
**VESTENDO
LE PERSONE
COSTRUIAMO
UN SOGNO**

GRUPPO
TEDDY  DAL
1961

**IL NOSTRO
SOGNO**

**LA NOSTRA
STORIA**

**IL NOSTRO
GRUPPO**

**I NOSTRI
MARCHI**

**IL NOSTRO
BUSINESS**

**LA NOSTRA
FONDAZIONE**

*Tutti i dati del company profile,
ove non è indicato diversamente,
si riferiscono al bilancio consolidato 2015.*





— IL NOSTRO SOGNO... —

Il sogno della Teddy è quello di costruire una grande azienda globale che guadagni molto per ingrandirla, creare occupazione ed impiegare ogni anno parte degli utili netti per aiutare i più deboli attraverso opere sociali sia in Italia che all'estero.

Il sogno è quello di costruire un'azienda in cui i giovani e meno giovani attraverso il lavoro riescano a dare un significato, un senso alla propria vita.

Il sogno è costruire un'azienda dove ogni 5 persone cosiddette normali possa lavorare una persona che ha dei

problemi e che le 5 persone cosiddette normali aiutino quelle meno fortunate a vivere una vita normale, poiché è solo attraverso il lavoro che una persona acquisisce la sua dignità.

Il sogno è quello di formare una classe dirigente coraggiosa, responsabile, competente, proiettata verso il futuro, senza paura e che sappia trasmettere a tutti coloro che verranno dopo di loro tutti quei valori di cui ho parlato sopra.

Vittorio Tadei, fondatore del Gruppo Teddy

— ...LO COSTRUIAMO VESTENDO LE PERSONE —



Quello che mi ha sempre affascinato della Teddy è il suo Sogno. Anzi, prima ancora di imbartermi nel suo Sogno, mi sono imbattuto e mi hanno affascinato le persone che vivevano questo Sogno; ad iniziare da Vittorio Tadei, per continuare con tantissime altre persone, le più diverse, con le storie le più disparate, ma che vivevano nel concreto del lavoro, ed ognuno a proprio modo, la sfida imprenditoriale e valoriale che il nostro fondatore ha scolpito nel Sogno.

Questo è quello che ha affascinato me e che ha affascinato ed affascina oggi tantissime delle persone che collaborano alla costruzione quotidiana della Teddy, siano esse giovani, meno giovani, dipendenti, collaboratori, clienti, fornitori, amici o colleghi.

Chi non vorrebbe nella vita costruire qualcosa di grande come l'azienda che viene descritta nel Sogno? Ecco perché in verità il Sogno della Teddy non è appena

il sogno del suo fondatore, ma in fondo è il sogno di ciascuno di noi. Questa è la ragione per la quale investiamo ogni giorno tutta la nostra passione, la nostra creatività le nostre capacità per costruire una azienda che punti alla leadership del mercato del fast fashion.

Siamo sognatori, ma ad occhi aperti! Abbiamo gli occhi sempre piantati sulla realtà del nostro mercato, sui desideri dei nostri clienti e in questo siamo molto pragmatici. Non ci sentiamo mai a posto, sappiamo che dobbiamo ogni giorno imparare anche quello che credevamo già di sapere. Soprattutto sappiamo che dobbiamo dare ai nostri clienti un prodotto all'altezza dei suoi desideri e del nostro Sogno.

Questa è la nostra ricetta per vivere il lavoro, crescere e durare 500 anni.

Alessandro Bracci,
Presidente e Amministratore Delegato

LA NOSTRA STORIA



NOI NASCIAMO IN NEGOZIO, IN MEZZO AL PRODOTTO E AI CLIENTI.

Tutto nasce quando Vittorio Tadei, giovane ragazzo di Rimini, appassionato ciclista, curioso del mondo, decide di lasciare la professione di commercialista e dedicarsi al negozio di abbigliamento delle sorelle a Riccione. È lì che scopre una passione per l'abbigliamento e per il rapporto con il cliente. Due passioni che andranno a plasmare l'anima della futura Teddy.



