

Schüco Italia, stop incentivi ma la crescita non si ferma

L'azienda leader nei serramenti in alluminio chiude l'anno a +3,7%. Il direttore generale Brovazzo: «Dopo il Covid una crescita costante fino a raddoppiare il fatturato»



Con oltre 137 milioni di fatturato, Schüco Italia, consociata italiana del Gruppo Schüco International, consolida la propria leadership nel settore di riferimento, posizionandosi tra i leader mondiali nella realizzazione di sistemi per finestre, porte e facciate in alluminio, dedicati al residenziale e alla grande cantieristica.

Il bilancio di chiusura del 2025 registra una crescita del 3,7%, un risultato in controtendenza rispetto all'andamento del mercato dei serramenti in alluminio.

Secondo i dati Unicmi (Unione Nazionale delle Industrie delle Costruzioni Metalliche, dell'Involucro e dei serramenti), infatti, il comparto registra 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 complessivo di contrazione, noi registriamo una crescita sia nel core business storico per Schüco, sia in quello di 2High Srl, la società acquisita nel 2024, specializzata nella manutenzione degli involucri edilizi complessi, cresciuta anch'essa, contribuendo alla crescita del 4% rispetto all'anno precedente», dice il direttore generale di Schüco Italia.

«Sia rispetto alle componenti sia rispetto alle manutenzioni, c'è stata una crescita per l'azienda. Dopo i tre anni post Covid-19, si era verificata una contrazione nel mercato generale, mentre noi abbiamo mantenuto una crescita costante fino a raddoppiare il fatturato».

Un risultato raggiunto, spiega il direttore, attraverso una presenza costante nei confronti dei partner, «ai quali abbiamo fornito assistenza a partire dalla prescrizione: i nostri tecnici supportano architetti e ingegneri nel definire le soluzioni più idonee per raggiungere le prestazioni che il progettista vuole raggiungere in termini di tenuta acustica, di temperatura, di estetica, di funzionalità. Nascono così dei capitolati di progetto che poi devono essere seguiti. Ma il supporto avviene anche nella fase di post vendita», prosegue Brovazzo.

«Attraverso 2High Srl, esprimiamo vicinanza al cliente e assicuriamo la nostra presenza nella cantieristica e nel settore residenziale, nel quale abbiamo deciso di lavorare a stretto contatto con i nostri premium partner, che sono le aziende più idonee ad operare nel settore. Insieme a queste aziende, abbiamo aperto dei negozi monomarca nei centri delle città e, entro la fine del 2026, saranno operativi 12 punti vendita totali».

Questi punti vendita monomarca esclusivi sono definiti come Casa Schüco, un format realizzato in collaborazione con i serramentisti premium partner locali, pensato come spazio espositivo e di vendita particolarmente accogliente per il cliente.

Schüco Italia ha collegato una parte del premio di risultato agli indicatori di customer satisfaction, rafforzando così il legame tra qualità del servizio, coinvolgimento dei dipendenti e performance aziendale. Nel 2025, l'azienda ha registrato il miglior punteggio di sempre nella misurazione della soddisfazione dei clienti.

«Siamo una delle pochissime aziende del Triveneto che abbiano fatto un contratto di secondo livello con le rappresentanze sindacali, introducendo la soddisfazione del cliente come indicatore per il premio di risultato. Ogni anno, viene effettuata un'indagine per monitorare la customer satisfaction (punteggio da 1 a 5), uno stimolo molto importante per avere sempre il cliente al centro. Fa parte della nostra cultura aziendale, proiettata verso un modo di lavorare più proattivo. Questo approccio è diventato una consuetudine, una cosa acquisita molto apprezzata dagli stessi lavoratori».