

Il mercato della distribuzione nel settore del professional cleaning

PER AFIDAMP

Agenda

- 1 Introduzione metodologica
- 2 Campione e profilo delle aziende
- 3 Stima del fatturato
- 4 Andamento e previsioni
- 5 Canali di promozione e vendita
- 6 Punti di forza e strategie
- 7 Opportunità
- 8 Key points

Introduzione metodologica

OBIETTIVI

L'indagine, realizzata da Cerved per conto di Afidamp, dà continuità all'attività di ascolto delle aziende del settore approfondendo le attuali dinamiche settoriali.

I principali obiettivi sono:

- Rilevare l'andamento del mercato in termini dimensionali
- Identificare l'offerta e le caratteristiche delle aziende che operano nel settore
- Identificare i punti di forza del settore
- Individuare trend e comportamenti
- Raccogliere spunti sulle previsioni future delle aziende del settore



IL DISEGNO DELL'INDAGINE - SUMMARY

IL CAMPIONE

L'universo di riferimento conta circa 1700 aziende.

Le interviste sono state somministrate a un campione di 250 aziende.

Si tratta di aziende estratte a partire dall'universo delle aziende di distribuzione di prodotti per pulizia professionale.

LA RILEVAZIONE

Le interviste sono state condotte con due distinte modalità:

C.A.W.I. con interviste via web (agli associati) e C.A.T.I. con interviste telefoniche.

La rilevazione è stata condotta nel periodo aprile-giugno 2025. Il questionario è stato somministrato al titolare o al responsabile vendite, al responsabile commerciale, al responsabile amministrativo, al responsabile marketing.

Agenda

- 1 Introduzione metodologica
- 2 Campione e profilo delle aziende
- 3 Stima del fatturato
- 4 Andamento e previsioni
- 5 Canali di promozione e vendita
- 6 Punti di forza e strategie
- 7 Opportunità
- 8 Key points

Distribuzione geografica del campione



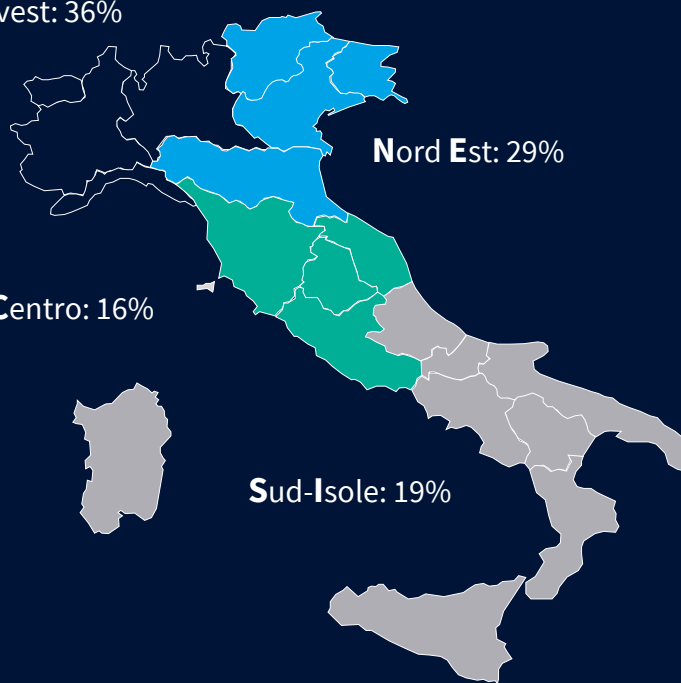
Area geografica

Nord Ovest: 36%

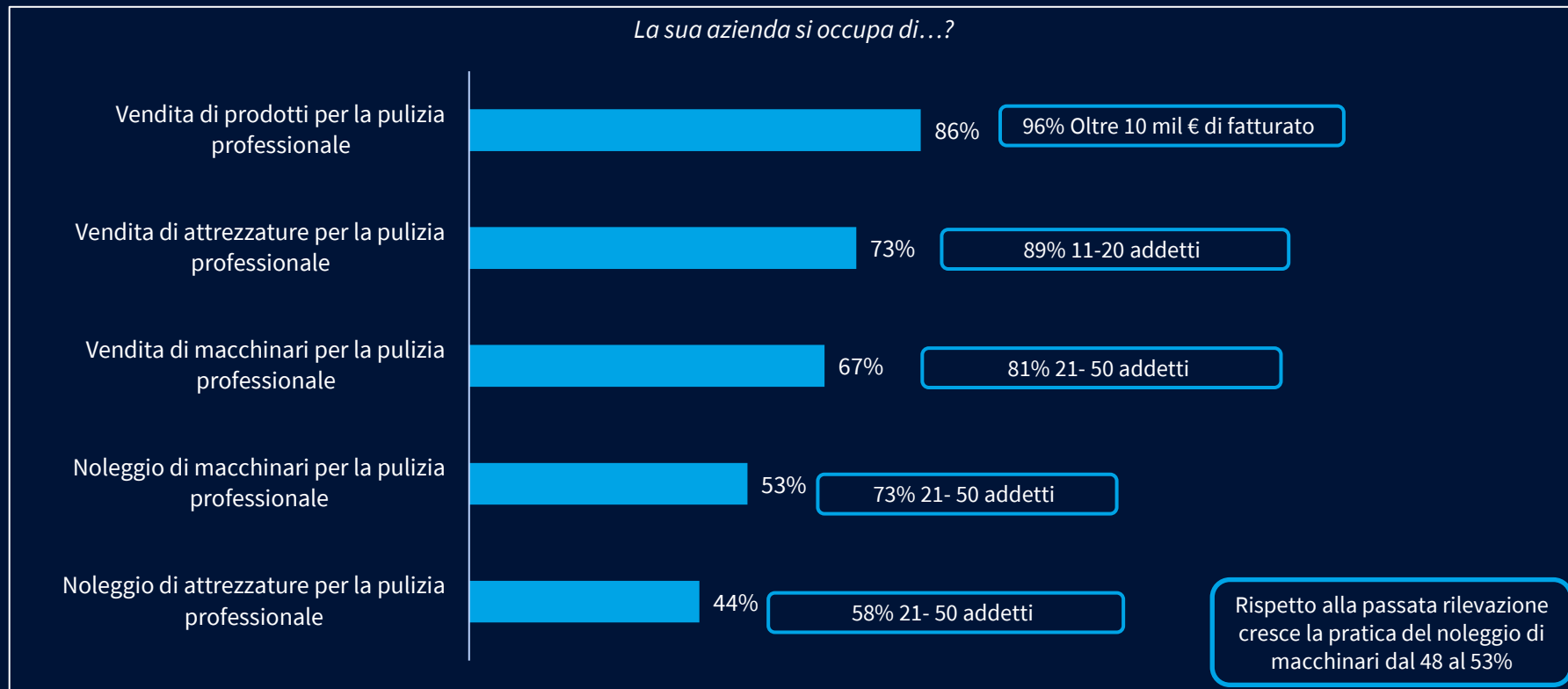
Nord Est: 29%

Centro: 16%

Sud-Isole: 19%

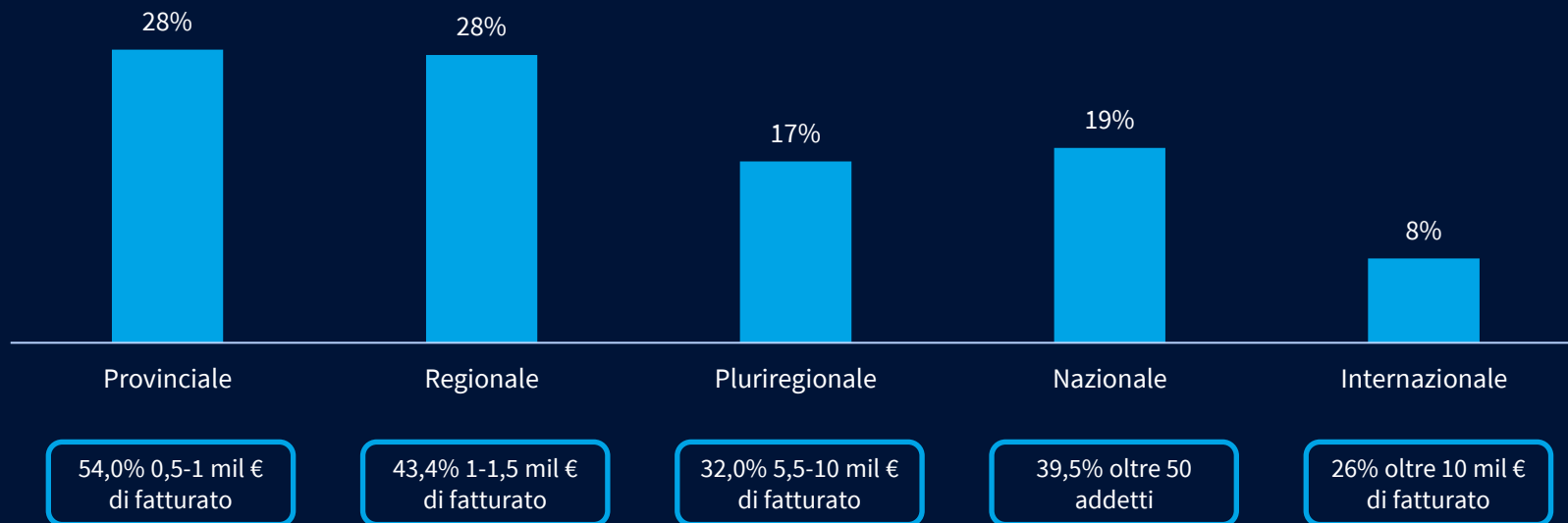


Quasi il 90% delle aziende si occupa della vendita di prodotti per la pulizia professionale; 3/4 delle attrezzature e quasi il 70% anche della vendita di macchinari



La maggior parte delle aziende opera in un ambito territoriale provinciale o regionale

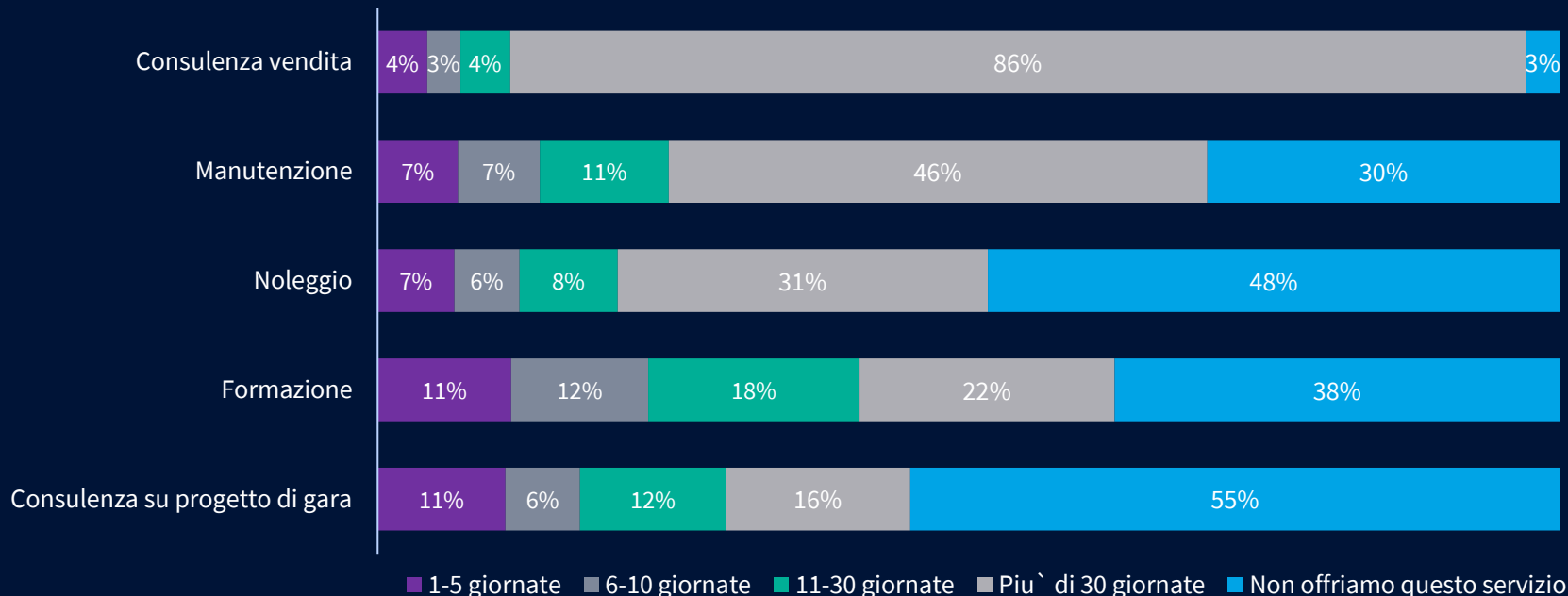
Consideri la sua attività di vendita. Direbbe che il suo territorio di riferimento è prevalentemente...?



Cresce il livello di internazionalizzazione del settore (2% nel 2023 vs 8% nel 2024)

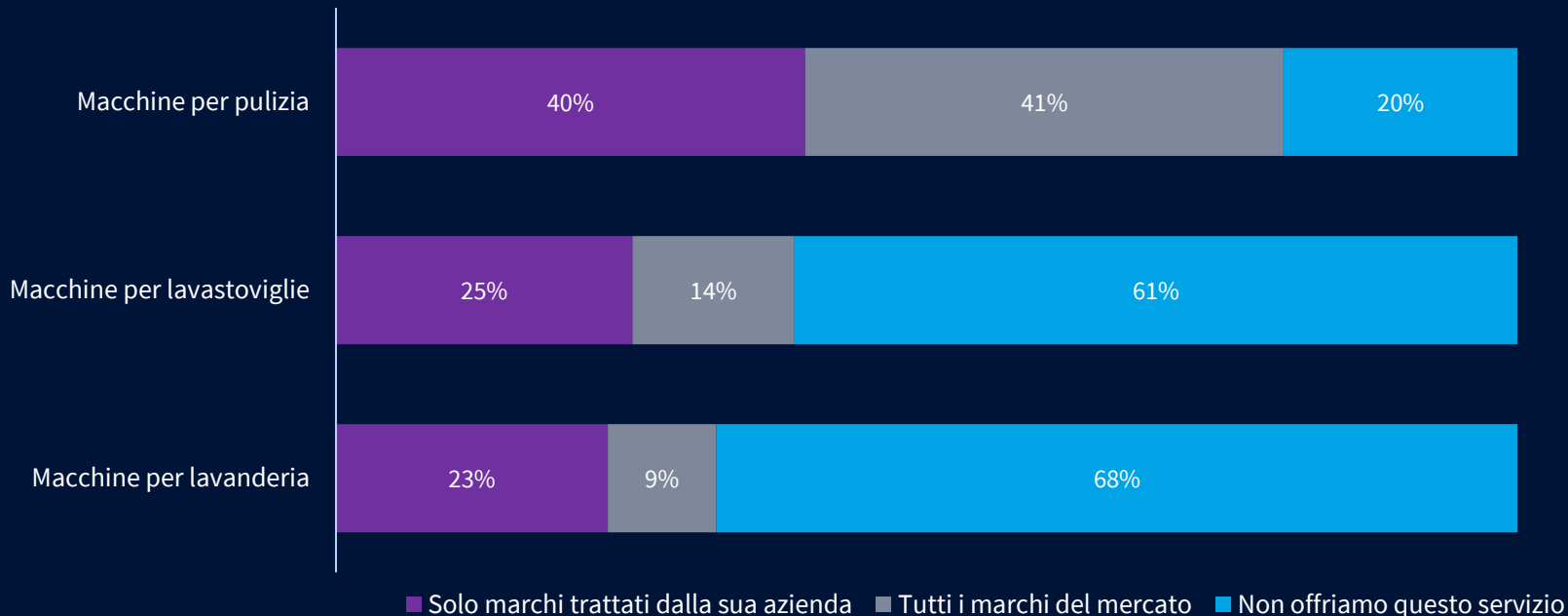
La consulenza di vendita si conferma come il servizio offerto con maggior frequenza ai propri clienti seguito dal servizio di manutenzione

All'interno della vostra proposta commerciale, potrebbe dirmi quante giornate all'anno dedica alle seguenti attività offerte ai suoi clienti?



