

LA SOCIETÀ ALTOATESINA DI ARTICOLI PER LA CASA CHIUDERÀ IL 2010 CON 207 MILIONI DI FATTURATO

Thun si lancia nei cartoni animati

Il gruppo sviluppa una serie di cartoon per affermare una linea di prodotti dedicati ai bambini. Nel 2011 i ricavi cresceranno ancora grazie a nuovi negozi monomarca e a una strategia di espansione all'estero

DI STEFANIA PEVERARO

Oltre 200 milioni di fatturato. È l'obiettivo per il bilancio 2010 di Thun, società (controllata dall'omonima famiglia di Bolzano) che produce i noti angioletti di ceramica e una serie di articoli decorativi per la casa. Il gruppo ha da poco festeggiato i 60 anni di attività ed è alle prese con un radicale cambiamento di strategia. «Oltre a puntare sullo sviluppo dei negozi monomarca a gestione diretta in Italia», ha spiegato a *MF-Milano Finanza* l'amministratore delegato Paolo Denti, «ora Thun vuole lanciare la sfida all'estero e raggiungere il pubblico dei bambini attraverso lo strumento dei cartoni animati». Una nuova strategia che, secondo il manager, consentirà alla società altoatesina di raggiungere quota 207 milioni di ricavi quest'anno e salire a oltre 220 nel 2011 dai 196 milioni del

qui l'accordo con Acthoons, piccola società di produzione di cartoni animati di Bologna fondata da Giovanna Bo, che è riuscita a

fare il salto di qualità nel 2005 grazie al contributo finanziario e manageriale di Massimo Scandroglio. Acthoons ha così svilup-

pato per Thun il cartone animato *Nel magico mondo di Sonni*, una serie in cui le principali icone del mondo Thun (come il sole e gli

animali del bosco) interagiscono con Mia e Leo, i personaggi protagonisti del cartoon. (riproduzione riservata)



Un angioletto della Thun

2009. Il tutto nonostante i forti investimenti abbiano finora limitato la redditività intorno all'1%. «Nel 2010 abbiamo aperto 33 negozi monomarca in franchising e 10 a gestione diretta, per un totale di oltre 300, cui vanno sommati 900 punti vendita shop-in-shop», ha spiegato Denti. «L'anno prossimo intendiamo aprire almeno altri 20 negozi a gestione diretta. È un investimento importante, visto che per ogni negozio bisogna impegnare 400-500 mila euro». L'altra direttrice di sviluppo riguarda l'estero. «Al momento soltanto il 5% del nostro fatturato viene da oltreconfine e ma vogliamo portare questa percentuale al 25-30%», ha aggiunto l'amministratore delegato di Thun. «Infine abbiamo deciso di diversificare ulteriormente i nostri prodotti: agli oggetti decorativi per la casa abbiamo aggiunto prodotti più funzionali e anche bigiotteria, che oggi corrispondono a circa il 10% del fatturato. Ora la sfida è arrivare ai bambini di 2-6 anni con peluche e giochi educativi e per farlo abbiamo scelto di passare attraverso il mondo dei cartoon». Da