

14549
9 8770374677356
U&A 2021 - Ch. n. 60/09
Finca n. 6.020

Vanguard
VALUE TO INVESTORS
Cerca: Vanguard

**TIM IL CALCIO LA FARÀ
RISORGERE IN BORSA?**

**PIAZZA AFFARI QUANTI
BUYBACK IN ARRIVO**

www.milanoofinanza.it
**MILANO
FINANZA**

Vanguard
VALUE TO INVESTORS
Cerca: Vanguard

€ 4,20 Sabato 19 Giugno 2021 Anno XXXVIII - Numero 120 MF il quotidiano dei mercati finanziari *Classificatori* Spedite in A.P. art. 1, c.1, L. 4054, DCB Milano

LA SVOLTA DELLA FED AZIONI, BOND, VALUTE E ALTRI ASSET SU CUI PUNTARE DOPO L'ANNUNCIO DI POWELL
Portafogli a prova di tassi

MILLENNIALS A 30-40 anni hanno in mano il futuro dell'Italia, ma guadagnano il 20% in meno dei genitori e soprattutto non hanno tutele previdenziali. Che fare?

**GENERAZIONE
SENZA RETE**

Investimenti per la pensione

ORSI & TORI

DI PAOLO PANERAI
Gli italiani, tutti gli italiani, hanno cominciato a conoscere meglio Mario Draghi dal giorno del giuramento del suo governo, il 13 febbraio scorso, nonostante fosse da anni un uomo chiave per il Paese. Da allora, con lo stile asciutto, un po' sornione, Draghi non ha esitato a parlare su tutti i temi del Paese Italia, dell'Europa, del mondo. Il consenso dei cittadini è aumentato e la maggior parte lo vede come un tecnico con grande capa-

cità politica, come dovrebbe essere, all'inverso, di ogni politico preparato e di rango, visto che tecnico vuol dire competente. Ma il suo pensiero è autentico sui vari temi qual è?
Lo si può cogliere dalle sue stesse parole, perché anche per lui vale il detto latino scripta manent, verba volant. E del resto, talvolta, gli sono state attribuite etichette sbagliate o parzialmente sbagliate, anche se le sue parole sono chiare.
Atlantista anticinese? Sicuramente atlantista profondo, ma anticinese in assoluto non proprio.
«... Prima di tutto vorrei esprimere forte soddisfazione per la partecipazione a un segmento del Consiglio europeo e poi naturalmente al G7 del



CHI È MISTER DEBITO
Eurobond, in cabina di regia c'è un rugbista irlandese

APPLE CI CREDE, MA...
Le big tech alla sfida più dura: fare soldi anche con la salute

CAPROTTI, FERRERO & GLI ALTRI
Dinastie industriali, quanti rampolli alla prova del nove

SM
Studio Temporary Manager
SOLUZIONI MANAGERIALI SU MISURA

**VUOI RILANCIARE E RIORGANIZZARE LA TUA AZIENDA?
IL TEMPORARY MANAGER È LA SOLUZIONE IDEALE**

Studio Temporary Manager™ S.p.A., si occupa di progetti aziendali di riorganizzazione, miglioramento, sviluppo e rilancio aziendale. È presente attualmente in 27 aziende italiane con 45 Temporary Manager selezionati e di fiducia, supportati dai Partner dello Studio in appositi Comitati Esecutivi fino al successo della missione.

- Corporate turnaround
- Riorganizzazione e ristrutturazione produttiva
- Passaggi generazionali & governance aziendale
- Piani di emergenza e continuità aziendale
- Sviluppo commerciale ed Export
- Finanza agevolata e credito d'imposta
- Formazione agevolata 4.0
- M&A, capital advising e ricerca partner industriali/finanziari
- Sostenibilità ambientale
- Ricerca & Selezione

www.temporarymanager.info

VERONA MILANO TORINO ROMA BRESCIA BOLOGNA ANCONA

SCHUCO ITALIA L'azienda con sede a Padova ha registrato nei primi mesi dell'anno un aumento del 40% di richieste rispetto al 2020. Stile e design italiano fanno la differenza. Con un occhio al digitale

