

Schüco Italia, nel 2025 supera i 137 milioni di ricavi (+3,7%)



La sede di Schüco Italia a Padova

Risultati in controtendenza rispetto all'andamento del mercato dei serramenti in alluminio per Schüco Italia che chiude il 2025 con una crescita del 3,7% e un fatturato consolidato superiore a 137 milioni di euro. Secondo i dati UNICMI, il settore dei serramenti e delle facciate continue registra infatti una contrazione media dell'1,2%, dovuta principalmente alla progressiva riduzione degli incentivi che negli ultimi anni hanno sostenuto la domanda nel comparto residenziale, segmento che per Schüco Italia ha rappresentato circa il 45% del fatturato complessivo.

In un contesto caratterizzato dall'ingresso di nuovi operatori nazionali e internazionali, l'azienda rafforza ulteriormente la propria posizione, raggiungendo una quota di mercato del 36% nel comparto di riferimento, in crescita di circa tre punti percentuali rispetto al 2024. "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 Roberto Brovazzo, direttore generale di Schüco Italia. "Il nostro ruolo va oltre la fornitura di sistemi per l'involucro edilizio, affiancando i nostri 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".

Schüco Italia continua a sostenere il proprio posizionamento lungo l'intero ciclo di vita dell'edificio, dalla progettazione alla manutenzione. Nel residenziale conta su una rete di 46 Centri di assistenza distribuiti sul territorio nazionale, mentre nel comparto della grande cantieristica e degli edifici commerciali ha ampliato le proprie competenze grazie all'acquisizione della maggioranza di 2High, società specializzata nella manutenzione e riqualificazione degli involucri edilizi complessi.

Parallelamente prosegue lo sviluppo della rete di showroom monomarca Casa Schüco, realizzati con partner locali, che entro la fine del 2026 raggiungerà 12 punti vendita in Italia rispetto ai 7 attuali, grazie a nuove aperture previste a Vicenza, Bergamo, Monza, Napoli e Torino.

L'attenzione al cliente si riflette anche nelle politiche interne: una quota del premio di risultato dei dipendenti è legata agli indicatori di customer satisfaction. Nel 2025 l'azienda ha registrato il miglior punteggio di soddisfazione della propria storia, pari a 4,12 su 5, risultato che ha portato a un incremento del 15% del premio destinato ai collaboratori.