



Schüco Italia chiude il 2023 con 127 mln e punta su assunzioni e formazione

Consociata italiana del **Gruppo Schüco International**, **Schüco Italia** prosegue nella sua crescita. Il fatturato 2023 dell'azienda di sistemi per finestre e porte in alluminio supera i 127 milioni di euro. Il risultato netto aumenta del 22% rispetto all'anno precedente, la quota si attesta su circa un terzo del mercato di riferimento (25% se si parla di residenziale, 45% della cantieristica).

“In questo periodo di grande instabilità e continui cambiamenti anche normativi che hanno impattato il nostro settore in maniera significativa, siamo riusciti a rimanere vicini ai nostri partner e a consolidare la crescita fatta negli ultimi anni”, ha dichiarato il direttore generale **Roberto Brovazzo**.

“Questo risultato, come anche la fiducia che i serramentisti continuano a riservarci, sono il frutto dell'impegno e della dedizione di tutta la nostra squadra. Infatti, è grazie anche al nostro supporto, che i partner Schüco sono diventati un punto di riferimento nel settore per competenza e professionalità”.

Nel fatturato complessivo, la cantieristica rappresenta il 55%: una quota significativa, che – si legge in nota – “conferma la capacità di gestire le grandi commesse, anche quelle più complesse. Attraverso reparti come il Custom Engineering con il Laboratorio Prove, i Servizi di Assistenza Progettisti (SAP) e di Project Management, l'azienda è in grado di offrire consulenze dedicate e di studiare soluzioni ad hoc che rispondono alle più particolari richieste architettoniche, costruttive e prestazionali.

L'incidenza del comparto residenziale è di circa il 45%. La presenza capillare sul territorio dei partner è stata fondamentale per preservare il modello di business, che vede nella produzione artigianale e personalizzata il proprio pilastro. Per continuare a supportare questo network, Schüco Italia ha messo in atto un'evoluzione della struttura organizzativa: da una parte nuovi ingressi – 18 persone nel 2023 e altre 10 nel 2024 – per un organico complessivo di 168 collaboratori, dall'altra, la crescita professionale di chi ha raggiunto ruoli di middle management dedicati allo sviluppo di nuove aree di business e all'ampliamento dei servizi rivolti ai clienti.

“Investire in formazione – spiega **Valentina Mazzucato**, organization & HR director – significa investire nel nostro futuro. Per questo, abbiamo strutturato programmi di training dedicati alle nuove risorse e ai manager, alcuni di questi con coaching one to one”. Più di 4600 le ore totali di formazione erogate: la metà per supportare in maniera adeguata i percorsi di induction dei neo-assunti, più di 1.000 per la parte tecnica legata al prodotto e le restanti per lo sviluppo di soft-skills e competenze avanzate a livello commerciale, gestionale e di marketing.