BYE BYE PROVINCIA: I PRIMI NEGOZI E I PRIMI INGROSSI.

Vittorio dà inizio a Rimini da subito a un primo laboratorio artigianale di maglieria per servire i negozi della zona.

La provincia però gli sta stretta: negli anni '70 inizia la distribuzione all'ingrosso in Italia e vengono aperti i primi negozi tra l'Emilia-Romagna e le Marche. Vittorio ha capito una cosa: è importante produrre, ma anche avere il polso della distribuzione, essere il più possibile vicino ai clienti.

FARE IMPRESA INSIEME: IL FRANCHISING RETAIL E LA DISTRIBUZIONE WHOLESALE.

È qui che arriva la svolta per la Teddy. È il 1988, nasce Terranova e nasce anche la formula che lo porterà in tutto il mondo e che costituirà il modo di fare retail del Gruppo per gli anni a venire. Nasce il franchising in conto vendita e il 'border factor' della Teddy, quel desiderio continuo di esplorare nuovi mercati: in 10 anni Terranova arriverà in 20 stati. Nel frattempo continua la distribuzione all'ingrosso all'insegna del vero pronto moda italiano, distribuzione che nel 2000 prenderà le forme del marchio Rinascimento che si svilupperà in tutto il mondo attraverso una rete di ingrossi internazionale.



IL VALORE DEI MARCHI, LA NASCITA DI CALLIOPE.

Mentre l'espansione di Terranova continua, arrivando a toccare i 400 negozi, nel 2005 nasce Calliope, il terzo marchio di casa Teddy. È un momento di r-evolution. Un'azienda che ha sempre badato a lavorare sodo, si accorge che è arrivato il momento di proporre al cliente non solo un prodotto, ma un mondo di riferimento. Vengono inaugurati i due nuovi concept store dei marchi Terranova e Calliope e sviluppata l'identità dei brand.

DALLA TEDDY SPA AL GRUPPO TEDDY.

"La gioia di vedere la Teddy andare avanti con le sue gambe è la felicità più grande."

(V. Tadei)

30 novembre 2011. È la data in cui si conclude il passaggio generazionale. La Teddy compie 50 anni, Vittorio lascia ai giovani il compito di condurla nel futuro e porre le basi per farla durare 500 anni. Sono gli anni in cui l'azienda rinforza l'organizzazione, inizia la formazione manageriale, viene ristrutturato l'assetto societario per poter guardare con ancora più serenità alle sfide del futuro.

...E ADESSO?

Adesso siamo al lavoro ogni giorno per arrivare nel 2019 a 900 milioni di euro di fatturato e costruire un'azienda leader nel mercato, amata dai suoi clienti e da chi ci collabora.



IL NOSTRO GRUPPO



CRESCERE IN TUTTO IL MONDO

Con oltre 20 società siamo la divisione commerciale del gruppo T&M holding spa, comprendente anche altre attività legate al retail.

Come esprimiamo tutta la nostra passione per la bellezza e la creatività? Nei nostri marchi Terranova, Rinascimento, Calliope e Miss Miss, ognuno diverso, figli della stessa cultura aziendale, e con loro accompagniamo i nostri clienti in ogni occasione.

Siamo presenti con negozi e ingrossi in 49 paesi, dal Marocco fino alle Filippine.



Anche dopo 50 anni di storia, vogliamo ancora crescere. Questo lo facciamo ogni anno con gli utili netti accantonati e reinvestendo i profitti in occupazione. La nostra è una crescita costante costruita con il lavoro delle nostre persone e dei nostri partner. Questa indipendenza ci permette di prendere decisioni in maniera autonoma e con una tempistica adeguata alla reattività del mercato in cui siamo.



Il nostro fatturato, realizzato al 50% all'estero, si sviluppa ogni anno con un ritmo costante e pianificato per garantire una crescita continua, autofinanziata e armonica dell'azienda nel rispetto della maturazione delle sue competenze.

