

17/12/2020

Stefano Tuccio, AD di Hörmann Italia

Rappresenta l'eccellenza nel comparto delle chiusure civili e industriali, ha al suo attivo 50 addetti diretti, dispone di una rete commerciale che conta 90 qualificati agenti e 500 concessionari di zona, ha tre sedi operative tra cui il prestigioso headquarter in provincia di Trento e, oggi, vanta anche 30 anni di storia alle spalle; stiamo parlando della [Hörmann Italia](#), filiale nel Bel Paese dell'omonimo gruppo che, protagonista di un'ascesa costante, è ormai considerato un "colosso" nel contesto del panorama di settore a livello mondiale.

Forte di un percorso di successi che, dal 1990, data della fondazione, ha condotto l'azienda ad aumentare progressivamente il proprio market share e ad affermarsi come player di riferimento nel segmento nazionale delle chiusure, Hörmann Italia celebra ora i 30 anni di attività con grande orgoglio, ma con lo sguardo già rivolto al futuro. Realtà virtuosa che ha saputo distinguersi sin dagli esordi per visione e serietà, oltre che per la proposta di soluzioni innovative nonché di un servizio tempestivo, l'azienda ha posto da tempo le basi per affrontare il cambiamento richiesto da questi ultimi anni e ha scelto di conferire importanza a tematiche che non possono più essere ignorate dalle imprese, a partire da quella ambientale. Di tutto ciò, discutiamo con l'amministratore delegato di Hörmann Italia, alle redini della società dal 2008, **Stefano Tuccio**.

Image: STEFANO%20TUCCIO%281%29.jpg

Ing. Tuccio, Hörmann Italia ha raggiunto l'importante traguardo dei 30 anni di attività: su quali fondamenta poggia il modello di business che ha condotto l'azienda al successo e quali sono stati i valori che hanno guidato questo percorso?

Il Gruppo Hörmann è un'impresa multinazionale a carattere familiare, giunta ormai alla quinta generazione di imprenditori attivi e presenti in ogni settore dell'azienda. L'impegno e la motivazione dimostrati negli anni, in primis dagli stessi membri della

famiglia, sono stati i modelli di riferimento per lo sviluppo anche a livello internazionale. **‘Una buona reputazione bisogna guadagnarsela’** è il motto del fondatore e noi abbiamo voluto ispirarci a questa filosofia anche qui in Italia. Sul nostro mercato, è poi risultata vincente anche la capacità di generare squadra, coinvolgendo e motivando le diverse reti commerciali operanti sul territorio: un obiettivo ottenuto grazie alla coerenza e alla condivisione degli obiettivi, mettendo sempre il cliente al primo posto.

In questi ultimi anni, e ancor più nel corso degli ultimi mesi, le aziende hanno dovuto affrontare il tema del cambiamento. Come ha approcciato, Hörmann, questa necessità?

L’adattamento imposto da questo periodo non è stata una scelta, bensì un’esigenza primaria di sopravvivenza: penso che in questo siamo riusciti abbastanza bene. Abbiamo soprattutto integrato nuove modalità di comunicazione che, d’ora in avanti, faranno parte della nostra quotidianità, anche negli anni a venire post-vaccino anti covid 19. **La formazione di tutti i collaboratori e partner assumerà un ruolo sempre più fondamentale:** l’aggiornamento destinato ad offrire il miglior servizio consulenziale rappresenterà, più che in passato, una delle chiavi di successo per un’azienda. Il cambiamento – termine al quale preferisco evoluzione – è tuttavia un processo continuo, che prescinde dall’attuale pandemia. Siamo perciò motivati dal fatto di appartenere a un gruppo che investe costantemente per sviluppare nuove tecnologie e prodotti in grado di rispondere alle mutate esigenze del mercato verso chiusure e dispositivi accessori; soluzioni dunque caratterizzate da migliori prestazioni, minori consumi e massima attenzione verso l’ambiente.

Image: Hormann%20Italia.jpg

Parlando proprio di ambiente, è ogni giorno più palese quanto sia fondamentale che le aziende si orientino verso un paradigma economico più sostenibile, legato non più solo al focus del profitto ma anche a un impatto positivo sul pianeta. A riguardo, quali investimenti ha attuato Hörmann negli anni e quali best practice adotterà al riguardo?

Gli stabilimenti Hörmann in Germania sono i principali clienti di Naturstrom, un fornitore di energia elettrica ricavata esclusivamente da fonti rinnovabili: **il 100% della produzione utilizza quindi energia ‘verde’.** Questo è solo uno degli esempi dell’attenzione che la famiglia Hörmann rivolge alle generazioni future. Ce ne sono davvero molti altri; il tema è già stato presentato in passato, ma verrà senz’altro

approfondito e trattato in modo più dettagliato da oggi in poi.

Dal 1990, avete costruito valore, divenendo sinonimo di qualità nel mondo delle chiusure sul territorio italiano. Come immagina ora il futuro di Hörmann Italia?

Sono un inguaribile ottimista, pertanto la risposta è scontata. Dovremo tenere fede al motto del fondatore e continuare a costruirci la nostra reputazione anche in futuro. Per raggiungere questo obiettivo è indispensabile evolvere, imparare a **utilizzare di più e meglio la gamma sempre più articolata di soluzioni che la nostra casa madre ci mette a disposizione**. La parola d'ordine sarà imparare a gestire questa complessità e, se riusciremo a prendere un bel voto dopo essere tornati sui banchi di scuola, i prossimi 30 anni potranno essere davvero straordinari.

Già volta dunque al domani, la storia della filiale italiana si incastona tra l'altro in un percorso di successo ancora più ampio: nel 2020, anche il Gruppo Hörmann ha posto infatti un'altra pietra miliare nel contesto del suo straordinario iter evolutivo, festeggiando gli 85 anni di attività.