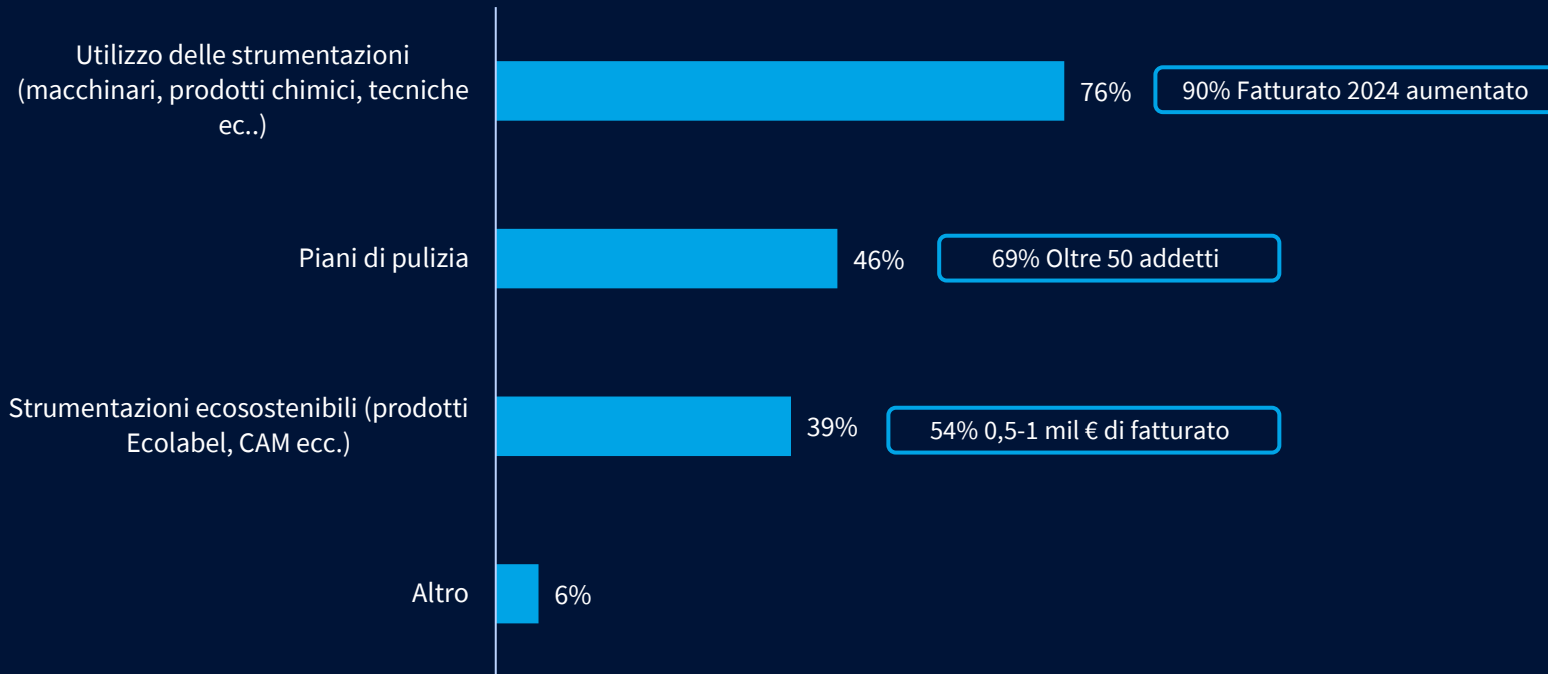
I servizi di manutenzione sono soprattutto legati alle macchine per pulizia. Per questo servizio le aziende sono equamente distribuite tra chi lo offre per tutti i marchi del mercato e tra chi solo per i marchi trattati

Il servizio di manutenzione che offre ai suoi clienti è rivolto a...?(solo chi offre un servizio di manutenzione)



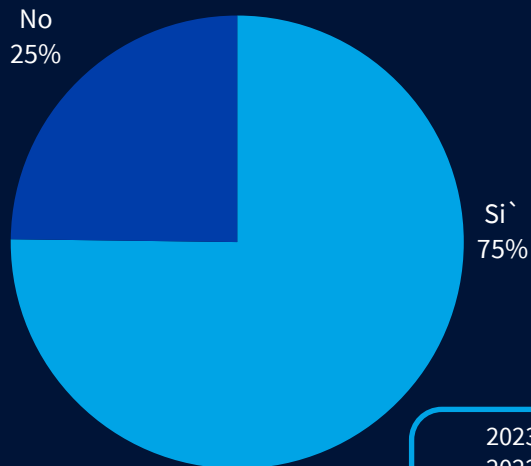
Nella maggior parte dei casi chi offre dei servizi di formazione lo fa sull'utilizzo delle strumentazioni distribuite

Il servizio di formazione che offre ai suoi clienti è finalizzato a...? (solo chi offre un servizio di formazione)



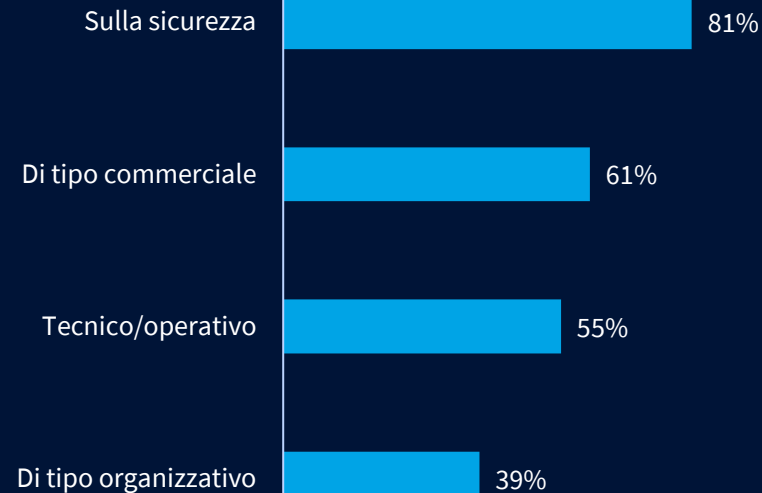
Più di 7 aziende su 10 hanno organizzato corsi di formazione nel 2024 soprattutto sulla sicurezza, di tipo commerciale e/o di natura tecnico/operativa

La sua azienda ha organizzato corsi di formazione rivolti al personale interno nel 2024?



2023: 74%
2022: 70%
2021: 60%
2020: 61%
2018: 64%

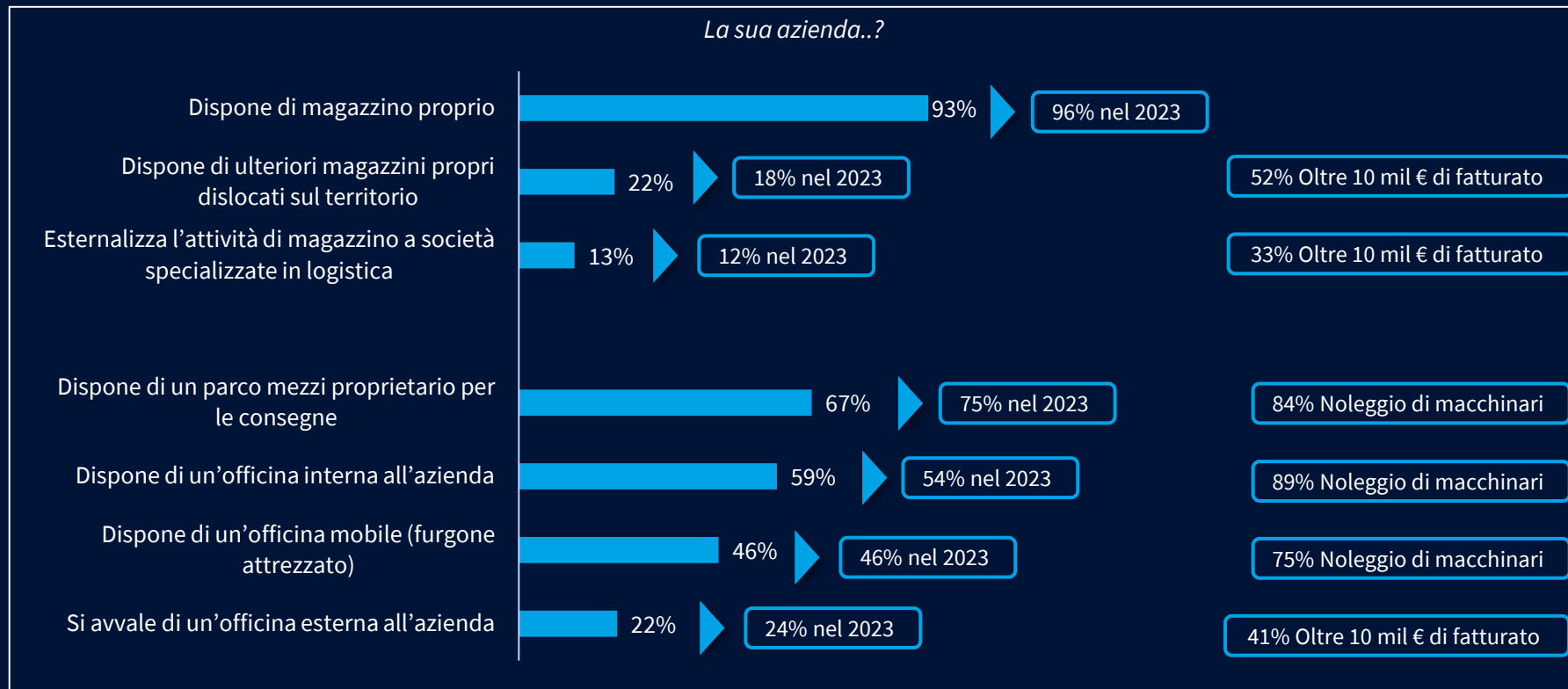
Di che tipo?



Rispetto alla passata rilevazione cresce l'attenzione verso corsi di formazione di natura commerciale dal 46 al 61%

Pressoché la totalità delle aziende dispone di un magazzino proprio.

Circa 2/3 delle aziende dispongono anche di un parco mezzi di proprietà per il servizio consegne



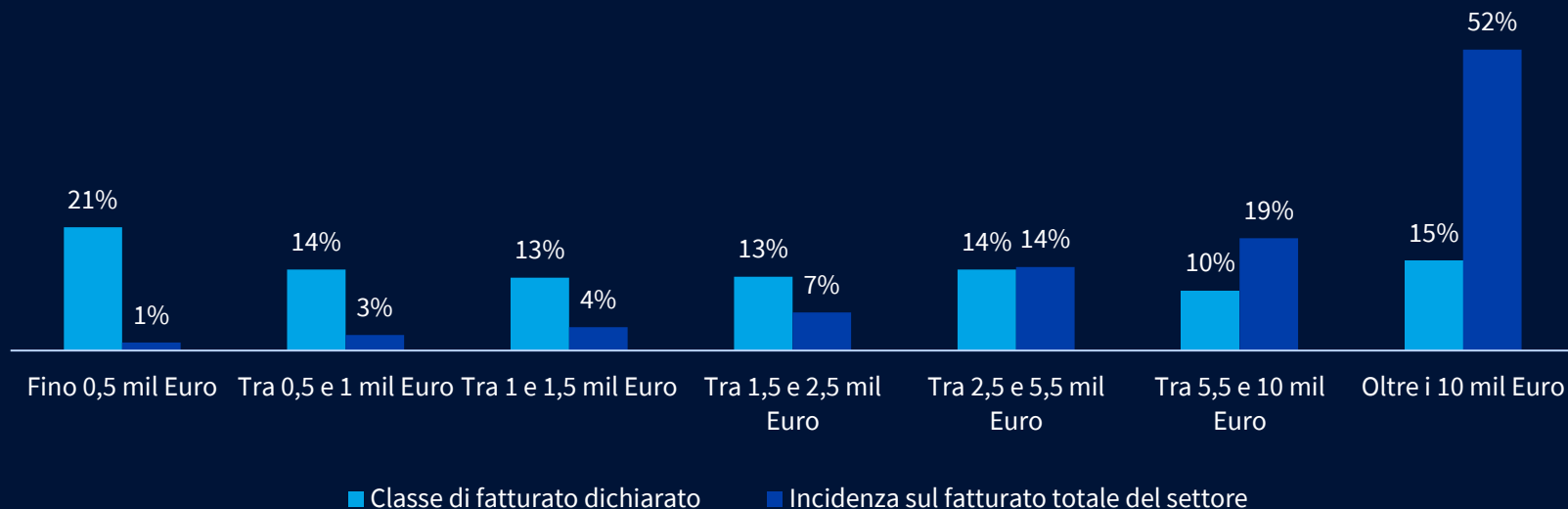
Agenda

- 1 Introduzione metodologica
- 2 Campione e profilo delle aziende
- 3 Stima del fatturato
- 4 Andamento e previsioni
- 5 Canali di promozione e vendita
- 6 Punti di forza e strategie
- 7 Opportunità
- 8 Key points

Quasi la metà delle aziende ha un fatturato annuo che non supera il milione e mezzo di euro. Più della metà del valore complessivo del mercato è fatto dal 15% delle aziende

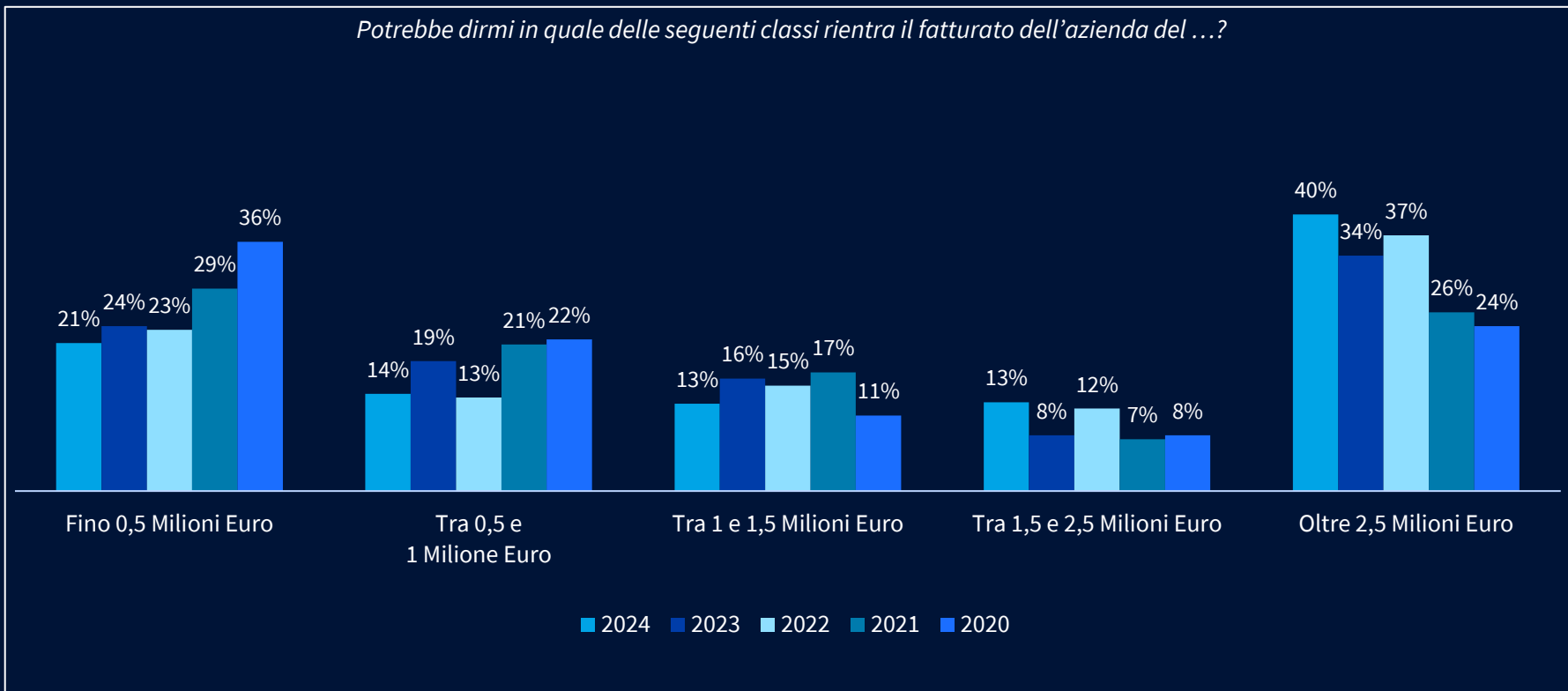
Potrebbe dirmi in quale delle seguenti classi rientra il fatturato dell'azienda del 2024?