4 MARCHI

4 CONTINENTI

49 PAESI

560 NEGOZI

19 INGROSSI

FATTURATO

563.850.049 EURO

EBITDA

89.064.499 EURO

INCASSI

DEL GRUPPO

A PREZZI RETAIL

1.000.000.000 EURO



IL NOSTRO SEGRETO: ESSERE IMPRENDITORI DI SE STESSI

I valori: desiderio di costruire qualcosa di grande con creatività ed efficienza

Quello che da sempre ci caratterizza è il grande senso di appartenenza ovunque ci troviamo, qualunque lavoro facciamo. La dimensione ideale, indicata dal Sogno scritto da Vittorio Tadei, è il più grande aiuto per lo sviluppo di una cultura aziendale fondata sull'importanza della persona, dell'aiuto reciproco, sul desiderio di

costruire qualcosa di grande con tutta l'efficienza e la creatività possibile. Una cultura aziendale che cerchiamo di condividere e trasmettere attraverso fatti concreti, dai più esperti agli ultimi arrivati, con una particolare attenzione a chi lavora lontano dall'Italia.

La formazione: da noi non si finisce mai di imparare

Il nostro è un mercato in cui le competenze cambiano velocemente e noi siamo pronti a cambiare con lui. Dalla formazione retail tramite il nostro training center alla formazione manageriale con la nostra scuola

d'impresa TEDDY500, dalla Teddy Fashion School dedicata ai nostri staff stile e prodotto fino all'aggiornamento delle competenze lavorative. In Teddy non si smette mai di imparare.

Il coinvolgimento: la Teddy è qualcosa di nostro

Coltiviamo e monitoriamo il nostro senso di appartenenza affinché l'azienda sia sempre più amata da chi ci lavora. Una responsabilità che è di ognuno di noi e che stimoliamo attraverso le nostre attività di comunicazione interna e monitoriamo attraverso il bilancio degli intangibili dal 2003.



2.323 DIPENDENTI
4.500 COLLABORATORI
150.000 ORE
DI FORMAZIONE EROGATE
OLTRE **50** ANNI DI STORIA



MARINELLA: LA NOSTRA PASSIONE

Chi è Marinella? La nostra cliente. “Se ascolti i tuoi clienti non sbagli mai”, ha sempre ripetuto Vittorio Tadei. Facile quando si aveva pochi negozi e pochi problemi organizzativi.

Siamo un'azienda che vuole essere orientata dal cliente, dai suoi bisogni, dai suoi desideri e dalle sue critiche. Come facciamo? Per prima cosa le abbiamo dato un nome: Marinella. In secondo luogo studiamo e proviamo di

continuo a fare sì che le nostre scelte siano orientate da lei.

Marinella non deve appena comprare da noi, deve comprare proprio noi!

A Marinella facciamo promesse e quelle promesse cerchiamo di mantenerle, promesse che sono i nostri marchi con una certa visione del mondo, una certa esperienza in negozio (offline o online), un certo stile di vendita, una certa relazione nel caso abbia bisogno di assistenza, una certa emozione quando ci compra. Le promettiamo che da noi

troverà qualcosa che non può trovare da un'altra parte: noi, il nostro modo di essere, la nostra visione del mondo. Lavorando con passione insieme ai nostri franchisee, ai nostri fornitori, ai nostri partner, insieme per Marinella.

Vogliamo vendere un buon prodotto, non buoni principi

Cento persone ogni giorno da Rimini fino alla Cina lavorano per la qualità e la sicurezza dei nostri prodotti. Siamo noi i primi clienti dei nostri negozi, per questo il controllo della qualità e della

sicurezza è un processo che inizia fin quando un capo viene pensato e disegnato a Rimini, fino alla sua produzione, attenendosi sempre al livello standard delle norme internazionali e nazionali dei mercati in cui il Gruppo opera.

