realizzato fuori dei confini. Oltre ai partner storici (con l'Europa ancora in primo piano, come vedremo) si sta puntando molto su Brasile e Russia, considerati allo stato attuale i Paesi con maggior potenzialità di sviluppo, seguiti dall'India e dalla Cina, nonostante sia essa stessa un importante concorrente (ma questa ambiguità ha sempre caratterizzato i nostri rap-

porti con il partner dell'estremo Oriente). Trova dunque conferma quanto detto dal neopresidente AfidampFab **Matteo Marino** quando, all'indomani della sua nomina, sottolineava che la crisi sta investendo soprattutto l'eurozona, e che all'estero ci sono ancora molti spazi per crescere.

Guardare all'estero, contro la crisi eurozona

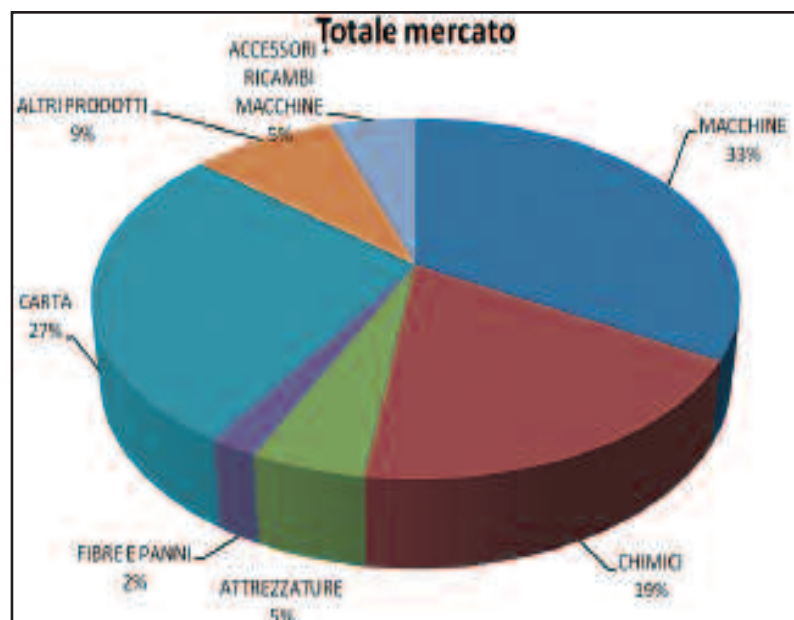
Un concetto che più volte si è sentito ribadire nella due giorni di Forum Pulire, ad esempio da **Alberto Ferri**, presidente della Scuola Nazionale Servizi e "decano" del settore, che ha sottolineato durante un workshop: "Una filiera come quella italiana del cleaning sarebbe in grado di gestire, ad esempio, le facilities della sanità in un paese del medio-mondo. Dalla A alla Z, cioè completamente." Nel caso specifico si parlava di imprese, certo, ma dato che tutti gli anelli della filiera sono interconnessi, si può facilmente ipotizzare che un'impresa italiana che lavora tanto all'estero rappresenti un ottimo "cavallo di troia" anche per i produttori di casa nostra. O almeno, così potrebbe essere. L'Europa resta comunque centrale nell'export tricolore: per ragioni geografiche e storiche, è ovvio che il mercato europeo rimanga il maggior destinatario. Ci riferiamo in particolare a Francia e Germania. Tra i mercati extra europei, i più importanti sono il Far East e il Medio Oriente, seguiti in maniera meno rilevante da Canada e Stati Uniti. Se poi si passa ad analizzare i settori merceologici, le macchine per la pulizia indoor esportano per il 70% del valore, le lavasciuga pavimenti e gli aspirapolvere/aspiraliquidi per il 74%, le monospazzola il 70%, le idropulitrici il 64%, i generatori di vapore l'83%. Segnali positivi sul mercato interno, guidato come detto dai prodotti chimici che registrano un confortante +6%.

Tale è stato il successo del primo Forum Pulire da far quasi passare in secondo piano i risultati (incoraggianti) dell'annuale indagine Afidamp sul mercato italiano del cleaning, che proprio durante il Forum sono stati resi noti. I dati, che si riferiscono al 2011, fotografano un'industria del cleaning che, se non è tornata ancora a livelli pre-crisi (tra il 2008 e il 2009 erano stati persi ben 11 punti percentuali in un sol colpo), senza dubbio si conferma tra le più in salute del mondo. E quando in giro si sentono azzardare superficiali paragoni tra Italia, Grecia e altri Pigs (o Piigs, che dir si voglia), sarebbe forse il caso di valutare, comparto per comparto, l'enorme potenzialità economica dello Stivale. Ma questa è un'altra storia, e perdonateci lo sfogo.

Un mercato ancora ai vertici

Torniamo ai dati, più eloquenti di qualsiasi predicozzo. Il più eclatante è il +3% sul 2010 in forza del quale l'industria del cleaning italiano inverte decisamente la rotta e si conferma ai vertici mondiali. Il fatturato sviluppato nei 12 mesi del 2011 è salito infatti a 1,5 miliardi di Euro (+3% sul 2010) e raggiunge addirittura i 2,3 miliardi con l'in-

Variazione % 2011/2010	Variazione % 2010/2009	Variazione % 2009/2008	Variazione % 2008/2007	Variazione % 2007/2006	Variazione % 2006/2005
+3%	+8%	-11%	+3%	+14%	+6,1%



Un settore con grandi potenzialità

Grandi sono le potenzialità di crescita del settore. Il 22 marzo i partecipanti alla sessione plenaria del mattino (talk show Il Presente) hanno ascoltato con estremo interesse i risultati dello studio condotto da **Renato Mannheimer** per conto di Afidamp Servizi. La parte dell'indagine relativa alle aziende (una parte era espressamente dedicata alla popolazione e al divario tra pulito atteso e pulito effettivamente riscontrato nei vari ambienti) ha infatti come il 95% delle aziende che gestisce il servizio di pulizia internamente utilizza prodotti domestici e non professionali. "Questo significa che per noi produttori si apre un mercato veramente grande, ma è necessario continuare l'operazione di sensibilizzazione verso il settore iniziata in occasione di Forum Pulire, che diventerà un osservatorio permanente sul mercato", ha commentato **Marino**. Le macchine, in termini di fatturato, rappresentano il 33% del totale produzione, i prodotti chimici il 19%, le attrezzature il 5%, la carta, settore tissue destinato all'uso

professionale, il 27%, le fibre e panni il 2%, gli accessori e ricambi macchine il 5%, la categoria altri prodotti il 9%. Lombardia, Veneto ed Emilia Romagna guidano la produzione. Per Marino "il mercato resiste tra ritardi nei pagamenti e margini azzerati. Le stime sui primi mesi del 2012 possono confermare un trend di stabilità, dopo la forte crisi del 2009 e il recupero iniziato nel 2010."

Il mercato interno

Il mercato interno è guidato dai prodotti chimici, con il 32% del totale fatturato, seguono le macchine con il 24%, la carta con il 23%, le fibre e i panni con il 4%, le attrezzature con il 3%. I prodotti chimici nel 2011 segnano il rilancio, con + 6%. La produzione è parte integrante del più vasto settore dei servizi integrati. Pertanto Afidamp, in collaborazione con le associazioni di filiera FISE ANIP Confindustria, FNIP Confcommercio, CNA, Legacoop Servizi, Confcooperative ha istituito Forum Pulire, un osservatorio permanente sul mercato, culminato, come è noto, nel Primo Congresso Nazionale svoltosi a Milano in marzo.