

DAL DOPOGUERRA AD OGGI, OTTO DECENNI DI QUALITÀ, SERVIZIO E PASSIONE



Nata nel 1945 come azienda produttrice di candeggina, Allegrini SpA compie 80 anni di attività. Un lungo viaggio di crescita su tutti i fronti: divisioni, volumi, mercati, ma anche responsabilità etica, ambientale e sociale. A Pulire 2025 novità e prodotti che hanno fatto la storia.

di **Umberto Marchi**

La lunga serie dei compleanni storici si arricchisce anno dopo anno, mese dopo mese di nomi prestigiosi, che nei rispettivi segmenti di attività hanno scritto le pagine più gloriose del cleaning professionale italiano.

I primi passi, tra innovazioni e rivoluzioni

Stavolta tocca ad Allegrini, che in questo 2025 spegne ben 80 candeline, essendo attiva nel settore dei prodotti per la pulizia -con la divisione oggi denominata Top Clean Solutions- dal lontano 1945, nell'immediato dopoguerra. È questo l'anno di fondazione dell'azienda che, allora, produceva candeggina. Passa appena un lustro e, nel 1950, entra in scena l'innovazione, che in questo caso



riguarda pionieristicamente il packaging: quell'anno, infatti, nasce il primo brevetto per una confezione richiudibile di candeggina. Ma le sorprese, e la capacità di precorrere i tempi, non finiscono certo qui: nel 1969, meno di vent'anni dopo, Allegrini è la prima azienda in Italia a produrre detergenti biodegradabili. In un periodo di rivoluzioni civili e sociali, vuole rivoluzionare il mondo della detergenza in termini di sostenibilità. Un concetto che, se oggi è fin troppo abusato, allora era davvero rivoluzionario.

Cosa significa per voi fare innovazione da decenni? C'è ancora spazio, oggi, per la vera innovazione?

"Fare innovazione per Allegrini significa guardare avanti, mantenendo sempre salde le radici. Significa ascoltare il mercato, anticipare i bisogni, creare soluzioni che semplifichino il lavoro degli operatori e rispettino al contempo l'ambiente. Innovare da otto decenni vuol dire non accontentarsi mai e continuare a investire nella ricerca, nella tecnologia, nelle persone. E sì, oggi c'è ancora spazio per la vera innovazione: perché il contesto cambia, le esi-



genze evolvono, le sfide si fanno sempre più complesse. Per Allegrini, innovare oggi vuol dire anche ripensare ai processi produttivi in ottica sostenibile, offrire prodotti performanti con un impatto ambientale minimo, affiancare il cliente con una consulenza tecnica su misura e una formazione continua".

Allegrini diventa una SpA

La vera svolta nell'assetto societario arriva nel 1981, anno in cui Allegrini diventa una S.p.A. e si trasferisce nell'attuale sede di Grassobbio (Bergamo).

"Diventiamo più grandi, sia dentro che fuori", ricordano orgogliosamente dall'azienda. Volete spiegare meglio questo concetto?

"Un'affermazione che sintetizza perfettamente quel passaggio decisivo: diventare una S.p.A. ha significato strutturarsi in modo più solido e organizzato, adottando una visione imprenditoriale ancora più ampia. "Più

grandi fuori” perché l’azienda ha ampliato gli stabilimenti, investito in tecnologie all’avanguardia e potenziato la rete commerciale. “Più grandi dentro” perché sono cresciute la cultura aziendale, le competenze interne, la consapevolezza del ruolo strategico che Allegrini poteva e doveva giocare nel settore della detergenza professionale. È stata una vera e propria evoluzione, non solo formale ma culturale e industriale”.

Dalla Russia... con passione

Alla fine del decennio, nel 1989, alla Business Unit Detergenza si aggiunge la Cosmetica, con evolute linee di cortesia per gli hotel destinate al mercato italiano e internazionale. La qualità premia, e viene premiata: e così nel 2001 l’azienda riceve il riconoscimento “Innovazione Amica per l’Ambiente” di Legambiente, grazie al progetto Casa Quick, servizio a domicilio dei detergenti più richiesti. In quel momento l’azienda sta già guardando con molto interesse ai mercati internazionali: è del 2006 la costituzione di Allegrini Russia, filiale al 100% di Allegrini S.p.A. con sede a Mosca.

Che peso hanno per voi i mercati esteri? Il momento non è certo facile, soprattutto in certe aree del mondo. Come sta andando?