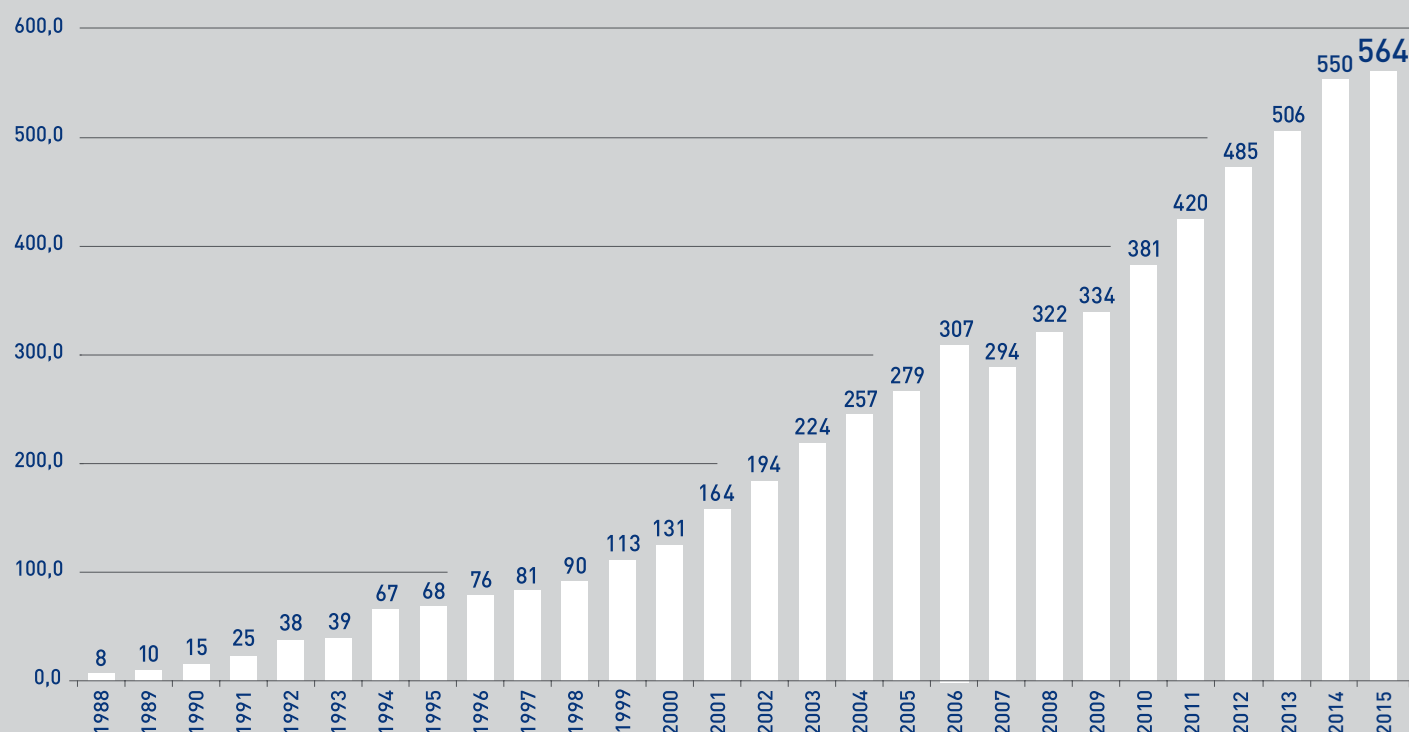
Ogni anno vengono effettuati oltre 200.000 test sui nostri capi da laboratori esterni e certificati: i nostri fornitori, in 10 nazioni, si devono attenere ad un manuale della qualità e della sicurezza, rispettando il codice etico del Gruppo.



EVOLUZIONE FATTURATO GRUPPO TEDDY

LE NOSTRE PERFORMANCE

Dal 1988, data in cui è comparabile la vecchia struttura societaria con quella nuova, siamo cresciuti con una media del 17,1%. Sappiamo che dobbiamo crescere, sappiamo che dobbiamo diventare sempre più grandi, sappiamo che per farlo dobbiamo guadagnare e fare guadagnare i nostri partner, la nostra filiera.



