



LA STRATEGIA

Una passione per i filati che è nata dopo la guerra

Marco Redini entra in azienda a metà anni Ottanta proprio mentre l'abbigliamento sportivo comincia a decollare

Il titolare della Trerè Marco Redini ha ereditato la passione per filati e tessiture dal nonno Guido che, finita la Seconda guerra mondiale, comincia a lavorare in un calzificio di Castel Goffredo. Un

laboratorio in cui le calze sono ancora filate nei telai per la tessitura della lana. Il figlio Luigi segue le sue orme e negli anni Cinquanta, insieme al padre e al fratello, apre la Selvocalze. È il periodo dell'espansione del mercato dei collant e l'azienda investe in macchinari all'avanguardia. L'ingresso in azienda di Marco avviene a metà degli anni Ottanta, proprio mentre l'abbigliamento spor-

tivo comincia a decollare. Il "nipote d'arte" intuisce le potenzialità della tecnologia e del know how dell'azienda e decide di metterli al servizio di un altro tipo di produzione: l'abbigliamento funzionale, cioè capi realizzati per assecondare e proteggere il corpo nelle più disparate discipline sportive, e le calze super tecniche per tutti gli sport. È l'inizio di una crescita continua e vertiginosa ba-

sata sullo studio e sulla scoperta di materiali sempre nuovi. Un'attività di ricerca che ha fatto vincere a Trerè

Innovation più di 560 riconoscimenti internazionali. Oltre ad avere un marchio proprio, Uyn (nato con la collezione autunno-inverno 2018-2019), l'azienda realizza e distribuisce prodotti su licenza per altri marchi (per esempio per Jeep e Replay), produce le biciclette Titici, con telati fatti a mano su misura, e realizza capi per clienti internazionali come Armani e Rossignol.

Tra le ultime novità ci sono le scarpe prodotte partendo dalle calze: frutto di un lavoro di sviluppo durato tre anni, sono state lanciate lo scorso agosto. —



L'avventura è iniziata dopo la Seconda guerra mondiale





LA "HALL OF FAME"

Dall'Everest al Tour de France Un esercito di testimonial

La "hall of fame" con gli ambasciatori Uyn è vicino all'ingresso. Alle pareti le immagini dei testimonial, come il campione di sci Kristian Ghedina, tra i migliori discesisti degli anni Novanta, e di chi ha scelto il marchio di Trerè Innovation come partner tecnico per imprese a volte strabilianti. È il caso di Omar Di Felice, per due volte campione nazionale di ultra-cycling (gare di distanza superiore

ai 300 km), che lo scorso marzo è diventato il primo ciclista ad attraversare l'Himalaya da Kathmandu al campo base dell'Everest: in mountain bike, in solitaria e in pieno inverno. Grazie alle sue avventure e alla sua esperienza, Di Felice contribuisce allo sviluppo e al test dei prodotti Uyn nelle condizioni più estreme.

Dalla bicicletta alla corsa: l'azienda sta per annunciare

una nuova collaborazione con il runner estremo Paolo Venturini che, il prossimo febbraio, correrà sulla superficie ghiacciata del lago Baikal, in Siberia. Lo farà per mettere a segno un record sportivo e per attirare l'attenzione del pubblico sui problemi ambientali: quel lago, tra qualche anno, molto probabilmente non ghiaccerà più. Tra le partnership più preziose ci sono, poi, quelle con le

squadre di sci: otto nazionali (Italia, Francia, Germania, Slovenia, Russia, Cina e la

squadra di biathlon della Slovacchia) utilizzano l'intimo funzionale e le calze Uyn, mentre gli atleti della squadra austriaca di Free Ski han-

no scelto qui, tra i modelli del marchio di Asola, la loro divisa di gara. "Uynner" convinta pure la sciatrice Petra Vlhova, che nella stagione 2018/2019 ha conquistato l'oro nel gigante ai Mondiali di Åre e nel 2020/2021 è di-

ventata la prima sciatrice slovacca a vincere la Coppa del Mondo di sci alpino. Partner tecnico della squadra di ciclismo Israel Start-Up Nation, capitanata dal quattro volte vincitore del Tour De France Chris Froome, Trerè Innovation è anche fornitore ufficiale dello Sky racing team VR46, il progetto di Valentino Rossi per far crescere nuovi talenti, e della squadra di vela statunitense Quantum Racing. —

Dalla corsa a piedi
alla bicicletta:
test estremi per
migliorare ancora



La sede asolana della Trerè Innovation





► 30 novembre 2021

MADE IN MANTOVA

Con la ricerca Trerè Innovation porta un piede nel futuro

Lo sguardo al futuro ce l'hanno già nel nome: Trerè Innovation. L'azienda di Asola in questi anni non si è mai fermata. / PAGINE 12 E 13