Classe di fatturato dichiarato



Aumentano le aziende con fatturato superiore ad 1,5 milioni mentre decrescono quelle con un fatturato compreso tra 0,5 e 1,5 milioni

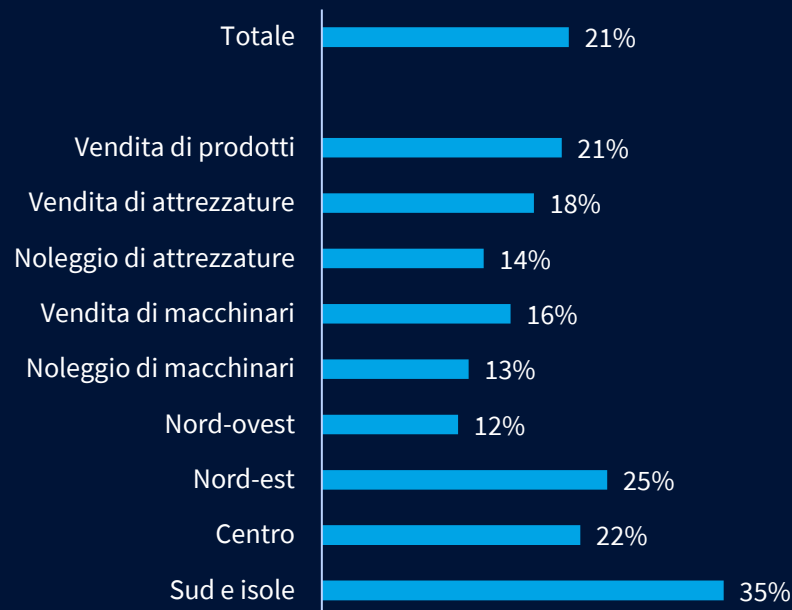
Potrebbe dirmi in quale delle seguenti classi rientra il fatturato dell'azienda del ...?



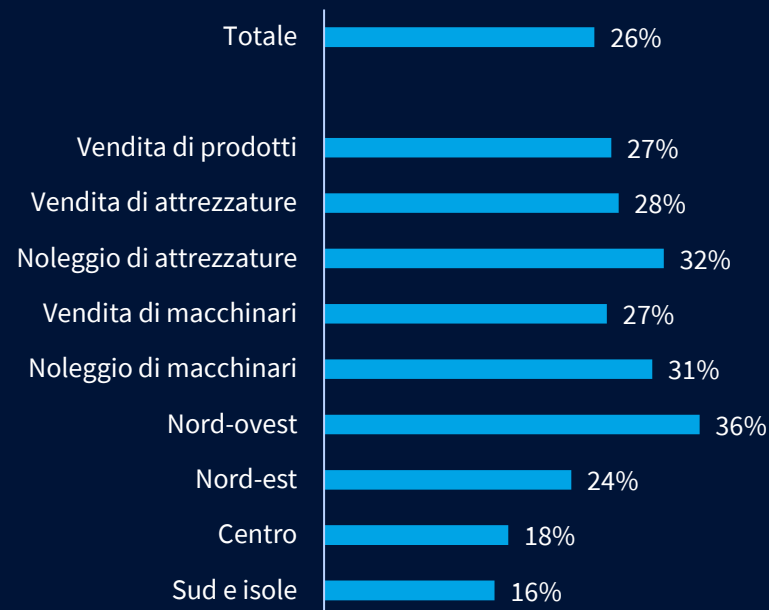
Al Nord Ovest si riscontra una maggiore concentrazione di aziende con un fatturato più elevato

Potrebbe dirmi in quale delle seguenti classi rientra il fatturato dell'azienda del 2024?

Fatturato fino a 0,5 milioni

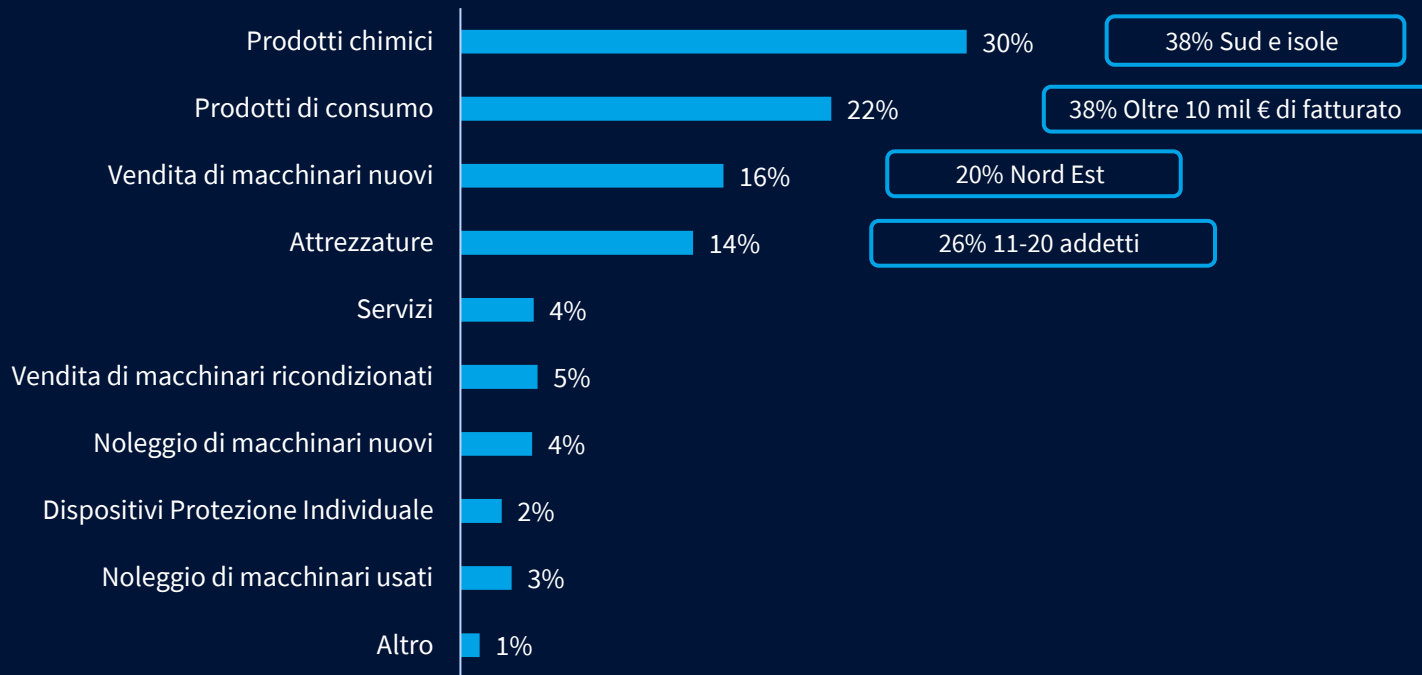


Fatturato oltre 5,5 milioni



I prodotti chimici e quelli di consumo sono le linee di prodotto che determinano la maggior quota media di fatturato

Fatto 100 il fatturato della sua azienda nel 2024 potrebbe suddividerlo percentualmente tra...



Nel 2024 si assiste ad un consolidamento della crescita dell'incidenza sul fatturato dei prodotti di consumo. Trend già in atto da qualche anno

Fatto 100 il fatturato della sua azienda nel ... potrebbe suddividerlo percentualmente tra...?

Prodotti chimici (per pavimenti, ambienti e igiene personale)



Prodotti di consumo (carte, monouso, panni, ecc.)



Vendita di macchinari



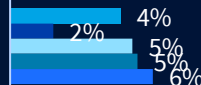
Attrezzature (carrelli, mop, dispenser, tergovetro ecc.)



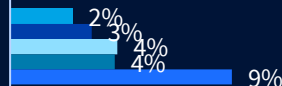
Noleggio di macchinari



Servizi (assistenza, consulenza, formazione ecc.)



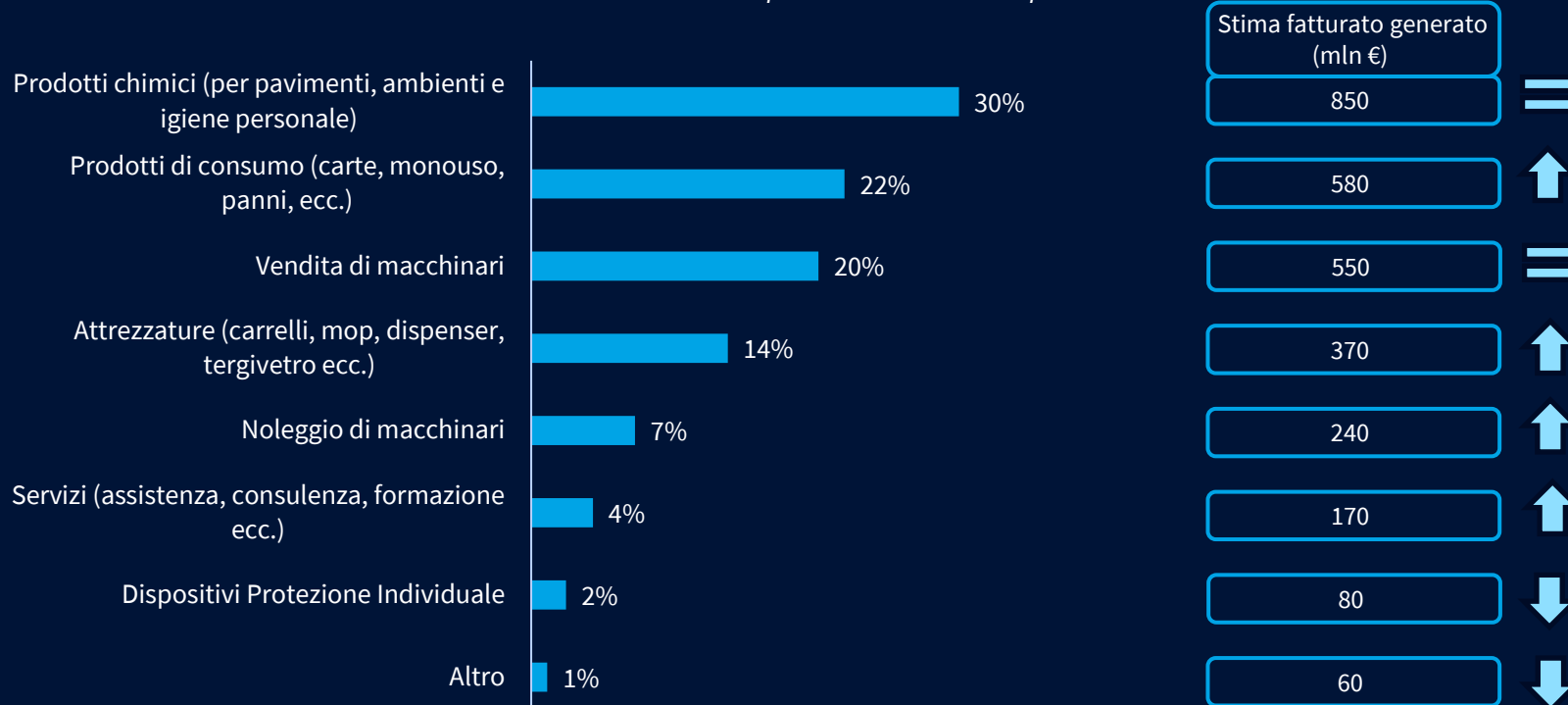
Dispositivi Protezione Individuale



■ 2024 ■ 2023 ■ 2022
■ 2021 ■ 2020

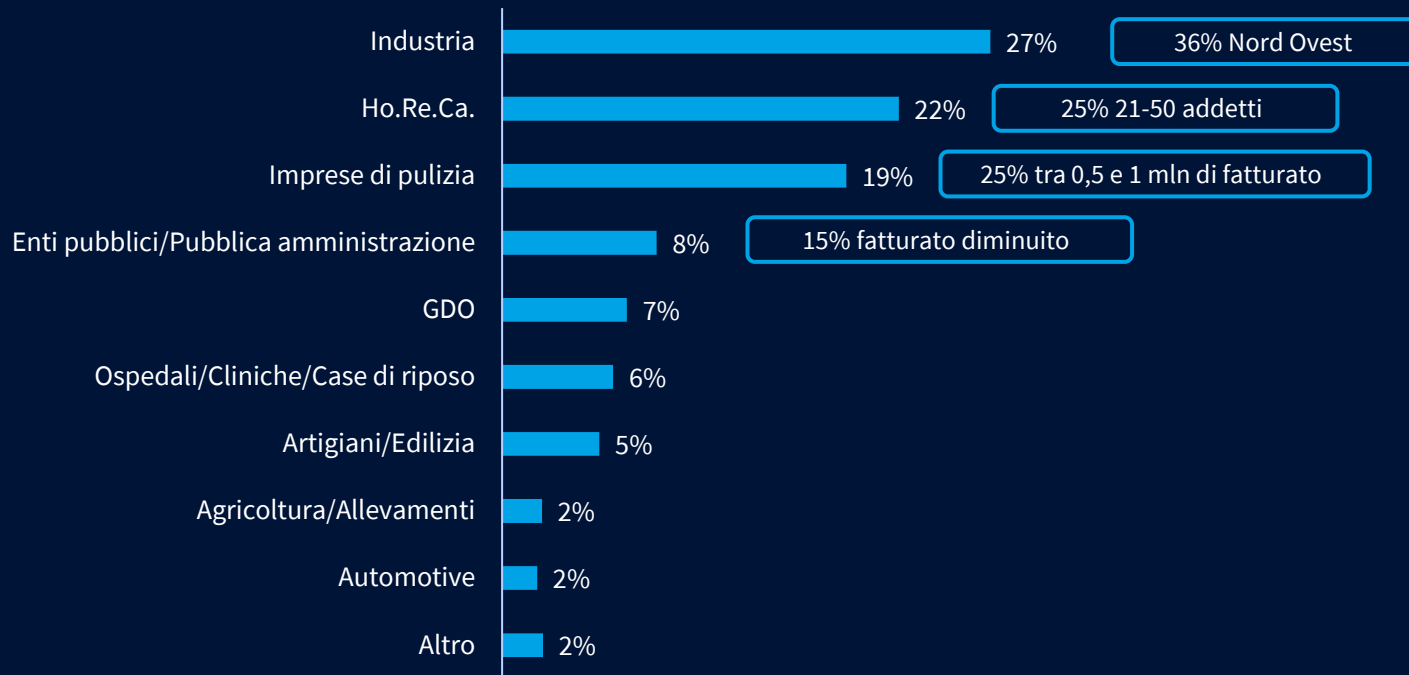
Cresce il fatturato generato dal settore raggiungendo circa 2,9 mld. La vendita di prodotti chimici si mantiene la voce più rilevante sul fatturato del settore

Fatto 100 il fatturato della sua azienda nel 2024 potrebbe suddividerlo percentualmente tra...