**17,1% INCREMENTO MEDIO ANNUO
DAL 1988 AL 2015**

I NOSTRI PAESI

Distribuzione negozi e ingrossi per area geografica

ITALIA 46%

EUROPA 40%

ALBANIA
AUSTRIA
BELGIO
BIELORUSSIA
BOSNIA
BULGARIA
CIPRO
CROAZIA
ESTONIA
FRANCIA
GEORGIA
GERMANIA
GRAN BRETAGNA
GRECIA
IRLANDA
LETTONIA
MACEDONIA
MALTA
MOLDAVIA
MONTENEGRO
OLANDA
POLONIA
PORTOGALLO
REP. CECA
ROMANIA
RUSSIA
SERBIA
SLOVACCHIA
SLOVENIA
SPAGNA
SVEZIA
UCRAINA
UNGHERIA

MEDIO ORIENTE 6%

ARABIA SAUDITA
EMIRATI ARABI UNITI
GIORDANIA
ISRAELE

ASIA 5%

FILIPPINE
HONG KONG
IRAQ
KAZAKISTAN
KIRGHIZISTAN
MALAYSIA
MONGOLIA
VIETNAM

AFRICA 2%

EGITTO
MAROCCO

AMERICA DEL NORD 1%

CANADA

— I NOSTRI
MARCHI —

terranova
WHAT A WONDERFUL WORLD

Terranova è un marchio solare, nato in una terra scaldata dalla gioia di vivere e dalla passione tutta italiana per la bellezza. La stessa passione con cui creiamo le nostre collezioni.

Amiamo offrire prodotti giovani e accessibili, facili e di tendenza, curati nei dettagli e con un'ampia proposta di colori che abbraccia tre stili fondamentali: easy-glam, urban e sportswear.

Amiamo garantire una convenienza e un rapporto qualità prezzo tra i migliori sul mercato. Amiamo vivere una relazione sincera e diretta tra noi e con tutti i nostri clienti, perché la vita è molto più bella, insieme.

www.terrastyle.com



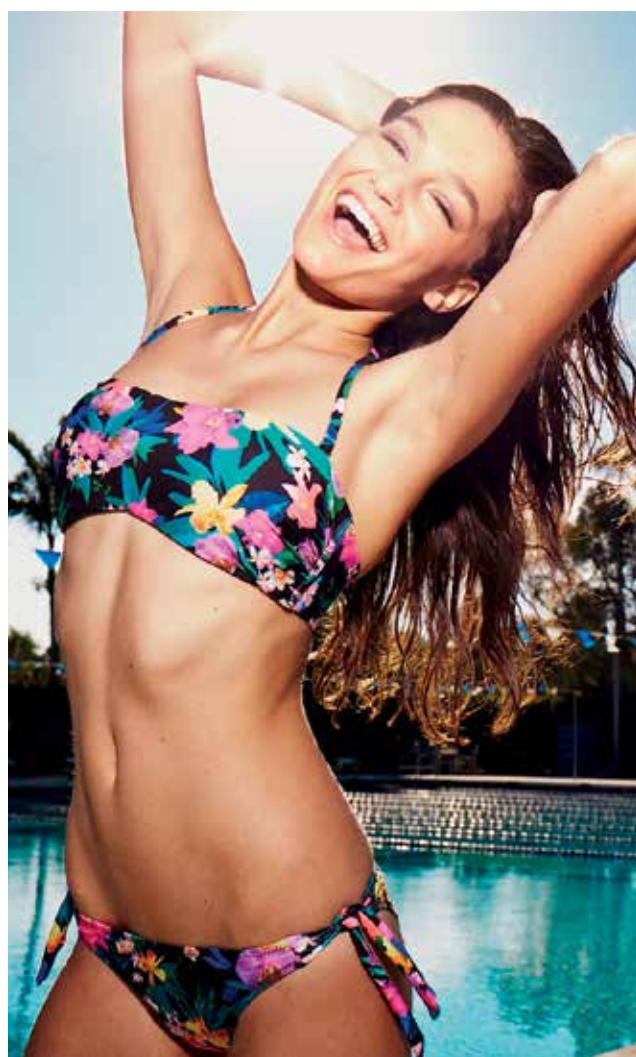


LINEE: UOMO, DONNA, KIDS
ACCESSORI, INTIMO

446 NEGOZI, **40** PAESI

14 COLLEZIONI OGNI ANNO

16 PAESI E-COMMERCE





I NOSTRI MARCHI

RINASCIMENTO
MADE IN ITALY

Rinascimento è un marchio femminile, chic e rock allo stesso tempo, ricercato e versatile; espressione di una femminilità che nasconde grinta e consapevolezza di essere donna a tutti gli effetti, romantica quando occorre, ma decisa e tenace quando serve, per una vita vissuta sempre da protagonista.