La fissa per l'innovazione

di **Alessandro Bozzi Valenti**

Far incontrare stile e design italiano con la sostenibilità, a 360 gradi, perché spazi di vita e lavoro possano offrire il massimo in termini di benessere e servizi. Questa la mission di Schüco Italia (consociata italiana del gruppo Schüco International, 1,7 miliardi di fatturato nel 2020 e 70 anni di storia), realtà con sede a Padova che propone al mercato nazionale sistemi per finestre, porte, scorrevoli e facciate in alluminio, dedicati sia al mercato residenziale che alla grande cantieristica. «Puntiamo all'eccellenza, nel prodotto e nel servizio: ci consideriamo dei partner per tutte le persone della nostra filiera, nell'obiettivo di offrire sempre il massimo. Il nostro faro è la sostenibilità, la nostra forza il design del Made in Italy unito all'innovazione», sottolinea l'ingegner Roberto Brovazzo, direttore generale della società, che ha filiali a Milano, Torino, Rimini, Roma e Napoli. Qui, forte delle competenze di circa 150 dipendenti, Schüco Italia fattura oltre 80 milioni di euro. Questo il risultato di bilancio del 2020, in lieve calo rispetto alla chiusura del 2019 quando il fatturato aveva toccato quota 86 milioni di euro. «Lo scorso anno, se-

gnato dalla pandemia, siamo riusciti a raggiungere un fatturato inferiore di circa il 7% rispetto all'anno precedente, ma a fronte di un mercato che gli analisti e le associazioni di categoria hanno dichiarato in calo di almeno il 13%. Insomma, abbiamo chiuso l'anno con soddisfazione, confermando un Ebitda al 14%, in linea con il 2020», spiega Brovazzo, «il 2021 è partito sotto una spinta ben diversa, poco confrontabile con l'anno scorso: ne sia una prova il fatto che già in questi primi mesi dell'anno riscontriamo un +40% di richieste rispetto al 2020. Al momento, con il primo quadrimestre 2021, abbiamo neutralizzato gli effetti negativi dell'anno del Covid e, nonostante la battuta d'arresto, il nostro obiettivo è quello di superare i 90 milioni di euro di fatturato. Il progressivo miglioramento di Schüco, d'altronde, va in questa direzione, supportati da un dato significativo: negli ultimi dieci anni abbiamo raddoppiato la nostra quota di mercato». Quindi un focus sui nuovi fronti dell'edilizia in cui Schüco è impegnata, da protagonista. Tanto da aver messo a punto uno specifico programma, cioè Schüco i.NNOVATION NOW. «La nostra sfida è quella di innovare questo settore: da anni siamo infatti attenti a cogliere i trend di mercato quando ancora sono poco percepibili. Siamo un'azien-

da innovatrice, che propone prodotti che richiedono anche molti anni prima di essere a disposizione. Il Covid, in questo, ha dato un'accelerata: è infatti in aumento la ricerca di innovazione tecnologica, in particolare sui serramenti, ma non solo», aggiunge la guida di Schüco Italia, «stiamo infatti ponendo grandissima attenzione alla digitalizzazione non solo dei prodotti, ma anche per quanto riguarda il supporto alla filiera: non a caso siamo gli unici ad offrire una gamma di servizi pensati direttamente per i serramentisti, con configuratori e software in grado di fare la differenza per questa categoria di operatori in ogni fase del processo. Anche i nostri investimenti ed il nostro impegno vanno, da anni e ben prima del Covid, in questa direzione. Siamo riusciti a convincere anche il serramentista più scettico alla tecnologia, nell'obiettivo di dare servizio, velocità e precisione, riducendo tempi e costi. Siamo un'azienda vicina, prossima ai nostri partner, all'utente finale ed in generale a tutta la filiera. Siamo stati loro vicini anche nei momenti più complessi per l'edilizia, come la crisi post 2008». Il futuro? E all'insegna dell'innovazione (in quest'ottica l'azienda ha messo a punto anche una vera e propria catena digitale a disposizione di progettisti, architetti e serramentisti, garantendo supporto in ogni

fase del processo produttivo e permettendo di realizzare soluzioni personalizzate) e di collaborazioni con le università e i migliori architetti spiegano da Schüco. E in tutto ciò, «pur avendo una casa madre tedesca, con prodotti pensati in Germania, la quota parte pensata in Italia è in costante incremento ed oggi vale il 15% del nostro fatturato. Il nostro Paese, in cui siamo radicati con forza, con un network che raggiunge tutto il territorio, rappresenta la terza nazione per business e fatturato del Gruppo, dopo Germania e Francia. Il gusto e il design italiano fanno la differenza», aggiunge il direttore generale Brovazzo.

La sua realtà, negli scorsi mesi, è stata anche parte di un progetto internazionale con altre cinque aziende (parte del network Theatro) per la realizzazione di un ospedale di Emergency per under 18 in Uganda (progetto sviluppato pro bono da Renzo Piano e dal suo Studio RPBW in collaborazione con lo Studio TAMassociati e la Building Division di Emergency). In questa partita, ancora una volta, Schüco Italia ha portato innovazione e competenza, in particolare attraverso le proprie soluzioni di ingegneria personalizzata, fondamentali in particolare nella fase di pre-realizzazione della struttura. Ora si aspetta la prossima sfida. Parola d'ordine? Inutile dirlo: innovare. (riproduzione riservata)

Roberto Brovazzo