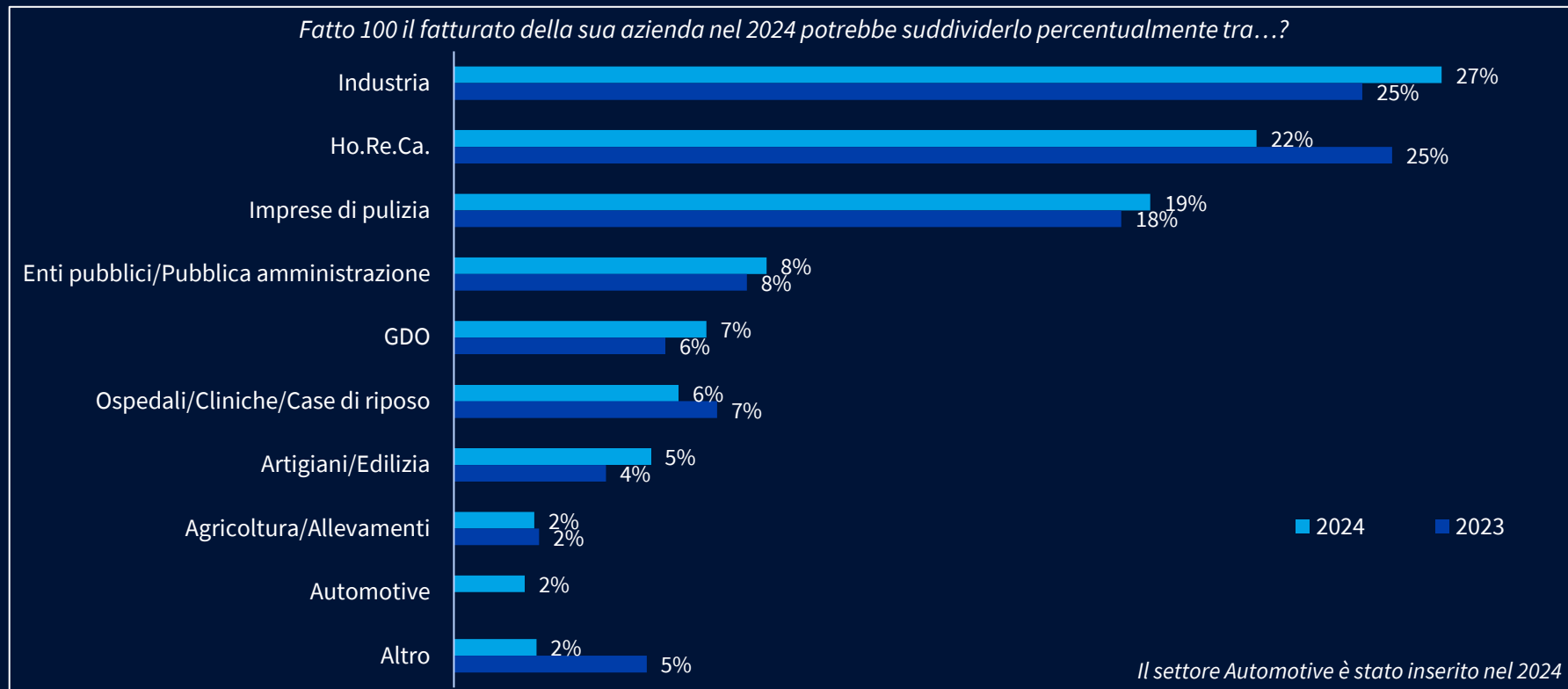


Industria, Ho.Re.Ca. e imprese di pulizia sono le tipologie di clienti che maggiormente hanno impattato sul fatturato nel 2024

Fatto 100 il fatturato della sua azienda nel 2024 potrebbe suddividerlo percentualmente tra...?

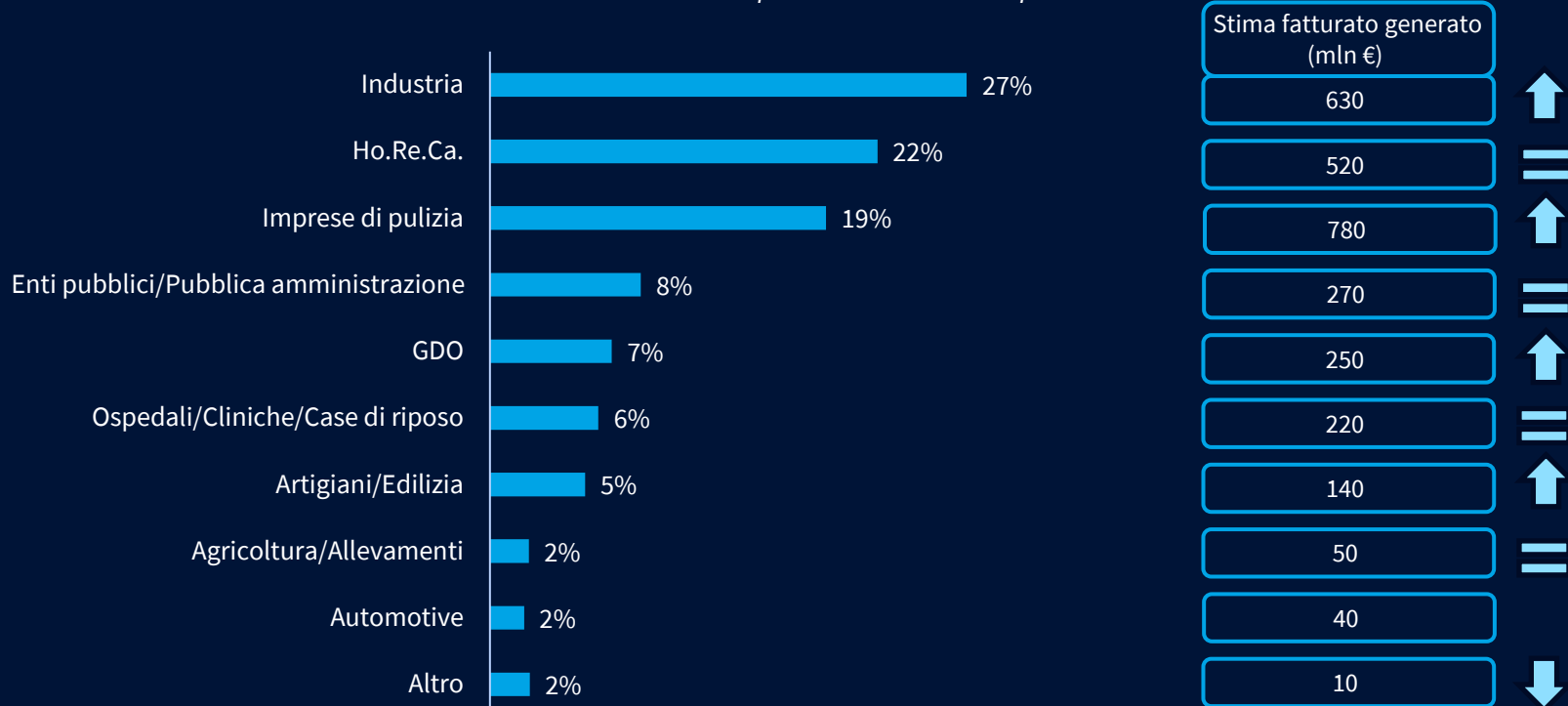


Nel 2024 si assiste ad una crescita dell'incidenza del settore industriale e ad una contrazione di quella attribuibile al settore Ho.re.ca.



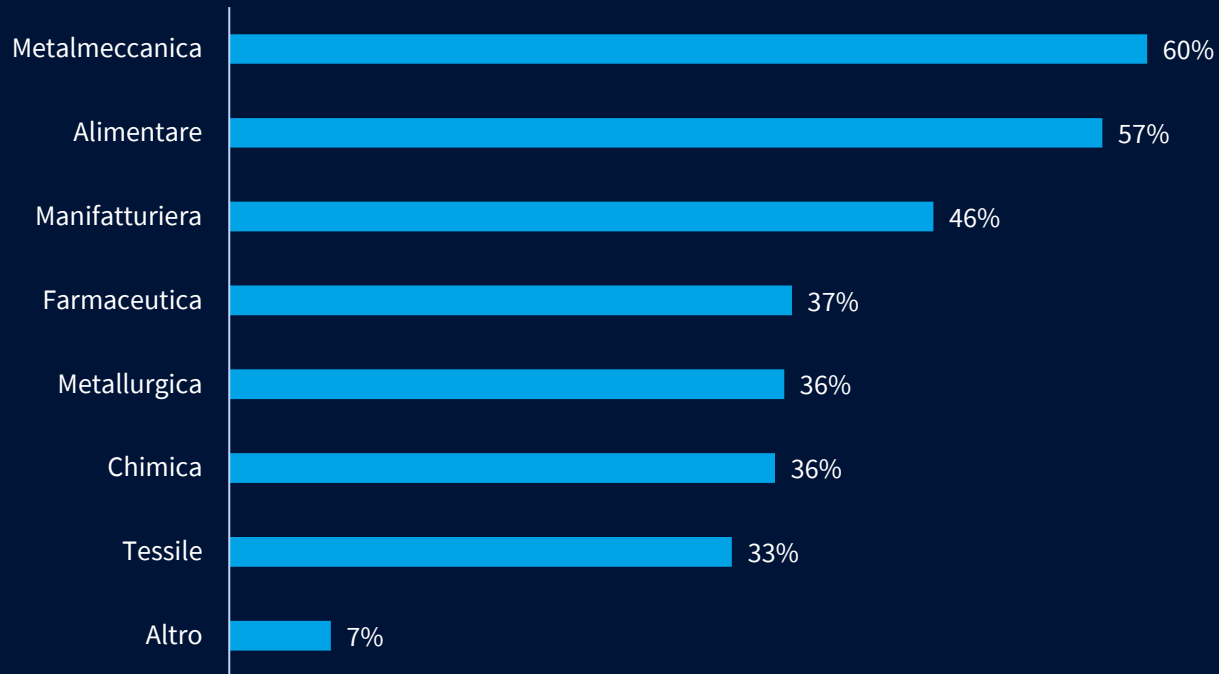
Le imprese di pulizia sono la tipologie di clienti che più di altre nel 2024 hanno generato valore per il settore. Cresce l'incidenza dell'industria

Fatto 100 il fatturato della sua azienda nel 2024 potrebbe suddividerlo percentualmente tra...?



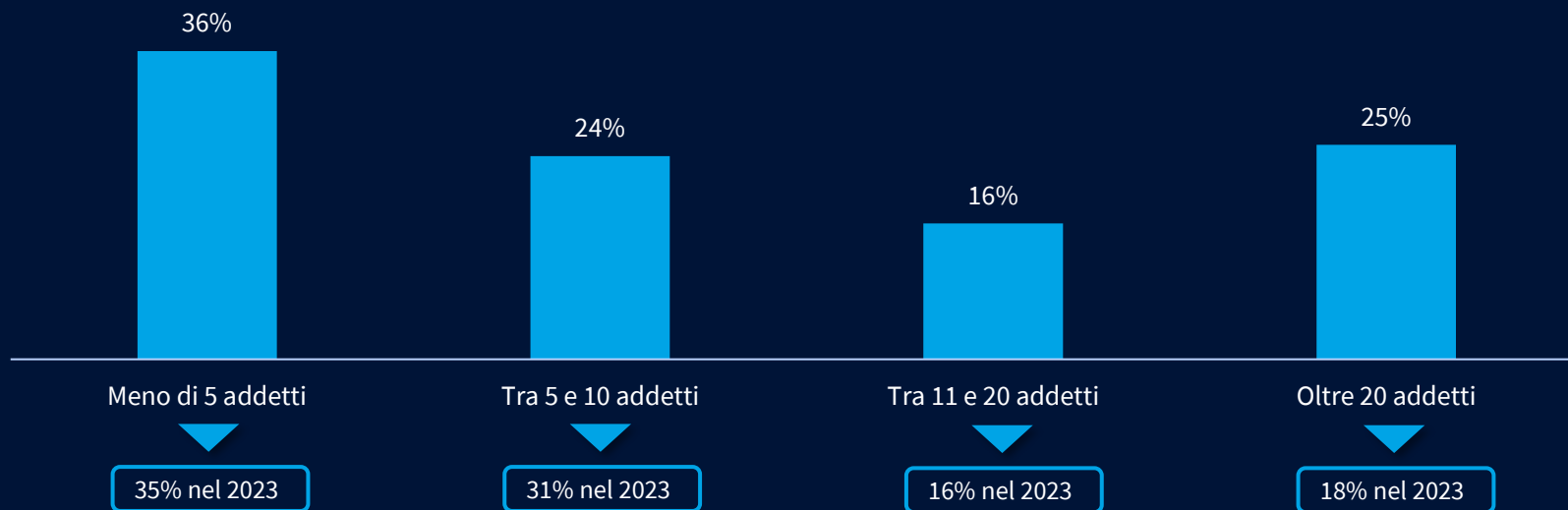
Il settore metalmeccanico e quello alimentare sono i settori industriali più serviti

Potrebbe specificare quale tipo di industria serve? (solo chi serve anche l'industria)



Circa un'azienda su quattro ha più di 20 addetti. Più di un'azienda su tre ne ha meno di 5

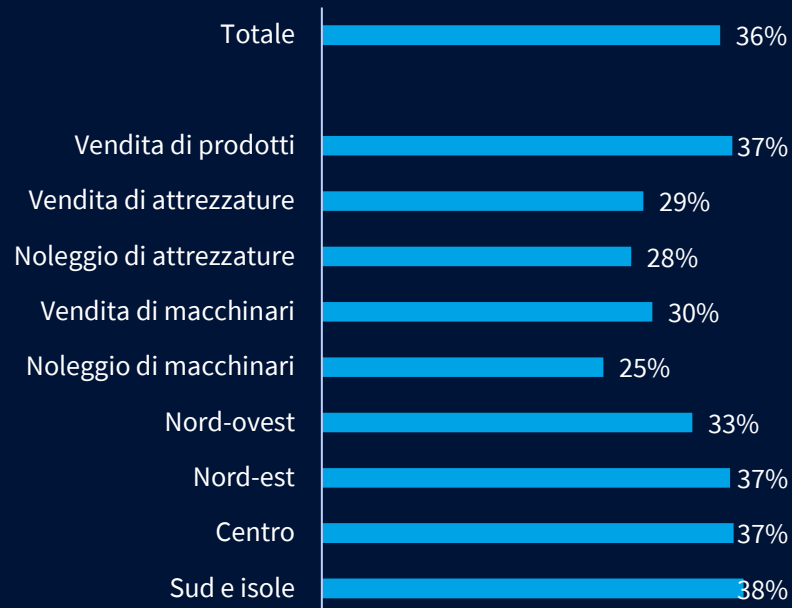
Potrebbe dirmi in quale delle seguenti classi rientra il numero di addetti della sua azienda compreso il titolare e la forza vendita?



