

Giochi buoni

Con Trudi il peluche diventa ecologico

MAURA DELLE CASE

L'ad Dario Bertè racconta la rivoluzione green: "Lanceremo nel 2023 una linea 100% in materiale riciclato e abbiamo un corso per designer ecosostenibili"

Peluche green e giocattoli di legno. Trudi, l'azienda friulana leader nella produzione di peluche, abbraccia la sfida della sostenibilità e si prepara a lanciare sul mercato, l'anno prossimo, una linea realizzata al 100% in materiale riciclato. La rivoluzione, a Tarcento, in provincia di Udine, dove Trudi è nata nel 1954, è iniziata quest'anno con la sostituzione dell'imbotitura, che è già, per tutti i peluche, interamente realizzata in materiale riciclato. Non fosse abbastanza, l'azienda sostiene un corso volto a formare (e poi assumere) designer specializzati in prodotti ecosostenibili.

«Nel 2023 lanceremo la linea green di Trudi, una collezione di peluche realizzate interamente in materiale riciclato, sia per il riempimento che per l'esterno», annuncia l'ad Dario Bertè, alla guida di Trudi dal 2019 quando la società è passata dalle mani di Paladin Capital Partners del gruppo Carisma, che l'aveva acquistata nel 2005 dalla 2i Invest di Alessandro



Un negozio Trudi: l'azienda già da quest'anno ha creato imbottiture in materiale riciclato

Benetton, a quelle di Giochi Preziosi che ha iniziato un percorso di rilancio dell'azienda, "regalandole" - a partire dal 2019 - l'esperienza portata in dote da Bertè, che dopo 33 anni di lavoro in Giochi Preziosi come ad dell'area business, dal 2021 si dedica al 100% all'azienda di Tarcento.

«Quello del giocattolo è un mondo a parte, ci vogliono competenze specifiche, lo si deve conoscere», chiarisce il manager mettendo in fila i risultati di que-

sto primo biennio di gestione che ha visto i ricavi tornare a crescere: «Dagli 8 milioni di euro del 2020 abbiamo sfiorato i 10 nel 2021 e quest'anno finiremo intorno ai 15. Il nostro goal è arrivare a 20 nell'arco dei prossimi due anni».

Al giro d'affari, dall'ingresso di Giochi Preziosi in Trudi, contribuiscono in modo sostanziale le attività di loyalty, le iniziative promozionali, che alla società friulana valgono sì ricavi, ma soprattutto notorietà. La lista delle collaborazioni è lunga. Nel mondo dello sport c'è la ma-

1.300 punti vendita. «L'obiettivo principale che avevamo era fare in modo che il brand, storico e forte per notorietà e solidità nel mercato italiano e internazionale, ritornasse a essere veramente un punto di riferimento nella sua categoria», spiega ancora Bertè ricordando come Trudi non sia solo un giocattolo: «Anche la nonna è contenta se il nipote le regala un Trudi». E contenta è pure la fashion victim che acquista il peluche griffato, realizzato a Tarcento. «Abbiamo un laboratorio dedicato per questo tipo di produzione, dedicata a maison italiane e francesi, che abbiamo anche dovuto ampliare alla luce del turnover triplicato nell'arco di due anni». In Friuli è ospitata anche tutta l'attività di prototipazione, affidata alle mani esperte dei dipendenti - l'azienda occupa complessivamente 40 dipendenti -, inarrivabili nella capacità di dar forma ai peluche, all'espressione del volto, alle pieghe del corpo che sono poi il segreto di ogni Trudi. Dopo due anni di lavoro per riposizionare il prodotto sul mercato italiano, ora l'attenzione del management si sposta su Sevi, il marchio di proprietà di Trudi dedicato ai giocattoli in legno, nato a Ortisei. Ed è la località dolomitica il punto di partenza del rilancio pensato da Bertè: «Vogliamo riportare Sevi alle sue origini, cavalcare il brand Dolomiti e per farlo abbiamo avviato una collaborazione con Cademia, l'accademia di lavorazione del legno di Ortisei i cui studenti stanno progettando insieme a noi la nuova linea "Sevi for Dolomites".

Numeri

20

RICAVI

L'obiettivo che si prepara a raggiungere Trudi nel corso dei prossimi due anni è un volume di ricavi di 20 milioni. Quest'anno l'azienda chiuderà con ricavi per 15



Foto: P. Scattolon / Contrasto