Il marchio ha conquistato in pochi anni retailer e pubblico diventando ambasciatore del fast fashion made in Italy. Grazie alla produzione italiana, alla velocità di riassortimento in store, al saper seguire in tempo reale le tendenze del momento, un ottimo rapporto qualità-prezzo unito alla creatività e alla varietà dell'offerta, Rinascimento accontenta la cliente più esigente.



www.rinascimento.com

LINEE: DONNA, ACCESSORI

16 INGROSSI, **12** PAESI

10.000 MODELLI OGNI ANNO

200 ARTICOLI A SETTIMANA

120.000 CAPI VENDUTI
A SETTIMANA

28 PAESI E-COMMERCE



— I NOSTRI MARCHI —

CALLIOPE
BE GLAMOUR

Calliope è nel mondo del low cost l'unico marchio che propone, con un gusto tutto italiano, uno stile moderno, pulito e alla moda, che noi definiamo "glamour light", con una collezione sempre aggiornata e mai estrema, che vive in un concept store originale e dal sapore internazionale.

Il brand è pensato per un uomo e una donna che vogliono vestire alla moda senza eccessi, con un'esperienza d'acquisto unica in un negozio dal design essenziale e contemporaneo.

www.calliope.info



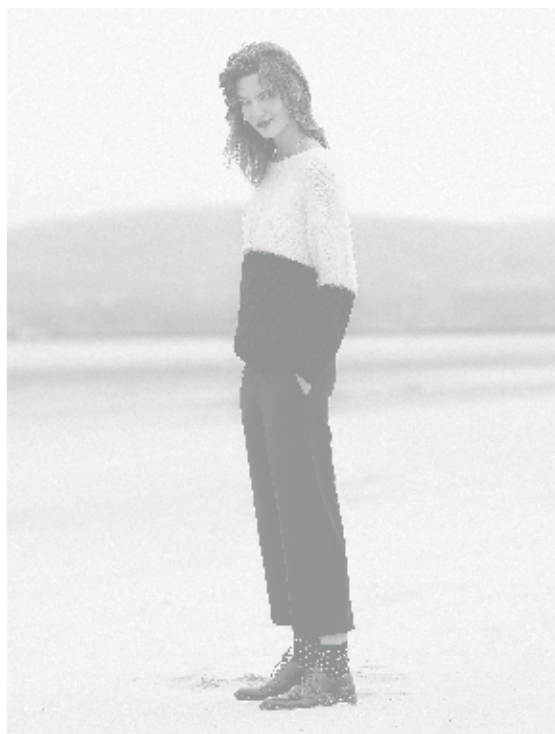


LINEE: UOMO,
DONNA,
ACCESSORI

85 NEGOZI

20 PAESI

14 COLLEZIONI
OGNI ANNO



I NOSTRI MARCHI

Miss Miss è dedicato a una donna frizzante, positiva, allegra che ama esprimere la propria personalità tenendosi però lontana dagli eccessi. Una donna versatile, che si diverte a mixare gli stili ottenendo un look di tendenza con un tocco personale che non la uniforma alla massa, buono per vivere i diversi momenti della giornata. Una donna smart, consapevole del suo tempo, sicura della propria identità e proprio per questo aperta al mondo. Una donna che non ama i formalismi, nel look come nell'espressione dei sentimenti, ed è determinata nel coltivare i suoi talenti.

