

SERRAMENTI

DESIGN e COMPONENTI



www.colmasrl.com

MAWOOD76STH

SISTEMA IN ALLUMINIO/LEGNO TT



PRIMO PIANO

Posa in opera: il punto della situazione

TRENDE MERCATO

Incentivi edilizia fondamentali per crescita Mezzogiorno

VITA DA OFFICINA

Il business del momento

www.serramentinews.it

 tecniche nuove

Mensile - Anno XXXIV - n° 7 - Settembre 2023

ISSN 1824-4696





GESTIONE

Innovazione, sostenibilità e partnership sono tra i valori irrinunciabili per Schüco Italia che guarda al futuro lavorando per andare oltre il prodotto con la determinazione di aumentare il benessere degli spazi della casa e per offrire ai propri partner strumenti per sviluppare il loro business



Il laboratorio prove Schüco Italia durante lo svolgimento di un test

Rafforzare la partnership in ottica win-win

di Anna Rucci



Roberto Brovazzo, direttore generale Schüco Italia

Schüco Italia, consociata italiana del Gruppo Schüco International, è una realtà indubbiamente molto nota e affermata nel mercato dei serramenti con sistemi per finestre, porte, facciate e scorrevoli in alluminio dedicati al residenziale e alla grande cantieristica.

Con la precisa mission a offrire prodotti innovativi e sostenibili, dopo aver implementato il proprio sistema di gestione integrato ambiente e sicurezza, in conformità alle norme UNI EN ISO 14001:2015 e UNI ISO 45001:2018, nel 2022 è stata tra le prime aziende del settore ad aver ottenuto la certificazione Chain of Custody Standard dell'Aluminium Stewardship Initiative (ASI), che ha l'obiettivo di promuovere la sostenibilità in tutta la catena del valore dell'alluminio.

Molto ben rappresentata su tutto il territorio nazionale, con sede a Padova e filiali a Milano, Torino, Rimini, Roma e Napoli, conta più di 150 dipendenti, 24

agenti di vendita, un'importante rete di oltre 800 partner serramentisti e relazioni con più di 5000 studi di architettura e imprese di costruzione. Tutto questo dà chiaramente la dimensione del suo giro d'affari che, con un fatturato 2022 di 130 milioni di euro, ha portato l'Italia ad attestarsi come terzo paese più performante a livello di Gruppo dopo Germania e Francia. «Il 25,2% in più rispetto all'anno precedente è un risultato molto soddisfacente - sottolinea Roberto Brovazzo, direttore generale Schüco Italia -. Posso affermare che oggi Schüco Italia è un'azienda sana, viva, che continua a crescere in termini di organico e di servizi che siamo in grado di offrire ai nostri partner.

Ci stiamo impegnando per consolidare queste performance e devo dire che ci stiamo riuscendo, nonostante sia plausibile ipotizzare una contrazione di mercato dovuta al venir meno di incentivi come la cessione del credito o lo sconto in fattura».



GESTIONE



Quanti sono serramentisti Schüco Premium Partner?

Attualmente sono 131 e rappresentano il 37% del nostro fatturato complessivo. Questa percentuale è per oltre la metà legata a commesse nel settore residenziale (66%); un chiaro segnale di quanto anche nel nostro fatturato totale il residenziale rappresenti una quota di sempre maggiore rilevanza che nel 2022 è stata del 40%.

Con quali servizi li supportate per la gestione della loro attività? E del cliente finale?

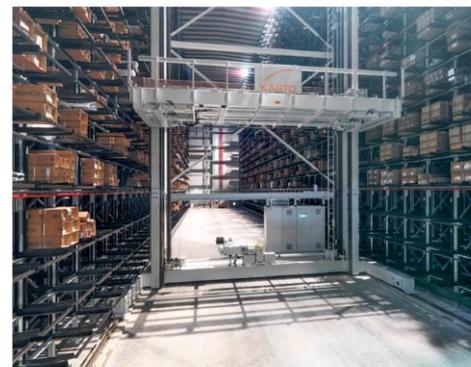
Organizziamo costantemente attività formative loro dedicate, per garantire il più elevato standard di aggiornamento su prodotti, normative e servizi. Li affianchiamo per aiutarli a gestire tutte le fasi di progettazione: dalla relazione iniziale con i clienti, alle argomentazioni di vendita, alla preventivazione fino alla posa e alla manutenzione programmata. Cerchiamo di spingerli e incentivarli a adottare comportamenti che portino dei benefici e consentano di evolversi: mettiamo a loro disposizione un software di lead management, offriamo consulenza su come allestire lo showroom di modo da offrire un'esperienza di acquisto qualificata e, tra le altre cose, li aiutiamo anche a "comunicare bene". Infatti, il supporto nella creazione e nella gestione dei siti internet per fare in modo che siano fruibili e chiari e in linea con gli standard Schüco; ma non solo, perché a ulteriore dimostrazione del ruolo centrale che ricoprono, quest'anno abbiamo deciso di centrare il messaggio della nostra campagna di comunicazione TV, radio e web proprio sul riferimento strategico della loro figura.

