L'UNIONE FA LA... DIFFERENZA

Tre esperienze complementari, una visione unica: prende forma la fusione "orizzontale" fra Bottoni, Socaf e Tecno Clean, storiche realtà della distribuzione del cleaning professionale in Italia. Il nuovo gruppo, che prenderà vita ufficialmente nel 2027, nasce da una precisa volontà imprenditoriale: unire le forze per lanciare una nuova proposta al mercato: "La distribuzione è al bivio, indispensabile crescere in numeri, qualità e forza".

La notizia è di quelle da prima pagina per il settore. Gli ingredienti ci sono tutti: tre realtà storiche che si uniscono e danno vita a inedite alleanze "orizzontali"; la nascita di un nuovo gruppo nazionale nella distribuzione del cleaning professionale; ma soprattutto, pur nell'unicità del caso specifico, la conferma di un trend che, piano piano, si sta affermando anche in Italia come ha già fatto in altri Paesi europei: la necessità di fare "massa critica", di stabilire nuove sinergie per affrontare mercati sempre più esigenti e, diciamolo pure, difficili.

Un nuovo "polo" sta per nascere

I fatti sono ormai noti agli addetti ai lavori, anche perché le stesse tre aziende lo hanno svelato in un recente comunicato congiunto. Nel mondo della distribuzione specializzata per la pulizia professionale sta prendendo forma una realtà senza precedenti: la fusione tra le storiche aziende di Bottoni, Socaf e Tecno Clean. A partire dal 1° gennaio 2027, queste tre realtà si uniranno sotto un'unica ragione sociale (una Società per Azioni) dando vita a un nuovo gruppo nazionale nel settore del cleaning professionale. Tutti quelli che

di Giuseppe Fusto

si chiedono quale sarà il nome dovranno ancora attendere per la denominazione definitiva: oggi, infatti, la priorità è quella di costruire una realtà solida, integrata, innovativa e orientata al futuro.

Un "unicum" nel settore

Si tratta di una fusione orizzontale che rappresenta un *unicum* nel settore. Le ragioni sono da ricercarsi nel fatto che alla base non vi sono necessità di salvataggio o emergenze: è infatti il frutto di una precisa scelta industriale condivisa da tre imprenditori che guardano avanti e vogliono dare risposte concrete a un mercato in evoluzione. Fanno sapere le aziende: "Mentre i grandi gruppi del cleaning sono cresciuti principalmente per vie finanziarie come M&A, acquisizioni pilotate da fondi, operazioni speculative e così via, qui si parla di unione vera, di visione comune, di costruzione".

Bottoni: "Così si costruisce un nuovo modello, efficiente e attraente"

Le tre aziende rappresentano altrettante identità forti e complementari. Bottoni, con sede a Settimo di Pescantina, in provincia di Verona, è nota per la sua profonda esperienza nella distribuzione per il settore sanitario nelle grandi imprese a carattere nazionale. Conta 18 dipendenti ed è attiva da più di 40 anni. A tal proposito, il titolare **Giuseppe Bottoni** precisa: "Siamo tre aziende sane, indipendenti e radicate nei rispettivi territori. Ma abbiamo capito che insieme possiamo fare la differenza, superare i limiti strutturali delle PMI del settore e costruire un modello nuovo, efficiente, attraente. Non è solo una fusione: è la nascita di un progetto industriale condiviso, vivo e ambizioso".

Tecno Clean: "Tutti impariamo da tutti, è una palestra di crescita"

La Tecno Clean di Cordenons (Pordenone) è specializzata nell'integrazione Lean con un modello distributivo innovativo e una forza logistica altamente strutturata nella progettazione di impianti e nella formazione tecnica al cliente. È operativa dal 1992 nella vendita e noleggio di prodotti e soluzioni per la pulizia professionale e ha 28 dipendenti. "Nessuno ha rinunciato alla propria identità: l'abbiamo messa a disposizione del gruppo", spiega il titolare **Luigi Vazzoler**. "Oggi siamo già attivi in uno scambio interno continuo: ci formiamo reciprocamente, ci osserviamo, apprendiamo le eccellenze operative di ciascuno. Tutti imparano da tutti, è una palestra quotidiana di crescita".

Socaf: "La nuova realtà sarà un hub tecnologico"

Socaf, con una profonda esperienza nel settore delle macchine per la pulizia professionale, ha un ventaglio di servizi che vanno dalla vendita all'assistenza tecnica specializzata, rivolta in particolare alle Pmi del comparto manifatturiero. Ha la sede principale a Osio Sotto (BG) e filiali nelle province di Milano e Brescia, e conta oltre 90 collaboratori fra dipendenti e agenti. La sua eccellenza si esprime in un centro di assistenza tecnica altamente qualificato, tempestivo e professionale, capace di garantire supporto continuativo e risolutivo. L'AD **Diego Lussana** ha le idee chiare: "Non vogliamo più solo vendere prodotti o macchine, ma costruire un vero ecosistema al servizio del cliente. La nuova azienda sarà anche un hub tecnologico, un acceleratore di efficienza e sostenibilità per i nostri partner".

