

Schüco Italia, positivo il bilancio 2025



Con una crescita del 3,7 per cento sulla quota di mercato, oggi al 36 per cento, e un fatturato consolidato superiore a 137 milioni di euro, Schüco Italia chiude il 2025 con risultati in controtendenza rispetto all'andamento del mercato dei serramenti in alluminio, che secondo i dati Unicmi registra una contrazione media dell'1,2 per cento soprattutto a causa della progressiva riduzione degli incentivi che negli ultimi anni hanno sostenuto la domanda nel comparto residenziale, un segmento che per Schüco Italia rappresenta circa il 45 per cento del fatturato complessivo.

«L'incremento della nostra quota di mercato conferma la forza del marchio Schüco e la validità di una strategia fondata sulla creazione di valore per l'intera filiera – commenta l'Ingegnere Roberto Brovazzo, Direttore Generale di Schüco Italia. Il nostro ruolo va oltre la fornitura di sistemi per l'involucro edilizio, affiancando i clienti con competenze tecniche, formazione, consulenza e strumenti di sviluppo commerciale. Questo approccio ci ha consentito di costruire relazioni solide e durature, contribuendo alla crescita dei partner serramentisti e rafforzando al tempo stesso la nostra competitività».



Roberto Brovazzo, direttore generale di Schüco Italia

Alla base vi è il presidio dell'intero ciclo di vita del prodotto, dalla progettazione alla realizzazione, fino all'assistenza post-vendita. Nel settore residenziale, Schüco Italia può contare su una rete di 46 Centri di assistenza distribuiti su tutto il territorio nazionale, in grado di garantire tempestività di intervento in caso di riparazioni e continuità di supporto e manutenzione nel tempo.

Lo stesso modello è stato esteso con successo anche al segmento della grande cantieristica e degli edifici commerciali con 2High Srl, società specializzata nella manutenzione, riparazione e ammodernamento degli involucri edilizi complessi. L'acquisizione della quota di maggioranza, perfezionata nel 2024, ha ampliato le competenze dell'azienda e rafforzato la capacità di proporsi come interlocutore unico, dalla progettazione degli interventi che riguardano l'involucro edilizio alla sua manutenzione per garantire il mantenimento delle performance dell'edificio nel lungo periodo.

Parallelamente, nel segmento residenziale Schüco Italia ha proseguito lo sviluppo di una rete di punti vendita monomarca esclusivi Casa Schüco, format realizzato in collaborazione con i serramentisti Premium Partner locali, che entro la fine dell'anno raggiungerà quota 12 punti vendita (previste nuove aperture a Vicenza, Bergamo, Monza, Napoli e Torino).