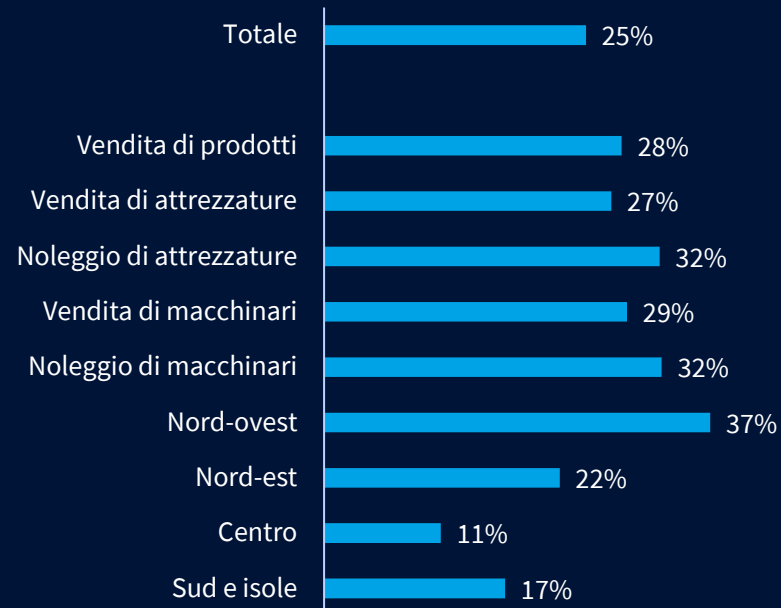
Al Nord Ovest e tra le aziende che si occupano anche di noleggio si riscontrano le aziende più grandi

Potrebbe dirmi in quale delle seguenti classi rientra il numero di addetti della sua azienda compreso il titolare e la forza vendita?

Meno di 5 addetti

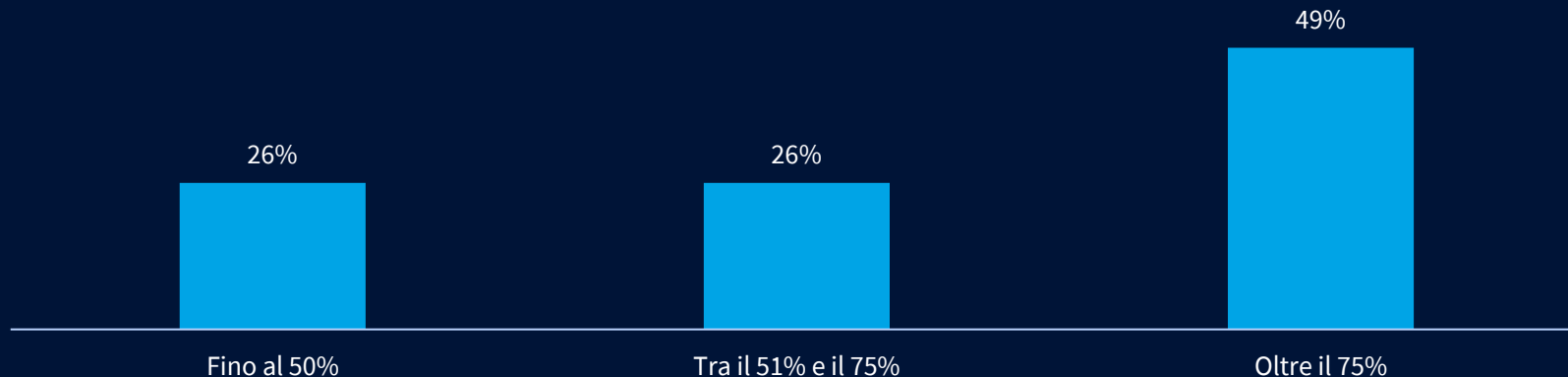


Oltre 20 addetti



Stabile la quota di clienti che fanno acquisti continuativi

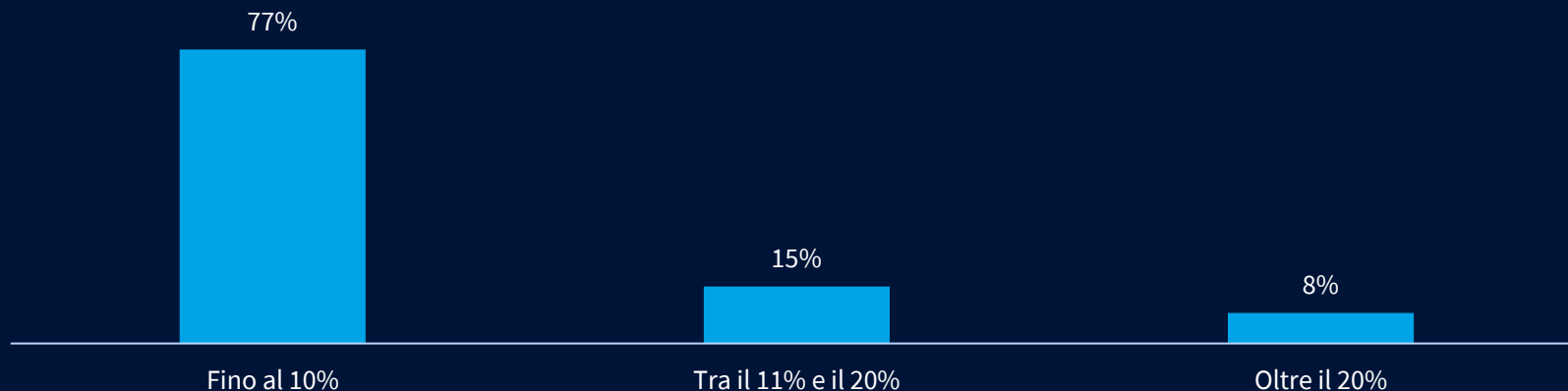
Fatto 100 il totale dei suoi clienti potrebbe dirmi percentualmente quanti sono quelli che fanno acquisti continuativi presso la sua azienda?



**Percentuale media dei clienti che effettuano acquisti continuativi:
67,2% (68% nel 2023; 63% nel 2022; 69% nel 2021; 60% nel 2020; 70% nel 2018)**

In media l'incremento della customer base con nuovi clienti in un anno è appena superiore al 10%, con un dato in lieve crescita rispetto al 2023

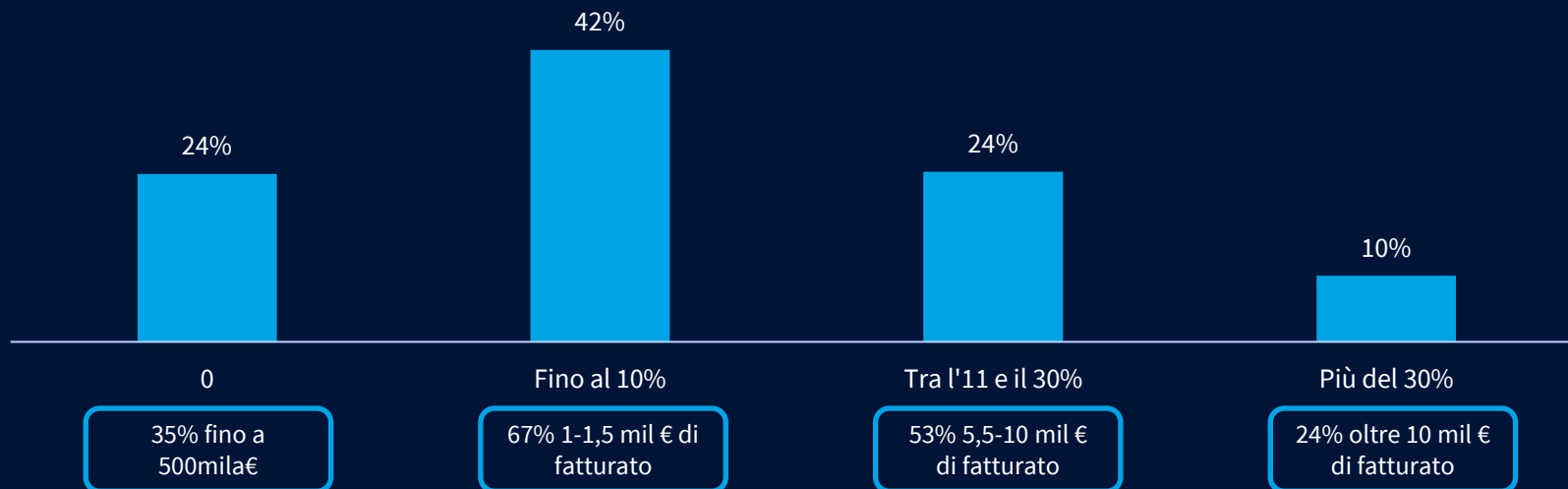
Pensi ai nuovi clienti che la sua azienda acquisisce annualmente. Potrebbe dirmi quanti sono percentualmente I nuovi clienti rispetto al totale?



Percentuale media dei nuovi clienti acquisiti annualmente: 11,7% (9% nel 2023)

Complessivamente circa il 15% del fatturato del campione è impattato dalla vendita di prodotti green. Dato in crescita rispetto al 2023

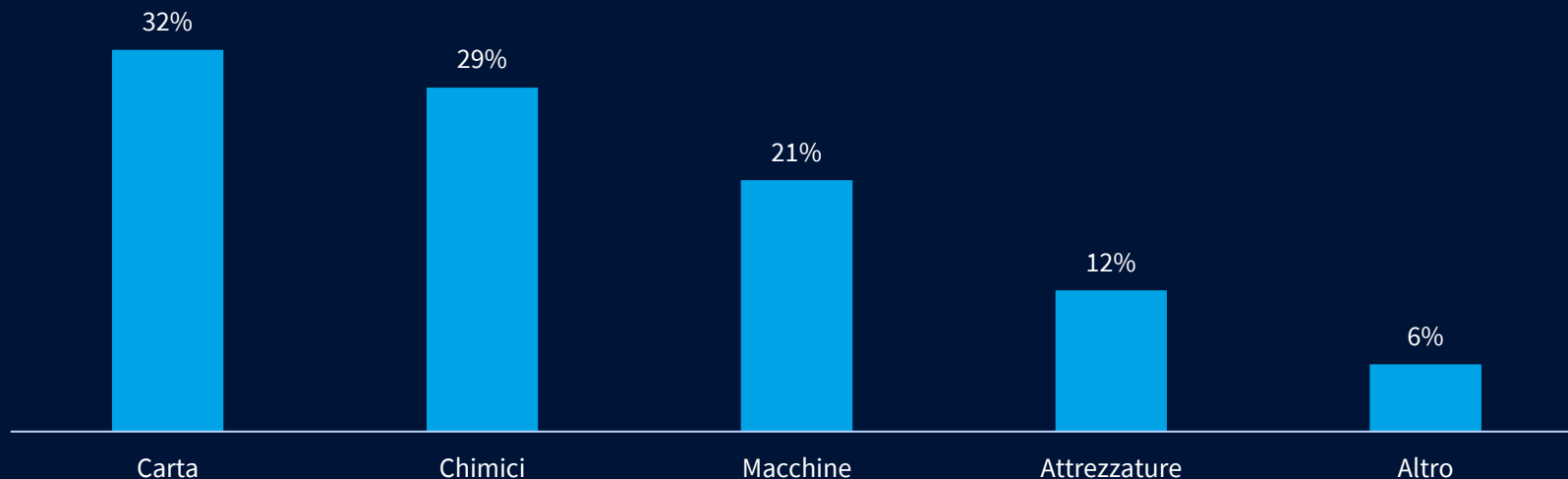
Fatto 100 il fatturato 2024, indicare quanto ha inciso in % la vendita di prodotti green?



Percentuale media di impatto sul fatturato dei prodotti del green è del 13,7% (10% nel 2023)

La vendita di prodotti green incide maggiormente sulla carta e sui chimici

Fatto 100 il fatturato 2024 di vendita di prodotti green, indicare l'incidenza percentuale delle seguenti categorie di prodotti green sul totale fatturato (solo chi vende prodotti green)

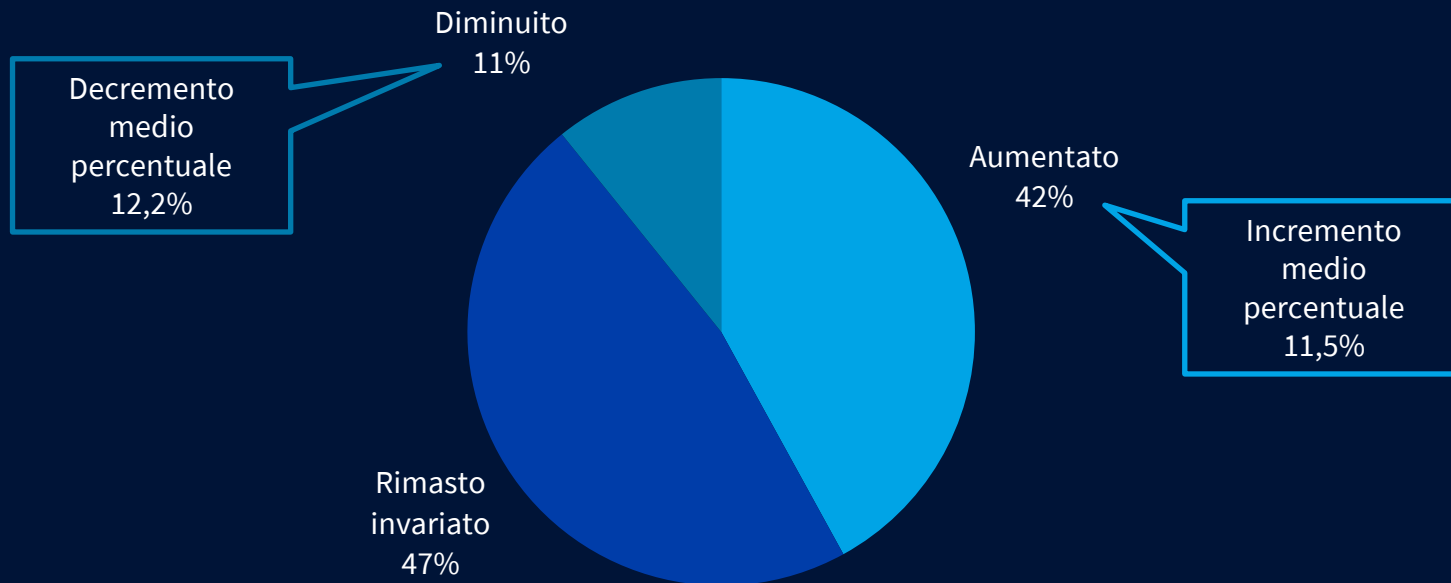


Agenda

- 1 Introduzione metodologica
- 2 Campione e profilo delle aziende
- 3 Stima del fatturato
- 4 Andamento e previsioni
- 5 Canali di promozione e vendita
- 6 Punti di forza e strategie
- 7 Opportunità
- 8 Key points

Per quasi la metà delle imprese il fatturato nel 2024 è cresciuto

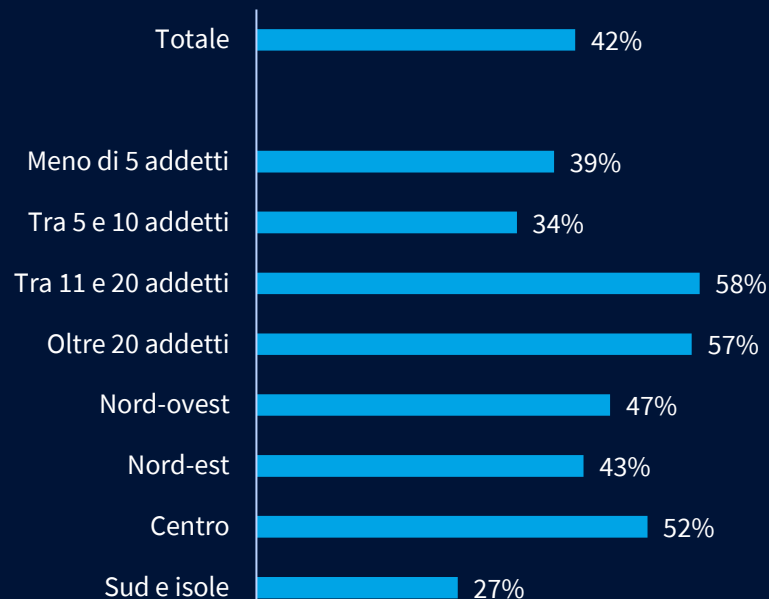
Rispetto al 2023 il fatturato del 2024 della sua azienda è...?