“I mercati esteri hanno da sempre un ruolo centrale nella strategia di sviluppo. Esportare non significa solo vendere all’estero, ma portare con sé un’idea di qualità, un modello di servizio, un’identità aziendale forte. Negli anni abbiamo costruito relazioni solide in oltre 65 Paesi, consolidando la nostra presenza in diverse aree del mondo. È vero: il contesto internazionale oggi è complesso, tra instabilità geopolitiche, tensioni commerciali e cambiamenti normativi. Tuttavia, continuiamo a crescere con determinazione, adattando l’offerta alle esigenze locali e puntando su partnership affidabili. Il nostro approccio è quello di essere flessibili ma coerenti, fortemente radicati nei nostri valori, ma sempre aperti al dialogo con nuovi mercati”.

Il viaggio continua...

Il viaggio, reale e metaforico, continua. L’idea è conquistare nuovi spazi strategici, produttivi e commerciali, e supportare così

il processo di sviluppo aziendale. E arriviamo a tempi recentissimi: nell’ottobre del 2020, in piena stagione pandemica, vede la luce un accordo con Metrika SGR S.p.A., la quale acquisisce la maggioranza del capitale della società. L’anno successivo l’azienda consolida la propria posizione sul mercato internazionale con la costituzione nel 2021 di Allegrini North America: apre così la nuova sede commerciale di New York, Metro Area.

... tra acquisizioni e nuovi premi

L’espansione prosegue anche per vie esterne, in virtù di una politica di acquisizioni che si concretizza nel 2022 con l’annessione di Dep Srl, realtà bolognese attiva nella vendita online di prodotti per alberghi, b&b e strutture d’accoglienza, tramite la piattaforma ecommerce www.hotelify.com. Ancora a proposito di premi, nel 2023 Allegrini ha ricevuto, nell’ambito del Premio Bilancio di Sostenibilità promosso da Corriere della Sera in collaborazione con Next, la menzione speciale “Miglior definizione puntuale degli

obiettivi di crescita ESG” per aver definito con chiarezza le politiche di miglioramento sulle tre dimensioni ambientale, sociale e della governance.

Nuovi orizzonti per il Made in Italy Allegrini

La qualità italiana di Allegrini viaggia sempre più veloce. E oggi l’impegno e la mission strategica sono volti a diffondere il brand oltre ogni confine, continuando a guardare verso nuovi orizzonti. I valori sono quelli di un tempo, a cui si sono aggiunti quelli tipici di una realtà attiva su scala internazionale: la qualità di prodotti e soluzioni; poi il servizio, con assistenza e consulenza che si integrano in un sistema completo. Ma anche ricerca, efficienza, responsabilità, innovazione e sostenibilità.

A Issa Pulire prodotti “iconici” e sostenibili

L’occasione per festeggiare gli 80 anni insieme a tutto il settore è stata la partecipazione a Issa Pulire 2025: un’edizione, come si può ben immaginare, particolarmente significativa per l’azienda, che, accanto ai formulati più “iconici”, ha presentato i prodotti più innovativi e interessanti della gamma. Innanzitutto, una linea completa di detergenti certificati Ecolabel. Poi i concentrati, per ottimizzare consumi e ridurre gli sprechi. Ancora, interessanti sistemi di diluizione precisi e intuitivi, ideali per ogni contesto professionale. Non potevano mancare i prodotti della linea Top Formula, gamma di detergenti professionali dedicata ai grandi clienti che assicura alte performance di pulizia e igiene.

Come avete visto e vissuto la Fiera?

“Abbiamo vissuto Issa Pulire 2025 con grande entusiasmo e partecipazione. È stata un’occasione speciale non solo per celebrare i nostri 80 anni, ma soprattutto per rin-



novare il dialogo con clienti, partner e operatori del settore. Lo stand è diventato un vero e proprio punto di incontro, dove raccontare la nostra storia e, al tempo stesso, presentare il futuro: innovazione sostenibile, prodotti ad alta performance, soluzioni pensate per semplificare il lavoro quotidiano. La risposta del pubblico è stata molto positiva, a conferma che il mercato apprezza la coerenza di una proposta tecnica solida, unita a una visione sempre più orientata alla sostenibilità e alla responsabilità”.