Presso la sede di Padova è allestito lo showroom, un ambiente di 900 metri quadrati contraddistinto da un design moderno, dove partner e professionisti possono toccare con mano l'intera gamma di soluzioni in alluminio Schüco

Da sempre puntate molto sulla partnership con i serramentisti. Che significato ha oggi per voi partnership?

Per Schüco "partnership" significa "sostegno": un supporto a tutto tondo lungo tutta la catena del valore, tenendo in considerazione l'obiettivo finale che è quello di far crescere il business dei nostri partner. Cerchiamo di ottimizzare l'efficienza del loro modo di lavorare e delle loro competenze in un'ottica win-win, cercando di offrire loro strumenti e formazioni. La crescita, in questo modo, è reciproca e la capacità di stare sul mercato più solida e duratura per entrambi.

Il magazzino profili automatizzato consente di alloggiare oltre 2000 contenitori di trasporto



Con quali strategie li aiutate a sviluppare le loro vendite?

I nostri serramentisti sono formati e preparati non solo dal punto di vista tecnico ma anche commerciale e finanziario e per supportare l'utente in tutte le fasi del processo d'acquisto con una consulenza avanzata. Inoltre, grazie a partnership affidabili e di eccellenza, abbiamo messo a punto degli strumenti specifici che consentono ai serramentisti Schüco Premium Partner di proporre, a chiunque desideri acquistare i nostri nuovi serramenti in alluminio, differenti soluzioni di credito al consumatore che completano gli incentivi statali ancora in corso di validità, come l'Ecobonus 50%.

Misurate e come la soddisfazione dei vostri clienti?

Sui serramentisti, pianifichiamo annualmente un'attività di survey che misura la loro soddisfazione re-



GESTIONE

lativamente a tutti i servizi erogati dai nostri reparti aziendali. Attraverso degli indicatori specifici, su una scala da 1 a 5, valutiamo il livello di servizio percepito, le performance, la disponibilità e i tempi di reazione dei collaboratori con i quali si interfacciano. Essendo un'indagine continua, ci consente di valutare il trend di soddisfazione. L'indicatore è sempre cresciuto e continua a crescere: su una scala da 1 a 5 siamo arrivati a 4 e questo per noi è motivo di orgoglio.

A suo avviso, qual è la sfida più importante che dovrà affrontare l'industria del serramento? medio-grande e medio-piccola?

Nel prossimo futuro gli scenari cambieranno velocemente: dobbiamo essere preparati, farci trovare pronti. Le direttive europee per l'efficiamento energetico degli edifici porteranno a un incremento degli interventi di rinnovo e ristrutturazione edilizia: un driver importante di espansione nel settore dell'involucro, che i serramentisti devono saper cogliere nel modo giusto. Come? Abbandonando la logica prudenziale della crisi per aprirsi a una visione più ottimista; abbracciando una logica lungimirante di investimento e strutturandosi adeguatamente per riuscire a sfruttare tutto il potenziale volume di fatturato che potrebbe generarsi, senza perdere nessuna opportunità.

Dotarsi di tecnologia e affrontare un processo di digitalizzazione dell'azienda è ormai imprescindibile. Noi mettiamo a disposizione macchine a controllo numerico, software di progettazione e configuratori che dialogano tra loro e supportano i serramentisti nell'elaborazione di preventivi, lavorando già da anni in BIM. La sfida è quella di rivisitare le proprie aziende puntando sull'efficienza produttiva e sulla digitalizzazione per accorciare la supply chain e accelerare la gestione dei lead. Solo così si mette in moto un "circolo virtuoso", senza tralasciare il fatto che così questo settore potrebbe attrarre giovani talenti che ricercano un lavoro qualificato.

Invece per la distribuzione quale sarà la sfida?

Distribuzione capillare, conoscenza del territorio e capacità di gestire ogni singola commessa "su misura" sono i punti di forza della nostra rete di partner, che sono dei veri e propri "sarti" del serramento. Punti di forza che però da soli non bastano più. Per contrastare la distribuzione organizzata e industriale delle finestre, già consolidata nei mercati esteri e che si sta affermando anche in Italia, bisogna riuscire a tenere insieme il vantaggio della produzione custom con la capacità di operare secondo regole commerciali e di servizio elevate, nel rispetto di tempistiche



rapide. In altre parole, essere in linea con le aspettative di mercato significa essere in grado di creare rapporti proficui con gli showroom, strutturarsi con personale adeguato a offrire rapidamente servizi di assistenza e consulenza avanzati.

Dal vostro osservatorio è in atto e/o si sta preparando una ulteriore riconfigurazione del mercato del serramento in Italia?