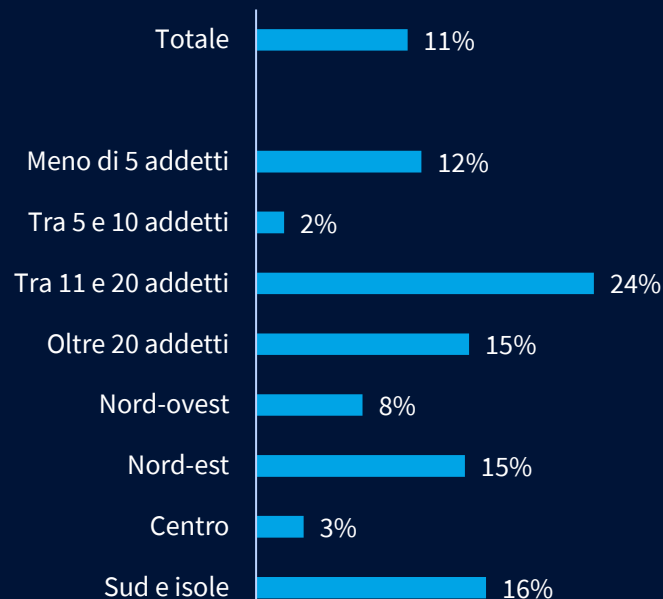
Le aziende medio-grandi e grandi sono quelle che nel 2024 hanno registrato, più di altre, una crescita del proprio fatturato

Rispetto al 2023 il fatturato del 2024 della sua azienda è...?

Chi ha registrato un aumento del fatturato

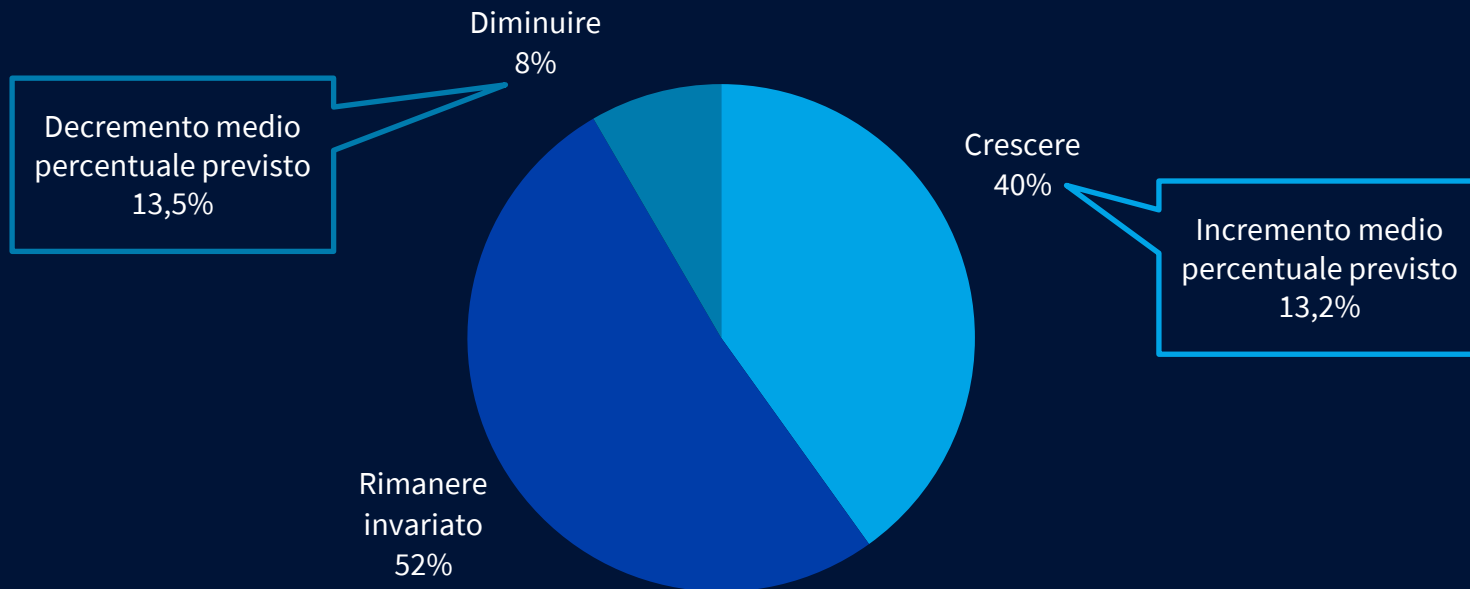


Chi ha registrato una contrazione del fatturato

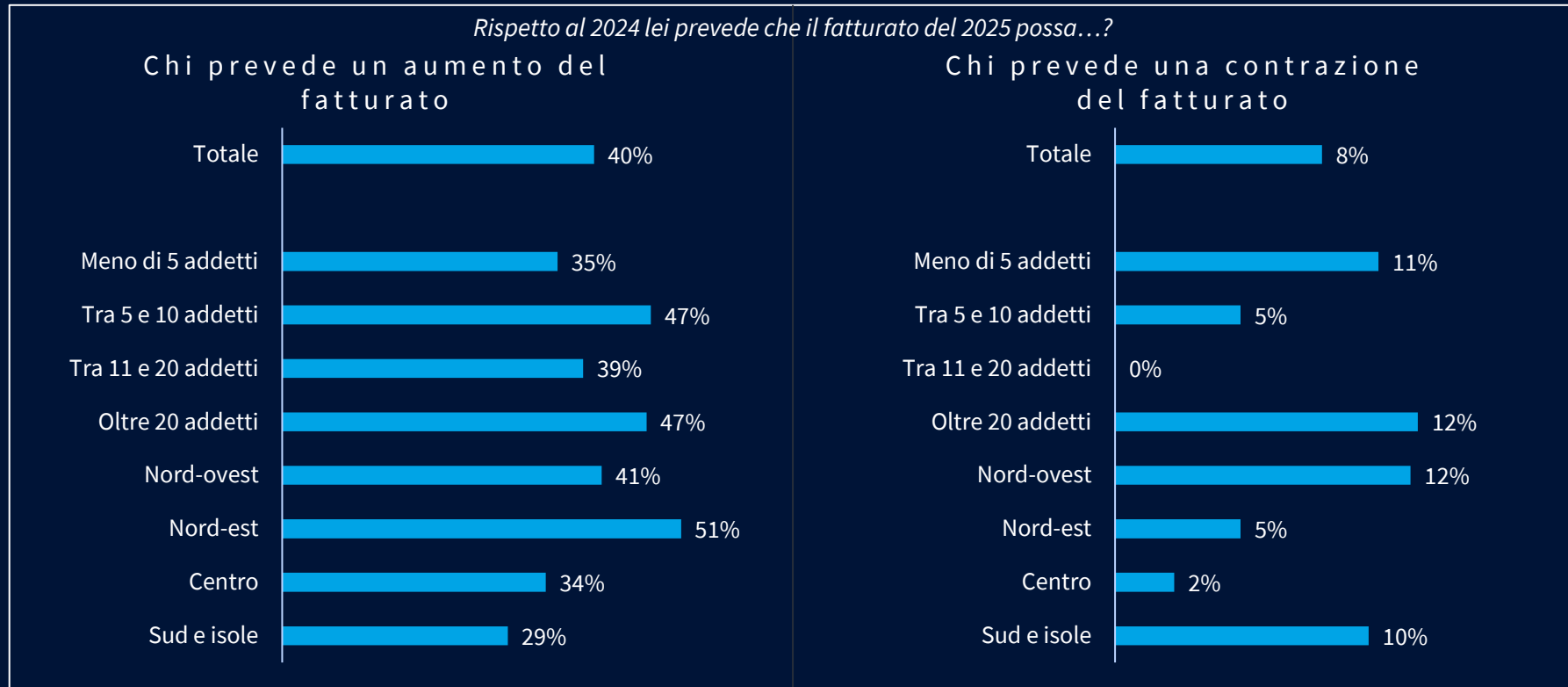


Quattro aziende su 10 prevedono una crescita del proprio fatturato, di contro l'8% si attende una riduzione

Rispetto al 2024 lei prevede che il fatturato del 2025 possa...?

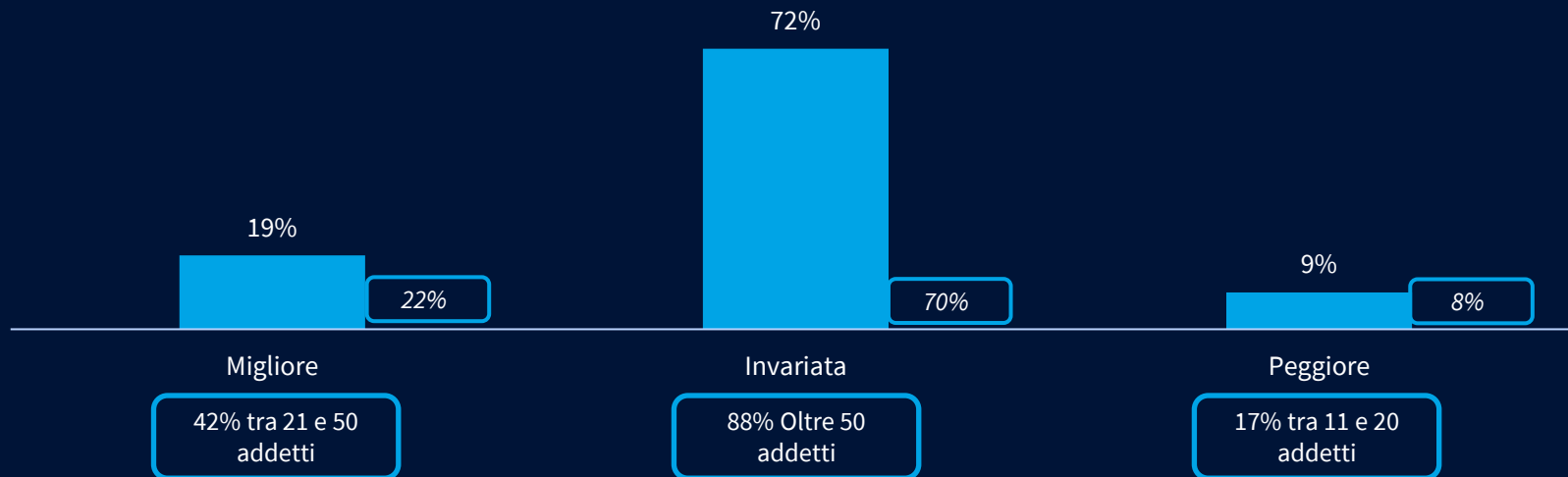


Gli operatori di dimensioni grandi e quelle del Nord Est fanno previsioni più ottimistiche rispetto al dato medio per quanto riguarda il fatturato 2025



Quasi un'azienda su 5 ha visto migliorare la performance finanziaria della propria azienda intesa come puntualità nell'incasso, % di insoluti, scoperto

La performance finanziaria (puntualità nell'incasso, % di insoluti, scoperto ecc.) del 2024 rispetto al 2023 è stata:



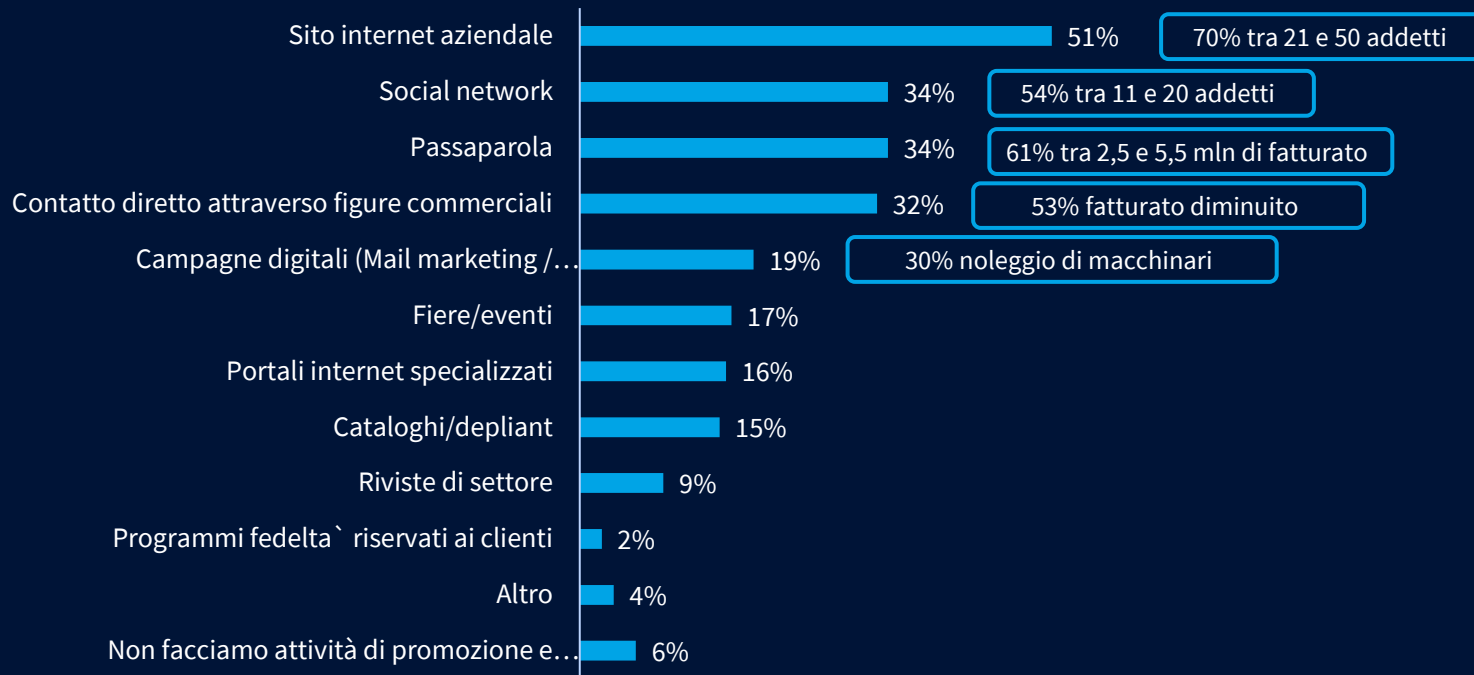
2023

Agenda

- 1 Introduzione metodologica
- 2 Campione e profilo delle aziende
- 3 Stima del fatturato
- 4 Andamento e previsioni
- 5 Canali di promozione e vendita
- 6 Punti di forza e strategie
- 7 Opportunità
- 8 Key points