Con il centro ricerche Trerè Innovation alza ancora l'asticella

L'azienda di Asola non si è mai fermata e ha rivoluzionato la sua produzione
Con il marchio Uyn è stata messa in primo piano la performance sportiva

Lo sguardo al futuro, per tutti qui una parola d'ordine, ce l'hanno già nel nome: Trerè Innovation. L'azienda di Asola non si è mai fermata da quando Marco Redini, nipote del fondatore e amministratore unico, ha intuito che il know-how dell'impresa di famiglia poteva essere sfruttato per qualcosa di lontano anni luce dalle calze da donna degli esordi: abbigliamento, calze e capi di intimo sportivo, e da poco persino scarpe, ad altissime prestazioni tecniche, sfoggiati da campioni (tra i tanti big che indossano Uyn, il marchio di proprietà, ci sono Kristian Ghedina e la campionessa del mondo di sci alpino Petra Vlhova) ed esportati in 26

Paesi.

Quello sguardo ora va oltre. Tra aprile e maggio 2022, il gruppo industriale, che conta due siti produttivi (uno ad Asola, l'altro in Bosnia), 800 dipendenti (170 ad Asola, ma in forte crescita) e un fatturato da 100 milioni di euro (per il 95% generato dall'export), inaugurerà il centro ricerche Areas (Academy for research and engineering in apparel for sport): 3.500 metri quadrati e 20 milioni d'investimento per uno spazio destinato a diventare cervello e cuore di Trerè.

In parallelo, con lo slogan "Comitted to a greener world (impegnati per un mondo più verde), corre il

progetto sulla sostenibilità ambientale: innovazione al servizio dell'ambiente. L'edificio candido che accoglierà Areas sta per essere terminato, mentre lo show-room si sta allargando per accogliere le nuove collezioni.

E l'aria che si respira - scherzano, ma nemmeno troppo, da queste parti, pensando ai campus della Silicon Valley - è da piccola Cu-

pertino d'Italia. «Areas è la chiave di tutto - dice Redini - Stiamo realizzando un centro di ricerca e sviluppo senza precedenti, dove svolgere avanzatissimi test sui materiali, sui prodotti e anche sugli atleti, in partnership con il CeRiSM di Rovereto (Cen-





tro di ricerca "Sport, montagna e salute")».

Ci saranno una galleria del vento climatica, un reparto

medico-sportivo, un body scanner 3D. E del gruppo farà parte anche Hyper, un manichino termometrico che, riproducendo movimenti e reazioni del corpo umano, farà capire le performance dei capi in termini di mantenimento della temperatura e traspirazione.

Sarà messo a punto anche un sistema per misurare le reazioni neuro-fisiologiche

di chi indossa il capo. Areas diventerà un punto di incontro per studiosi e ricercatori, con un campus per accoglierli: «Sarà un luogo - prosegue Redini - dove mettere in condivisione il sapere a livello internazionale, dar vita a nuove idee, a visioni dirompenti e rivoluzionarie, in collaborazione con l'Università di Bologna, la più antica del mondo occidentale. Attrarremo giovani talenti da tutto il mondo e li coinvolgeremo in un progetto di studio e lavoro».

Il contest per scegliere il primo gruppo di super studenti doveva essere lanciato l'anno scorso, ma il Covid-19 ci si è messo di mezzo: appena sarà possibile, partirà la selezione. Un piede nel futuro l'ha invece già messo il nuovo magazzino automatizzato, inaugurato lo scorso maggio, nel quale è la merce ad andare agli addetti, non il contrario.

Gli ordini vengono mandati a una macchina, che li preleva e li invia alla baia di prelievo attraverso una squadra di quattordici robot. Il sistema ha permesso di triplicare la capacità di gestione degli

ordini: se la richiesta arriva alle 12, alle 16 la merce è già pronta per essere spedita. Un'accelerazione providenziale soprattutto per l'e-commerce, cresciuto a ritmi vertiginosi nell'anno della pandemia. Un 2020 caratterizzato da difficoltà, ma anche da tempi di reazione da campioni: la mascherina anti-Covid firmata Uyn è un esempio. Il marchio di casa, acronimo che sta per "unleash your nature" (scatena la tua natura), lanciato sul mercato con la collezione autunno-inverno 2018 dopo l'interruzione della collaborazione con gli svizzeri di X-Bionic, e venduto anche attraverso i negozi monomarca, è tutto prodotto ad Asola: in momenti difficili per i trasporti, un vantaggio per l'acquisizione di nuovi clienti. Che continuano ad aumentare, come le collaborazioni con designer e case di moda: oltre alle licenze su grandi marchi come Jeep e Replay e alla produzione delle biciclette "taylor made" Tiddici, Trerè vanta partnership con colossi come Armani e Rossignol. —