Il protocollo Clean Is All

Ma non si è parlato solo di prodotti: “Particolarmente apprezzato è stato Clean Is All, protocollo di pulizia e disinfezione degli ambienti verificato dal Dipartimento Ambiente e Salute dell’Istituto di Ricerche Farmacologiche Mario Negri e studiato per assicurare a tutti gli ospiti di una struttura/attività commerciale una permanenza sicura nel rispetto delle norme di igiene: un modello operativo che unisce prodotti, formazione e procedure per garantire risultati efficaci, misurabili e replicabili”. Non sono mancate proposte per cosmetica e ospitalità consapevole, come Find Your Eco, la linea certificata Ecolabel, Amoenia – Ecocert Cosmos Organic – e gli innovativi cosmetici solidi DPlanet.

Certificazioni e sostenibilità: un... World in progress!

Nel frattempo, Allegrini ha accentuato il proprio impegno sulla strada della sostenibilità, con la pubblicazione su base volontaria del Report di sostenibilità: “Abbiamo iniziato da tempo un percorso per la creazione di valore sostenibile, attraverso una serie di attività tese a rendere la sostenibilità il fulcro centrale attorno al quale si sviluppa la strategia aziendale. La nostra vocazione sostenibile ci accompagna sempre, anche grazie a World in Progress, il progetto Corporate che promuove nuove politiche e idee sostenibili in termini ambientali, sociali e di governance. Un traguardo, ma anche un punto di partenza, per un futuro che continua a innovarsi e di fatto è già presente”.

Produzione a km.0

Sempre in tema di sostenibilità, una menzione particolare merita il sistema di produzione km.0. Dalla progettazione, con formu-



lazioni e packaging interamente sviluppati all'interno dell'azienda, alla logistica (dai magazzini aziendali partono i carichi per tutto il mondo), l'intero processo viene gestito e monitorato nelle strutture aziendali. La formulazione, con due laboratori di Ricerca & Sviluppo che studiano le migliori soluzioni chimiche; la produzione, con importanti investimenti destinati a impianti di miscelazione e riempimento sempre all'avanguardia; i contenitori, prodotti in parte dal reparto plastico che utilizza tecniche di estrusione, iniezione e soffiaggio; la personalizzazione, grazie a un dinamico team creativo e ad un ufficio commerciale che collaborano per soddisfare qualsiasi richiesta.

Il sistema di certificazioni

Dalla “classica” ISO 9001, volta al miglioramento continuo e costante dell'azienda, fino alla più recente UNI PdR. 125/2022, nata per promuovere la parità di genere nei processi aziendali, Allegrini si è dotata delle principali certificazioni di sostenibilità ambientale e sociale: ISO 22716, sulle buone pratiche di fabbricazione nel settore cosmetico; ISO 45001, sul rispetto dei requisiti in materia di Sistemi di Gestione di Salute e Sicurezza

sul Lavoro; oltre naturalmente ad Ecolabel, il marchio dell'Unione Europea di qualità ecologica che premia i prodotti con ridotto impatto ambientale nel loro ciclo di vita. Fra le altre, anche Ecocert e Icea. Tra i fiori all'occhiello c'è la certificazione Halal, che attesta che i prodotti siano conformi alla dottrina islamica: un “bollino” di qualità, di filiera e di prodotto.

Etica, sicurezza e trasparenza

A testimoniare il grande rigore con cui Allegrini interpreta il proprio ruolo di azienda di riferimento non ci sono solo le certificazioni e il Report di sostenibilità, ma anche il preciso impegno a rispettare le previsioni del dlgs 231/01 con un Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo e un articolato sistema di regole, processi e procedure finalizzato alla prevenzione dei reati. È stato inoltre adottato un Codice Etico che definisce principi, regole di comportamento, impegni e responsabilità dell'azienda all'esterno e all'interno. Non ultima l'attenzione alla sicurezza, valore primario sia per i clienti sia per chi lavora in Allegrini. Ma non finisce qui...

80 anni sono un bel traguardo, ma c'è da star certi che non vi fermerete qui. Cosa vedete nel futuro?

“Per noi, 80 anni non rappresentano un punto di arrivo, ma una tappa importante di un percorso in continua evoluzione. Il futuro lo immaginiamo fatto di ricerca costante, internazionalizzazione, digitalizzazione dei processi e sviluppo di soluzioni sempre più sostenibili. Vogliamo rafforzare ulteriormente il nostro ruolo come partner strategico per i professionisti del cleaning, investendo in formazione, assistenza tecnica e innovazione responsabile. Al centro, resteranno sempre le persone: chi lavora con noi, chi ci sceglie ogni giorno, chi condivide la nostra visione. Perché, se c'è una cosa che questi 80 anni ci hanno insegnato, è che il futuro si costruisce insieme”.