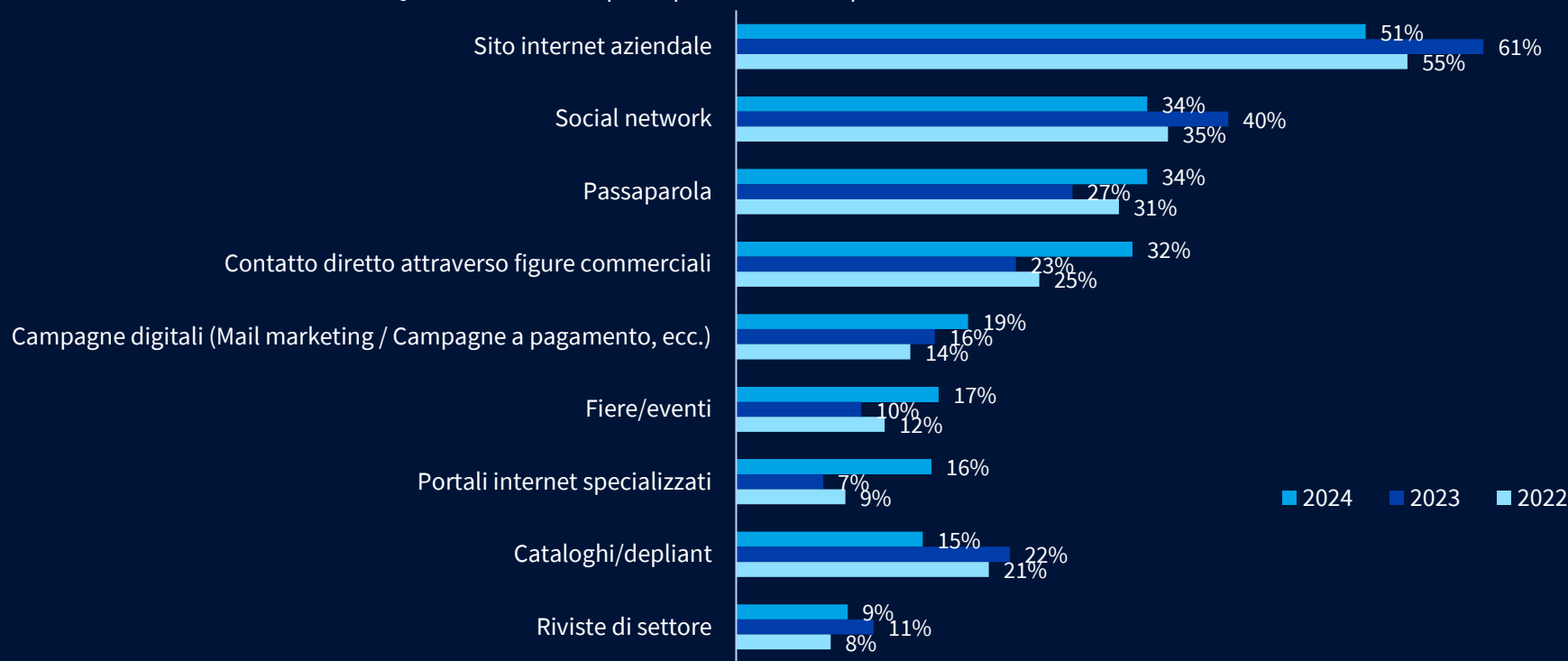
Il sito internet aziendale è il canale promozionale utilizzato da oltre la metà delle aziende.
Rilevanti anche i social network, il passaparola e il contatto diretto tramite figure commerciali

Quali canali utilizza per la promozione e la pubblicità dell'attività aziendale?



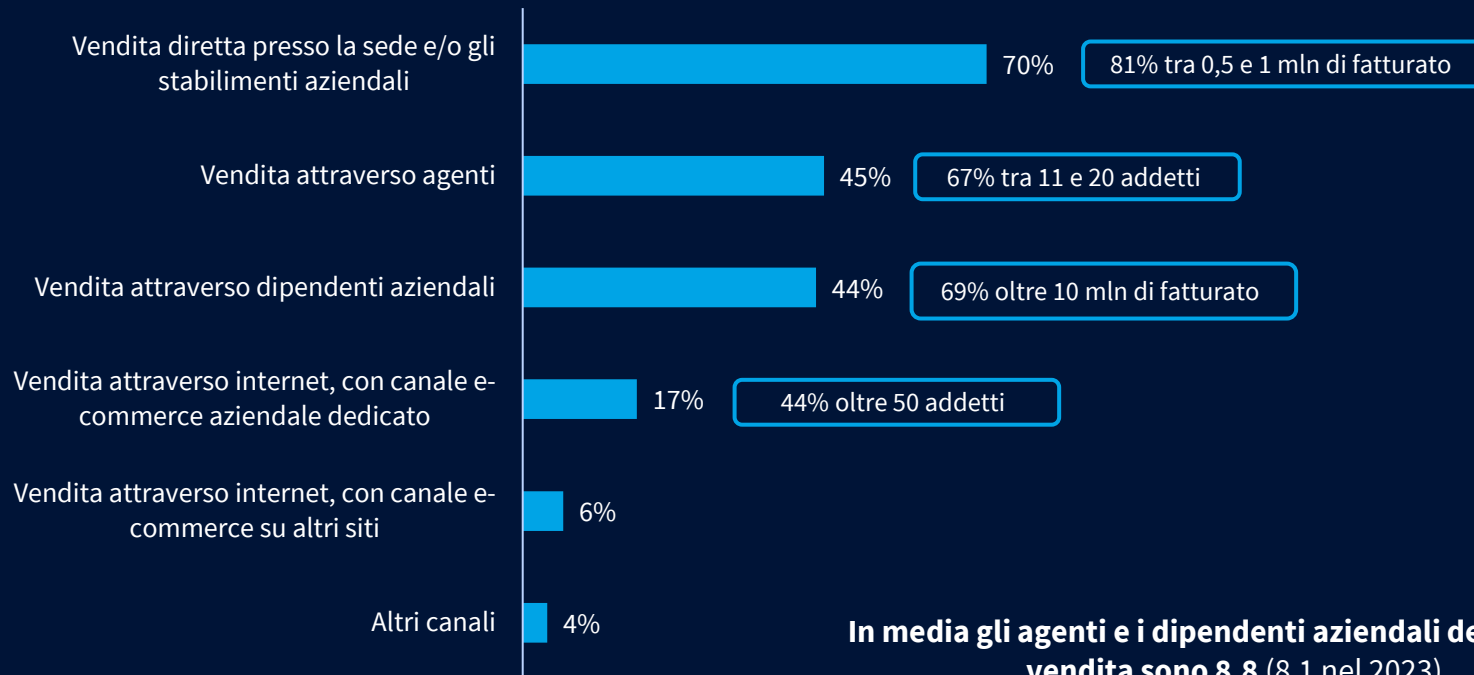
Cresce l'utilizzo del canale diretto attraverso figure commerciali. In ripresa anche le fiere.
Tra i canali digitali cresce l'utilizzo di portali internet specializzati e di campagne

Quali canali utilizza per la promozione e la pubblicità dell'attività aziendale?



Fra i canali di vendita quello prevalente nel 2024 è stato la vendita presso la sede aziendale, cui segue la quella attraverso la rete agenziale e dipendenti aziendali

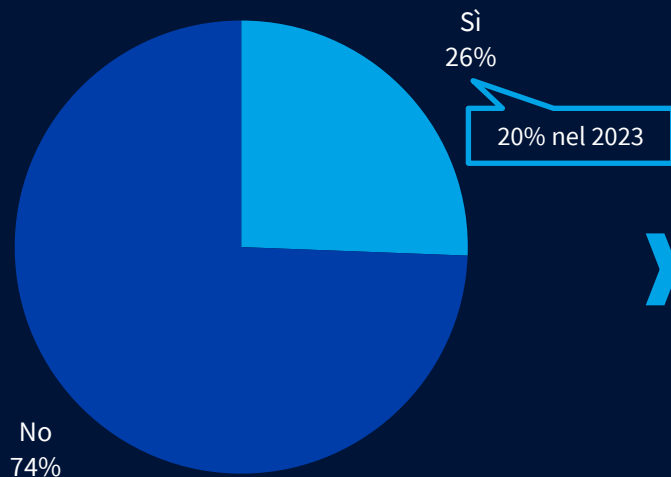
Quali canali di vendita utilizza la sua azienda?



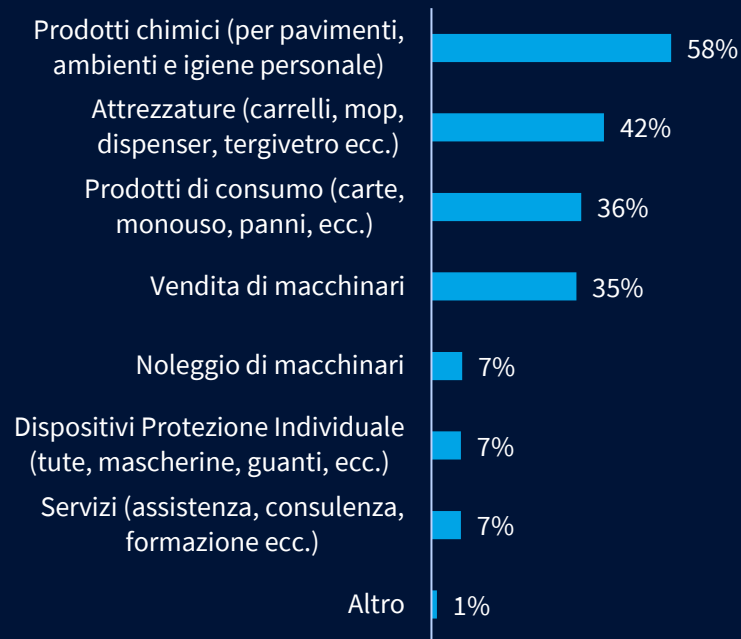
In media gli agenti e i dipendenti aziendali dedicati alla vendita sono 8,8 (8,1 nel 2023)

1 azienda su 4 vende on line, dato in crescita rispetto al 2023. I prodotti chimici e le attrezzature sono i più venduti

La sua azienda vende prodotti on line?

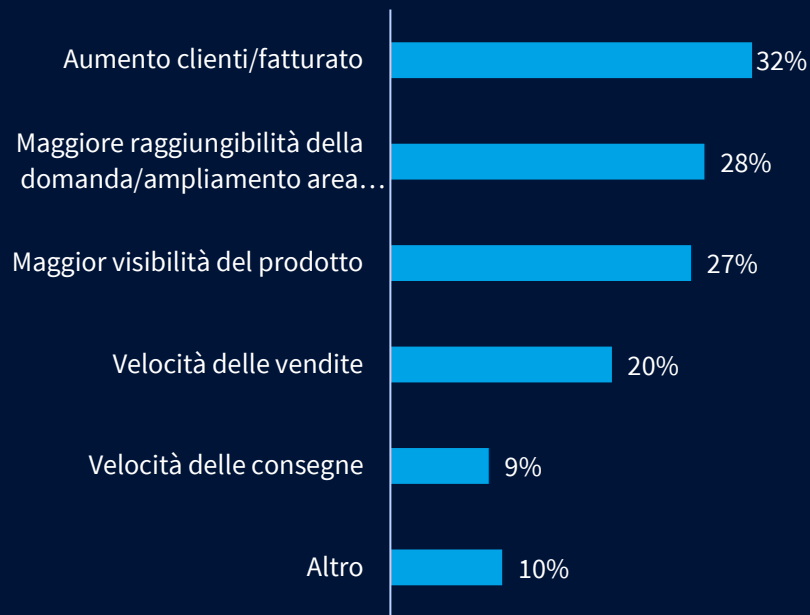


Quali prodotti/servizi vendete maggiormente online...?

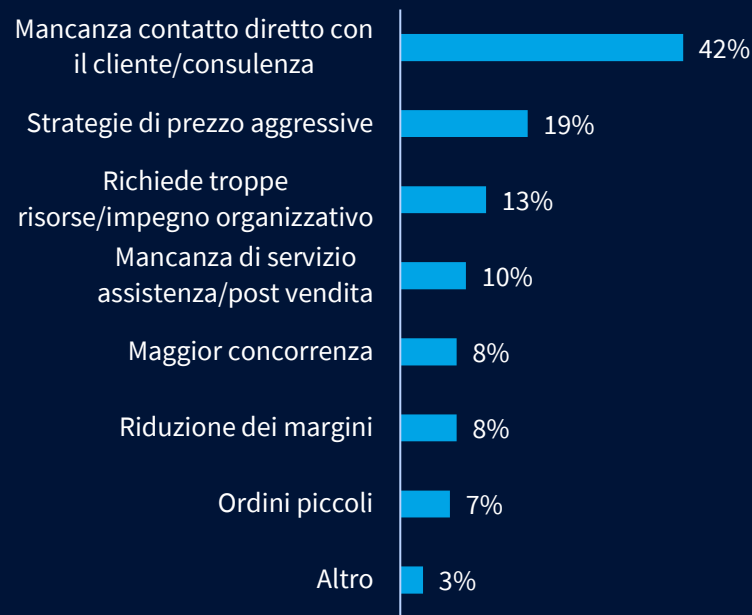


L'aumento del numero clienti e del fatturato è l'aspetto positivo maggiormente riconosciuto all'e-commerce. Di contro la mancanza di contatto diretto con il cliente è l'aspetto negativo maggiormente citato