Uno dei vincoli che anche la nostra rete di serramentisti presenta è la capacità commerciale di affrontare il mercato secondo le regole del gioco attuali, in linea con quanto stanno facendo i competitor. Aziende strutturate con grande economia di scala, reti commerciali preparate e forti che seguono velocemente il cliente dalla preventivazione all'installazione, usando leve commerciali che sono imprescindibili per fare una vendita all'utente finale: credito consumo, garanzia post-vendita, manutenzione programmata sono solo alcuni esempi.

Con la certificazione Asi Coc avete dichiarato come la sostenibilità sia un valore dell'azienda. Con quali strumenti la state declinando?

Già dal 2016 il Gruppo Schüco si è dato degli obiettivi "sostenibili": entro il 2040 diventare "Carbon Neutral". Anche Schüco Italia ha quindi già iniziato e potenzierà delle azioni in linea con casa madre che ridurranno le emissioni lungo tutta la filiera con varie iniziative per accelerare il processo di avvicinamento e raggiungimento dei parametri di sostenibilità. Stiamo poi lavorando per ottenere la certificazione da parte di un ente italiano delle certificazioni EPD che dichiarano l'impatto ambientale dei nostri sistemi, di modo che diventino uno strumento trasparenti e sempre utilizzabili.

Schüco Italia mette a disposizione dei propri partner macchine per la lavorazione dell'alluminio, software di progettazione e configuratori che dialogano tra loro. Nell'immagine il Centro di lavoro



GESTIONE

Con design minimale valorizzato dalla planarità tra ante e telaio e da prospetti snelli e lineari, la nuova generazione di sistemi scorrevoli a libro Schüco AS FD (Folding Door) è stata concepita per massimizzare l'apporto di luce naturale col minimo ingombro. In apertura le ante possono essere ripiegate in pacchetti di spessore ridotto e spostate completamente a lato



Ritiene che la sostenibilità sarà un fattore sempre più discriminante nel mercato del serramento?

C'è una vera e propria economia legata a questo. Gli investitori oggi sono molto attenti a trovare contenuti che rendano soprattutto i nuovi edifici "ecologici", costruiti secondo delle regole di sostenibilità sempre più spinte. ESG, mappe di sostenibilità, carbon footprint sono tutte leve che portano a una rivisitazione delle imprese fornitrici, per cercare di raggiungere più facilmente gli standard dell'economia circolare.

Quali sono i vostri punti di forza?

Posso affermare che siamo riusciti a introdurre un nuovo modo di progettare edifici sempre più efficienti dal punto di vista energetico, nei quali tecnologia, forma e funzione interagiscono tra loro garantendo massima sicurezza e comfort abitativo. È attraverso la continua ricerca di nuove soluzioni che intendiamo raggiungere gli obiettivi che ci siamo posti, cioè di migliorare la vita delle persone, aumentare la bellezza e il benessere degli edifici, rendere più rispettoso il rapporto che le attività umane hanno con l'ambiente. Il nostro è un impegno quotidiano per andare oltre il prodotto, con lo scopo ultimo di aumentare il benessere degli spazi abitativi per migliorare la vita delle persone.



Il Superbonus 110% è stata un'opportunità importante per sviluppare il mercato anche dei serramenti. Con le modifiche apportate, a suo avviso, sarà ancora l'Ecobonus da cui aspettarsi risultati?

Ecobonus e Casa Bonus sono incentivi presenti da più tempo sul mercato e più semplici da appli-

care che hanno portato tantissimo beneficio. I nostri serramentisti hanno usato molto di più questi incentivi che il Superbonus 110% ed è su questo fronte che stiamo cercando con UNICMI (Unione Nazionale delle Industrie delle Costruzioni Metalliche dell'Involucro e dei serramenti) di fare in modo che lo Stato ripensi e ripianifichi questi strumenti con maggiore longevità e stabilità, per consentire agli operatori di settore di operare con sicurezza e serenità su logiche di lungo periodo.

Con quali strategie i serramentisti dovrebbero cogliere le opportunità offerte dalla direttiva energetica anche alla luce della direttiva europea Casa Green?

Sfruttando i bonus il più possibile, affiancandoli ad altre agevolazioni come la possibilità di pagamento rateale che oggi suggeriamo di utilizzare. In questo modo si riesce ad avvicinare il cliente finale all'idea di fare un investimento anche in un momento di incertezza: i serramentisti diventano così dei consulenti, esperti non solo di "finestre", ma anche degli strumenti finanziari necessari per incentivare la sostituzione degli infissi, ricoprendo una parte attiva, proattiva e propositiva nel processo di risanamento del patrimonio edilizio italiano.

Quali sono le novità di prodotto che avete introdotto recentemente?

Stiamo lavorando sull'allargamento e completamento della gamma di sistemi alzanti-scorrevoli e scorrevoli panoramici e abbiamo da poco presentato una nuova generazione di sistemi scorrevoli a libro Schüco AS FD (Folding Door) che danno vita a un involucro leggero ed essenziale, con generose aperture e geometrie libere. I sistemi sono stati concepiti per massimizzare l'apporto di luce naturale per migliorare la percezione degli spazi attraverso diverse configurazioni possibili. ■