SABRINA PINARDI

© RIPRODUZIONE RISERVATA





► 30 novembre 2021



I NUMERI



Fatturato 2020
100 mln



Metri quadrati coperti di magazzino
16.000



Export
95 %



Paesi serviti regolarmente
26



Dipendenti del gruppo
800



Dipendenti ad Asola
170



3102AR





L'azienda investe in sviluppo e ricerca puntando sempre al minor impatto ambientale
Un prodotto uscito dai laboratori Uyn è il "Natex", che si ottiene dai semi di ricino

Caccia alle microplastiche con il super-depuratore per non inquinare i mari

LA STORIA

Più di quattrocento tonnellate di CO2 risparmiata, cioè quanto emette un'auto che fa il giro del mondo per 66 volte. Un filo di microplastiche da 382 chilometri sottratto all'ambiente grazie a filtri speciali: la distanza tra Asola e Monaco di Baviera. Sono esempi dei traguardi di

sostenibilità raggiunti da Treré Innovation grazie a investimenti e ricerca. Si va dalla riduzione delle fonti inquinanti al processo produttivo circolare "zero waste" (rifiuti zero) fino allo studio di nuovi materiali, più performanti ma anche più ecologici.

L'energia che muove il quartier generale di Asola è fornita in parte dai pannelli fotovoltaici e in parte dalla rete: ma in quest'ultimo caso,

viene acquistata soltanto energia elettrica da fonti rinnovabili. Una scelta che fa risparmiare 420 tonnellate di CO2 l'anno. Altro tema caldo è quello delle microplastiche, frammenti di materiale plastico inferiore ai cinque millimetri di lunghezza che inquinano gli oceani, uccido-

no migliaia di specie animali. Il lavaggio dei tessuti sintetici è una delle principali cause della loro dispersione nelle

acque. Per questo, l'azienda ha installato un impianto di depurazione che cattura ogni giorno 425mila fibre di microplastiche, e sta sviluppando un trattamento che ne riduce la produzione del 20%.

Oltre a impedire che si disperdano nell'ambiente, l'azienda, inoltre, le reintroduce nel ciclo produttivo. Anche tutti gli altri scarti del processo produttivo vengono, il

più possibile, riciclati. Gli scarti tessili, per esempio, si trasformano in risorse. L'ultima creazione di casa Uyn, il marchio di proprietà di Treré, si chiama "Airster": dagli scarti, si ottiene un materiale per imbottire giacche e scarpe che, attraverso un intreccio di fibre studiato dai tecnici Uyn, risulta più soffice e confortevole e riesce a trattenere una quantità maggiore d'aria rispetto alle imbottiture sintetiche tradizionali.

Un altro materiale innovativo uscito dai laboratori Uyn è il "Natex", che si ottiene dai semi di ricino. L'intimo prodotto con il Natex risulta più

leggero, si asciuga prima, è più elastico e isolante, oltre a essere naturale. Anche quando le fibre sono quelle tradizionali, l'attenzione alla sostenibilità non manca: il cotone usato per i capi è ecologico, mentre per la lana merino la scelta cade su lana proveniente dal Sudafrica, dove è messa al bando una pratica crudele chiamata mulesing (scuoimento della pelle della pecora).

Un'altra fibra utilizzata dall'azienda è la canapa,

pianta che richiede meno acqua delle altre piante tessili e che assorbe più CO2 di quante ne produca.

L'impegno di Treré è riconosciuto a livello internazionale: l'azienda, per esempio, è stata tra le prime in Europa a ottenere la certificazione SteP (Sustainable Textile Production) by Oeko-Tex, che garantisce la sostenibilità dei processi tessili. E non soltanto dal punto di vista ambientale: gli standard SteP riguardano anche salute e sicurezza sul luogo di lavoro, la gestione dei prodotti chimici e gli aspetti etico-sociali. Il mercato premia queste scelte? «Il mercato va analizzato in base alle generazio-





ni - risponde Marco Redini, l'amministratore delegato - Al momento i più giovani prestano molta attenzione alla sostenibilità, mentre gli over 60 non hanno la stessa sensibilità verso le tematiche di rispetto ambientale. Nel futuro, le nostre scelte saranno premiate dal mercato. Al momento ci sono però ancora differenze in base ai consumatori». —

S.PIN.

**Atleti-immagine
Kristian Ghedina
e la campionessa di sci
alpino Petra Vlhova**

**Un piede nel futuro
l'ha già messo il nuovo
magazzino
automatizzato**

**Un 2020 caratterizzato
da difficoltà ma anche
da tempi di reazione
da campioni**





► 30 novembre 2021



Nelle fotografie di Nicola Saccani, alcune immagini dello stabilimento asolano della Treè