Avviata l'integrazione organizzativa

Anche se ufficialmente si partirà tra un anno e mezzo, l'integrazione organizzativa è già avviata: dagli acquisti centralizzati alla ridefinizione dei processi logistici, fino alla progettazione condivisa del nuovo Erp che accompagnerà la società unica. Si parla di un ambiente digitale avanzato che oltre al resto ridurrà i tempi e gli errori nei processi, fornirà Kpi in tempo reale, migliorerà le performance commerciali, semplificherà l'analisi dei margini e dei costi, integrerà CRM, logistica, approvvigionamenti e post-vendita in un flusso unico, ed offrirà anche ai clienti portali personalizzati per monitorare ordini, costi, consumi e assistenza. Inoltre, permetterà decisioni più rapide e fondate grazie a dashboard predittive e, fra l'altro, faciliterà la scalabilità verso nuovi mercati e segmenti.

Il mercato futuro fra incertezza, concentrazione, opportunità

Non c'è dubbio, come accennavamo all'inizio, che la distribuzione del cleaning in Italia si trovi davanti a un bivio. Da un lato la pressione dei grandi gruppi, la corsa ai ribassi e la digitalizzazione. Dall'altro le imprese di pulizia e le pubbliche amministrazioni che cercano partner affidabili, veloci, formati, solidi e con un occhio particolare ai costi. "Il nostro settore -osserva Bottoni- sta cambiando pelle. Chi non innova si ferma. Chi non si aggrega si isola. Vogliamo essere l'alternativa credibile ai pochi grandi gruppi che oggi dominano il mercato italiano, offrendo la forza di una grande azienda unita all'agilità e all'umanità di tre vere storie imprenditoriali familiari."

Numeri grandi, cuore familiare

In quest'ottica, la fusione rappresenta una risposta al mercato, ma è anche, al contempo, una proposta: costruire un nuovo modello di distribuzione radicato, competente, ma anche digitale, proattivo e consulenziale. Un progetto industriale raro e coraggioso. "Essere presenti sul territorio non basta più", fa eco Vazzoler. "Bisogna saper proporre, accompagnare, formare, sostenere. Stiamo già sviluppando servizi a valore aggiunto che vanno dalla manutenzione predittiva alla consulenza organizzativa sul cantiere. La distribuzione del futuro non si limita a consegnare prodotti: guida il cliente, lo forma, lo supporta nelle scelte strategiche e lo accompagna verso soluzioni efficaci e sostenibili."

Una scelta di sostenibilità

A proposito: in questo nuovo scenario, anche la sostenibilità assume un ruolo centrale. Il gruppo intende integrare i principi ESG (ambientali, sociali, di governance), promuovendo pratiche responsabili nella scelta dei fornitori, nell'efficientamento energetico, nella riduzione degli imballi e nella valorizzazione delle persone. Dice Lussana: "Nel nuovo gruppo, l'attenzione alla sostenibilità non sarà un'etichetta, ma un criterio guida per ogni decisione: dalle partnership alla logistica, dalle scelte commerciali alle soluzioni proposte ai clienti. Vogliamo essere un modello positivo, credibile e trasparente".

"Una fusione paritaria, fatta di visione e coraggio"

I tre imprenditori tengono molto a sottolineare l'unicità della loro esperienza: "Finora le aggregazioni nel cleaning sono nate solo da acquisizioni. Questa è una fusione paritaria, in cui le sinergie non sono solo su carta, ma nei magazzini, nelle sale formazione, nei piani di investimento condivisi". Prosegue Lussana: "In Italia non esiste nulla di simile. Abbiamo osservato da vicino le best practice dell'industria e le abbiamo reinterpretate con coerenza rispetto al nostro settore e ai valori che ci guidano ogni giorno."

Le persone al centro: una scelta attraente per clienti, fornitori e professionisti

"L'obiettivo non è semplicemente incrementare i volumi, ma consolidare un'identità condivisa, accrescere il patrimonio di competenze e costruire una visione solida e orientata al futuro. Un'operazione di questa portata rende il nuovo gruppo particolarmente attrattivo a livello trasversale: clienti alla ricerca di solidità, continuità e servizio avanzato; fornitori che vedono nel progetto una piattaforma strutturata e affidabile; ma anche talenti, tecnici e commerciali che desiderano far parte di una realtà organizzata, dinamica e costruita su valori chiari, che mettono al centro le persone".

La forza del nuovo gruppo: l'innovazione del "fare sistema"

Con sedi operative in Veneto, Friuli-Venezia Giulia, Lombardia e attività consolidate anche in Piemonte ed Emilia Romagna, il gruppo si propone come il terzo polo italiano del cleaning professionale. Non si tratta però di un punto di arrivo, quanto piuttosto di un trampolino di partenza: "Il progetto - dichiara **Barbara Bottoni**, - nasce dall'ascolto del mercato, dall'umiltà di mettersi in gioco e dalla convinzione che fare sistema, oggi, è l'unica vera innovazione. Non stiamo costruendo solo una nuova azienda, ma una nuova opportunità per chi cerca in Italia un'alternativa solida e pronta al futuro".

Sfide per il futuro

Senza dubbio la "madre di tutte le sfide" è quella di saper unire ed armonizzare non solo tre aziende, ma soprattutto le grandi dimensioni con la capacità di seguire il singolo cliente in modo ancora attento alle relazioni umane e alle specifiche problematiche ed esigenze di ciascuno. Al di là delle prospettive e dei dati di crescita, che certo sono fondamentali, si tratta del compito più arduo in un mercato che, se da un lato è fatto di numeri sempre più imponenti e di orizzonti sempre più vasti, dall'altro rischia di disumanizzarsi, perdendo quelle qualità e quei valori che, negli anni, hanno fatto grande l'imprenditoria italiana.