E-commerce aspetti positivi



E-commerce aspetti negativi

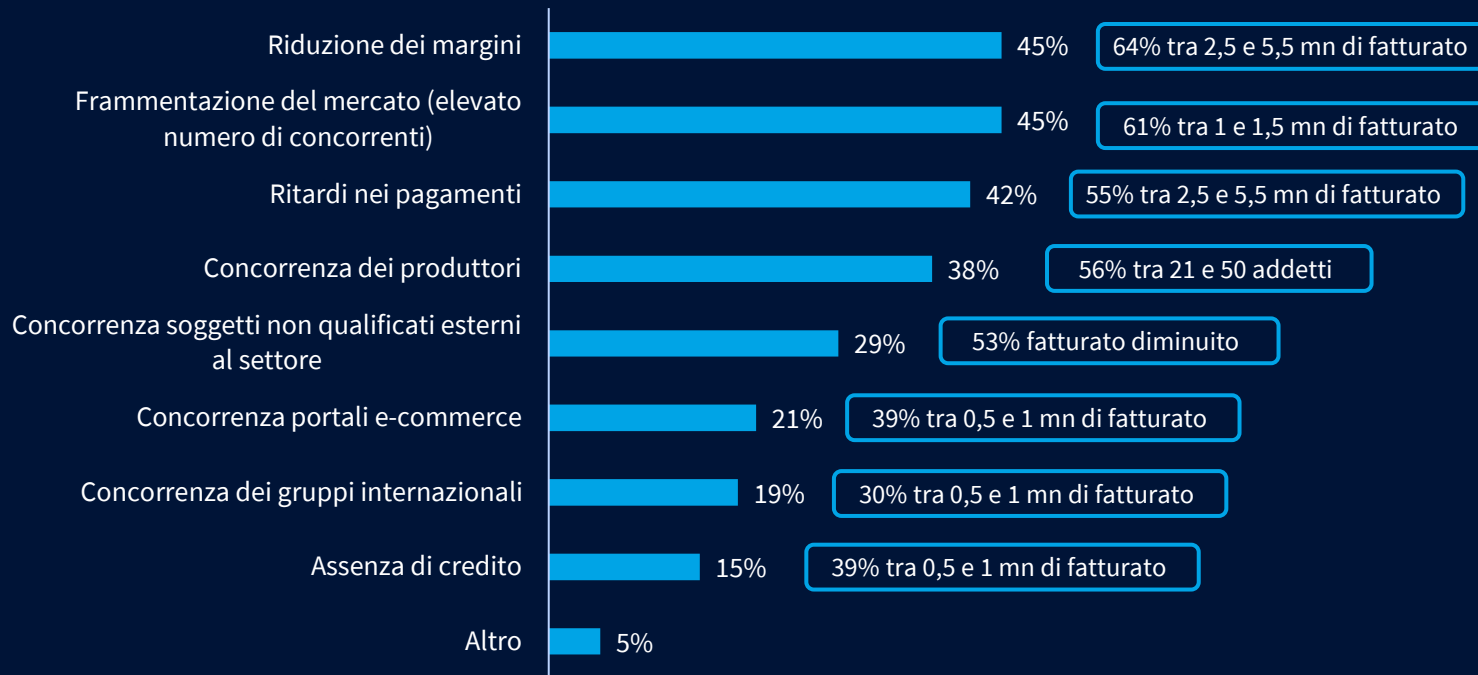


Agenda

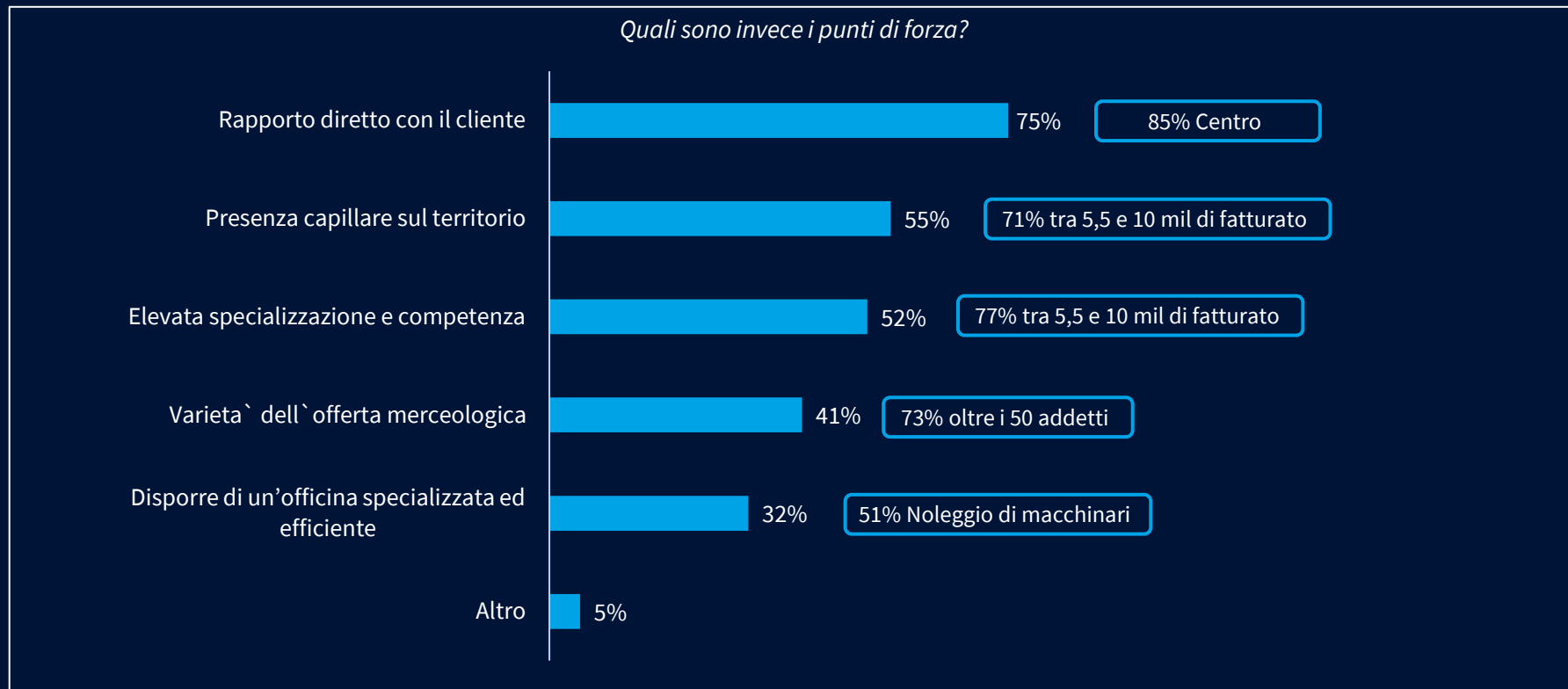
- 1 Introduzione metodologica
- 2 Campione e profilo delle aziende
- 3 Stima del fatturato
- 4 Andamento e previsioni
- 5 Canali di promozione e vendita
- 6 Punti di forza e strategie
- 7 Opportunità
- 8 Key points

La riduzione dei margini e la frammentazione del mercato sono i principali fattori limitanti del settore

Pensi alla situazione attuale del settore. Quali sono i fattori limitanti che riscontra?



Il rapporto diretto con il cliente, la presenza capillare sul territorio e l'elevata specializzazione e competenza sono i principali punti di forza riconosciuti al settore



Agenda

- 1 Introduzione metodologica
- 2 Campione e profilo delle aziende
- 3 Stima del fatturato
- 4 Andamento e previsioni
- 5 Canali di promozione e vendita
- 6 Punti di forza e strategie
- 7 Opportunità
- 8 Key points

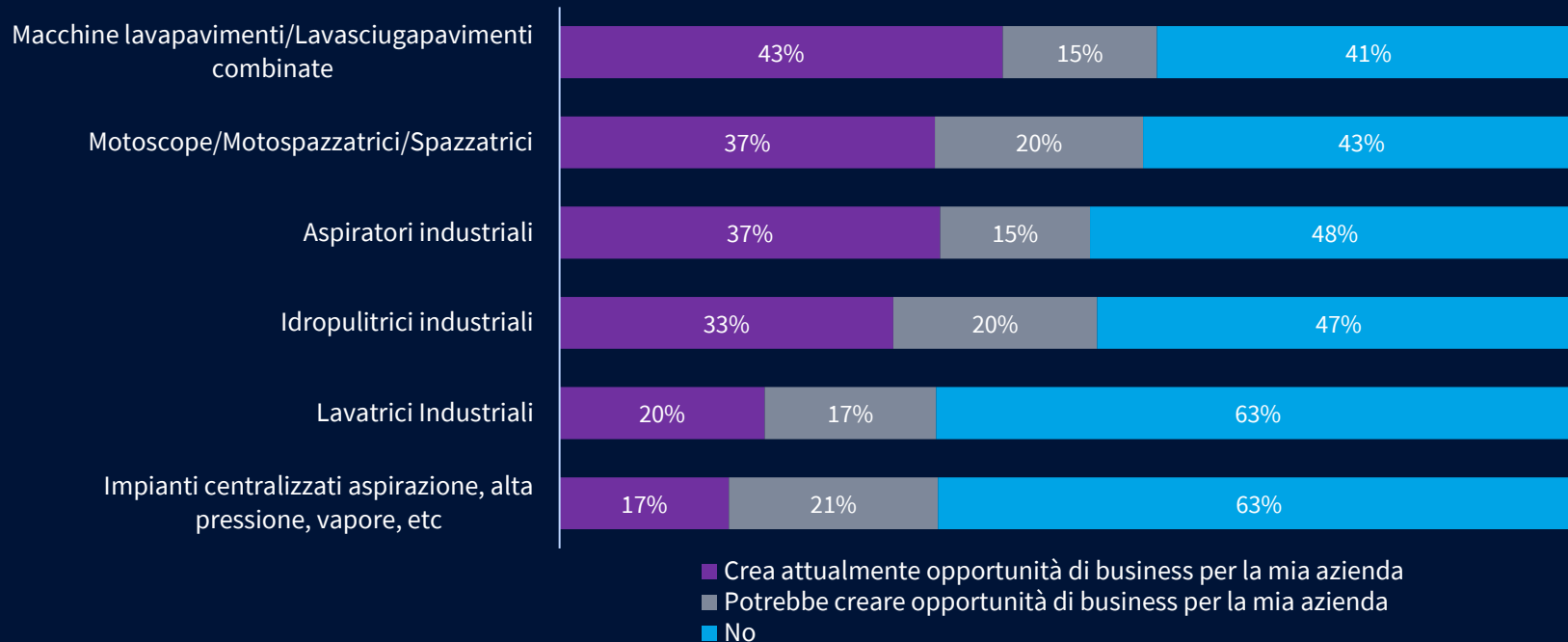
Le funzioni vendite e marketing rappresentano quelle in grado di offrire il maggior contributo alla crescita del settore

Secondo lei quali delle seguenti funzioni aziendali potrebbe contribuire maggiormente alla crescita del fatturato del settore? Ordine di importanza – indicatore di ranking



Le macchine lavapavimenti/lavasciugapavimenti combinate sono quelle che più di altre allo stato attuale stanno creando business alle aziende

La distribuzione dei seguenti macchinari per la pulizia specialistica crea o potrebbe creare nuove opportunità di business per la sua azienda?



Agenda

- 1 Introduzione metodologica
- 2 Campione e profilo delle aziende
- 3 Stima del fatturato
- 4 Andamento e previsioni
- 5 Canali di promozione e vendita
- 6 Punti di forza e strategie
- 7 Opportunità
- 8 Key points

Key Points - Profilo delle aziende

- Quasi il 90% delle aziende si occupa della vendita di prodotti per la pulizia professionale; 3/4 delle attrezzature e quasi il 70% anche della vendita di macchinari
- La maggior parte delle aziende opera in un ambito territoriale provinciale o regionale. Le aziende più strutturate evidenziano un perimetro geografico più ampio. Cresce l'apertura ai mercati internazionali
- La consulenza di vendita si conferma come il servizio offerto con maggior frequenza ai propri clienti seguito dal servizio di manutenzione
- I servizi di manutenzione sono soprattutto legati alle macchine per pulizia. Per questo servizio le aziende sono equamente distribuite tra chi lo offre per tutti i marchi del mercato e tra chi solo per i marchi trattati
- Le aziende che offrono servizi di formazioni lo fanno frequentemente sull'utilizzo delle strumentazioni distribuite
- Più di 7 aziende su 10 hanno organizzato corsi di formazione nel 2024 soprattutto sulla sicurezza, di tipo commerciale e/o di natura tecnico/operativa. Rispetto alla passata rilevazione cresce l'attenzione verso corsi di formazione di natura commerciale dal 46 al 61%
- Pressoché la totalità delle aziende dispone di un magazzino proprio.
Circa 2/3 delle aziende dispongono anche di un parco mezzi di proprietà per il servizio consegne, con un dato in crescita rispetto allo scorso anno

Key Points - Dimensionamento delle aziende

- Il fatturato stimato globale generato dalle circa 1700 aziende ipotizzate ammonta a 2,9 miliardi di Euro, in aumento rispetto al 2023
- Quasi la metà delle aziende ha un fatturato annuo che non supera il milione e mezzo di euro. Più della metà del valore complessivo del mercato è fatto dal 15% delle aziende. Aumentano le aziende con fatturato superiore ad 1,5 milioni mentre decrescono quelle con un fatturato compreso tra 0,5 e 1,5 milioni. Circa un'azienda su quattro ha più di 20 addetti. Più di un'azienda su tre ne ha meno di 5
- I prodotti chimici e quelli di consumo sono le linee di prodotto che determinano la maggior quota media di fatturato. Nel 2024 si assiste ad un consolidamento della crescita dell'incidenza sul fatturato dei prodotti di consumo. Trend già in atto da qualche anno
- La vendita di prodotti chimici si mantiene la voce più rilevante sul fatturato del settore seguito dai prodotti di consumo e dai macchinari
- Industria, Ho.Re.Ca. e imprese di pulizia sono le tipologie di clienti che maggiormente hanno impattato sul fatturato nel 2024. In termini di determinazione del fatturato di settore le imprese di pulizia sono la tipologie di clienti che più di altre nel 2024 hanno generato valore per il settore. Cresce, in trend anche con lo scorso anno l'incidenza dell'industria.
- Stabile la quota di clienti che fanno acquisti continuativi

Key Points - Dimensionamento delle aziende

- In media l'incremento della customer base con nuovi clienti in un anno è appena superiore al 10%, con un dato in lieve crescita rispetto al 2023
- Complessivamente circa il 15% del fatturato del campione è impattato dalla vendita di prodotti green. Dato in crescita rispetto al 2023. La vendita di prodotti green incide maggiormente sulla carta e sui chimici

Key Points - Andamento e previsioni

- Per quasi la metà delle imprese il fatturato nel 2024 è cresciuto. Le aziende medio-grandi e grandi sono quelle che nel 2024 hanno registrato, più di altre, una crescita del proprio fatturato. Quattro aziende su 10 prevedono una crescita del proprio fatturato, di contro l'8% si attende una riduzione. Gli operatori di dimensioni grandi e quelle del Nord Est fanno previsioni più ottimistiche rispetto al dato medio per quanto riguarda il fatturato 2024. Quasi un'azienda su 5 ha visto migliorare la performance finanziaria della propria azienda intesa come puntualità nell'incasso, % di insoluti, scoperto

Key Points - Canali di promozione e vendita

- Il sito internet aziendale è il canale promozionale utilizzato da oltre la metà delle aziende. Rilevanti anche i social network, il passaparola e il contatto diretto tramite figure commerciali
- Cresce l'utilizzo del canale diretto attraverso figure commerciali. In ripresa anche le fiere. Tra i canali digitali cresce l'utilizzo di portali internet specializzati e di campagne
- Fra i canali di vendita quello prevalente nel 2024 è stato la vendita presso la sede aziendale, cui segue la quella attraverso la rete agenziale e dipendenti aziendali
- 1 azienda su 4 vende on line, dato in crescita rispetto al 2023. I prodotti chimici e le attrezzature sono i più venduti
- L'aumento del numero clienti e del fatturato è l'aspetto positivo maggiormente riconosciuto all'e-commerce. Di contro la mancanza di contatto diretto con il cliente è l'aspetto negativo maggiormente citato

Key Points - Punti di forza e opportunità

- La riduzione dei margini si conferma come l'aspetto più critico cui fare fronte. La frammentazione del mercato segue in seconda istanza.
- Il rapporto diretto con il cliente, la presenza capillare sul territorio e l'elevata specializzazione e competenza sono i principali punti di forza riconosciuti al settore
- Le funzioni vendite e marketing rappresentano quelle in grado di offrire il maggior contributo alla crescita del settore
- Le macchine lavapavimenti/lavasciugapavimenti combinate sono quelle che più di altre allo stato attuale stanno creando business alle aziende

Contatti e copyright

CARMINE IULIANO
MARKETING PROJECT MANAGER

 +39 334 7611163

 carmine.iuliano@cerved.com



WEBSITE
www.cerved.com



NUMERO VERDE
800 029 029



Copyright

© Copyright 2025 Cerved Group SpA - Via dell'Unione Europea, 6A-6B - 20097 San Donato Milanese

Tutti i diritti sono riservati. Questa pubblicazione o parte di essa non può essere diffusa, tradotta, riprodotta, adattata, integrata e riutilizzata, in qualsiasi ambito diffusionale, Paese e lingua, con qualsiasi mezzo, anche elettronico senza il consenso di Cerved Group S.p.A. I dati sono stati raccolti in ottemperanza delle Leggi vigenti e scrupolosamente analizzati ma non implicano Responsabilità alcuna per Cerved Group S.p.A.