

## Sciuker Frames. Molto positiva la quotazione in Borsa. Promesse rispettate

«Il 2018 è stato un anno straordinario – ci ha confermato **Marco Cipriani**, Ceo di Sciuker Frames – Abbiamo conseguito la quotazione in Borsa rispettando in pieno ciò che avevamo promesso agli azionisti in termini di EBITDA, in crescita a doppia cifra. Alla chiusura del primo trimestre, le previsioni per quest'anno sono perfettamente in linea con quanto avevamo dichiarato in termini di acquisito e di volume produttivo, credo quindi che il 2019 sarà un anno con i risultati pronosticati». Ricordiamo che l'azienda, che da 25 anni progetta e produce finestre in legno-vetro strutturale e in legno-alluminio, in occasione di *Made Expo 2019* ha presentato la nuova collezione EXO, il primo sistema integrato di serramenti in legno-alluminio e legno-vetro strutturale con il nodo centrale di soli 36 millimetri e uno spessore anta di 47 millimetri per alzanti scorrevoli. Un prodotto innovativo che, con l'anta in versione zero, assicura il 35% di luce in più. «I nostri risultati sono buoni perché restiamo un'azienda di nicchia,

dove abbiamo giocato sulla specializzazione per distinguerci e per non estinguerci! – ha proseguito Marco Cipriani – Questo ci ha permesso di essere l'azienda di riferimento e il secondo player in Italia, nella nostra categoria di prodotto. Di conseguenza siamo riusciti a creare una generazione di nostri clienti i quali credono nella nostra mission che ha di base la Green Economy. Infatti, riduciamo l'uso di materiali plastici nelle nostre produzioni. Oggi l'involucro edilizio ha una responsabilità molto importante nella produzione di CO<sub>2</sub>, la finestra è il principale attore e noi, in quanto costruttori abbiamo la responsabilità, oltre che di fare business per i nostri azionisti, di dare una mano al Pianeta». L'azienda che ha una rete di vendita con circa 250 rivenditori, sta sviluppando il suo progetto Urban store che a oggi conta quattro showroom aperti in Italia con altre aperture in previsione. «Si tratta di un progetto in linea con quelle che sono le crescite interne previste anche nei processi di quotazioni – conclude Cipriani – Aumenteremo il numero degli showroom diretti perché in alcune zone, ad esempio la Campania, un mer-

cato che gestiamo direttamente, abbiamo necessità di avere posizionamenti importanti per poter consolidare il nostro prodotto, mentre Milano diventerà una base strategica per i nostri rivenditori e per lavorare con l'estero».

## Italserramenti, bilancio 2018 positivo e "apertura" a serramenti in alluminio

**Roberto Galli**, amministratore Italserramenti e consigliere incaricato Gruppo Finestre di **EdilegnoArredo**, è soddisfatto per i risultati conseguiti l'anno scorso dalla sua azienda che ha registrato una crescita di circa il 7% con 15 milioni di fatturato e che per quest'anno prevede un'ulteriore crescita tra il 5-6% del comparto legno con l'obiettivo di arrivare un fatturato globale di 18 milioni di euro, compreso quindi il comparto alluminio. Infatti, l'azienda, che ha alle spalle 43 anni di lavorazione di legno e legno alluminio, da quest'anno produce anche serramenti in alluminio «Perché – spiega Roberto Galli – siamo molto presenti anche nel contract, dove vengono richiesti materiali diversi poiché spesso nel recupero e nelle nuove costruzioni si adoperano, ad esempio, serramenti in legno nei piani abitati, mentre al pianterreno dove ci sono i negozi si utilizza l'alluminio. C'è quindi un mix nelle diverse costruzioni che rende necessaria un'offerta di serramenti ampia per rispondere con il materiale giusto a ogni domanda. Producendo serra-

menti in legno-alluminio eravamo già dotati degli impianti, per cui abbiamo deciso di produrre anche serramenti in alluminio con un posizionamento sulla fascia medio-alta e risultati che, devo dire, sono molto buoni». Dopo aver lavorato per ridurre la sezione dei profili del serramento in legno, attualmente l'azienda sta lavorando anche sull'acciaio rivestito in legno per realizzare serramenti di grandissime dimensioni. «Dobbiamo essere consapevoli che ogni materiale ha le proprie caratteristiche – spiega Galli – Dobbiamo quindi cogliere ed evidenziarne le peculiarità. In futuro saranno importanti l'unicità e la customizzazione dei prodotti ma altrettanto importante sarà permettere al nostro cliente di fare manutenzione e di trovare pezzi di ricambio...senza far fatica. Sarà, dunque, tassativo anche per il produttore offrire un servizio postvendita rivolto all'utente finale. Amazon insegna! Se il prodotto non va bene, il cliente lo restituisce ed è sostituito senza neanche sapere il motivo per cui non va bene. Questa cultura si sta diffondendo e di conseguenza occorre pensare che dobbiamo affrontare un mercato sempre più esigente ma anche sempre più volubile. Perciò dobbiamo avere un prodotto in grado di rispondere in maniera adeguata alle richieste: qualità, funzionalità, facile manutenzione e reperibilità dei pezzi di ricambio. Stiamo quindi lavorando anche sul BIM per far sì che in futuro ci sia tracciabilità dei nostri prodotti».