Miss Miss è un marchio di fast fashion che distribuisce all'ingrosso capi made in Italy, veloce nel proporre le nuove tendenze e attento nella ricerca dei tessuti.

www.missmiss.it



miss miss
BE STYLISH

LINEE: DONNA

3 INGROSSI

**15 DISTRIBUTORI
NEL RESTO
DEL MONDO**

8 CAMPIONARI

**4.000 MODELLI
ALL'ANNO**

**100 ARTICOLI
A SETTIMANA**

IL NOSTRO BUSINESS RETAIL

VINCENTI CON IL PARTNER GIUSTO. IL NOSTRO FRANCHISING

Nel 1988 apre il primo negozio Terranova e nessuno poteva prevedere quello che poi è successo: 560 negozi in 40 paesi con i marchi Terranova, Rinascimento e Calliope, migliaia di vetrine, dove ogni giorno, in ogni parte del mondo raccontiamo il nostro modo di essere, di vedere e interpretare le tendenze, offrendo ai nostri clienti il miglior prodotto al miglior prezzo. In oltre 50 anni di storia tutti gli sforzi, le competenze, la capacità di fare business e la cultura imprenditoriale del nostro

Gruppo sono sempre state esaltate e potenziate dagli imprenditori che insieme a noi hanno intrapreso e condiviso questa grande avventura.

Per questo l'affiliazione è per noi non solo una grande opportunità, ma identità e visione di tutto il Gruppo e motore di una crescita continua in tutto il mondo.

Ai nostri partner chiediamo l'investimento nel layout del punto vendita in una buona location, la conoscenza del mercato, la capacità di gestione del team del negozio e disponibilità a coinvolgersi con la nostra cultura d'impresa.





CHI CERCHIAMO

I franchisee adatti al business Terranova, Rinascimento e Calliope sono partner con cui instaurare un rapporto di lungo termine, con capacità imprenditoriale, di investimento e conoscenza del mercato.

LE CARATTERISTICHE DEL NOSTRO FRANCHISING

Ai nostri partner offriamo un sogno, il valore del brand, il know-how internazionale, un'ottima redditività sul capitale investito, i servizi e la formula del conto vendita con un margine di guadagno costante e garantito sull'incasso del negozio.

IL CONTO VENDITA

Il nostro franchisee deve affrontare solo un rischio calcolato perché paga solamente ciò che vende, senza il rischio di rimanenze che resta a carico della Teddy. Inoltre non ha l'onere di selezione del campionario e dei riassortimenti.

IL MARGINE DI GUADAGNO COSTANTE E GARANTITO SULL'INCASSO DEL PUNTO VENDITA

Una grande sicurezza per il nostro franchisee è il suo margine sull'incasso che rimane sempre invariato anche nel periodo dei saldi.



I NOSTRI SERVIZI

Analisi Location

Niente è lasciato al caso. Prima di ogni apertura il team dell'Ufficio Sviluppo analizza le potenzialità del negozio tenendo in considerazione sia gli elementi di mercato sia i risultati storici della catena, il bacino di utenza, il passaggio pedonale, la collocazione del punto vendita, la presenza e le performance dei competitor.

Negozio chiavi in mano

La Teddy si avvale di fornitori integrati e specializzati, un gruppo di professionisti che segue l'affiliato nella progettazione del punto vendita, fornisce il materiale di arredo e supervisiona i lavori fino al giorno dell'apertura, dando supporto per tutto il periodo di attività del negozio.

Formazione continua

È uno degli elementi essenziali per garantire la crescita del punto vendita. Esperti formano ogni anno in azienda e nei negozi pilota lo staff dello store prima e dopo l'apertura, supportano l'affiliato e il suo team costantemente, dalle strategie di vendita fino al visual merchandising. Tutti gli investimenti in formazione sono a carico di Teddy.

Comunicazione e Marketing

Grazie al supporto del nostro ufficio marketing, l'affiliato dispone sempre di materiale di comunicazione aggiornato, strategie promozionali e visual coordinate da un team dedicato.

Il tutto costantemente monitorato tramite la valutazione delle performance del punto vendita.

Negozio informatizzato

Attraverso il nostro programma gestionale l'affiliato può guidare e controllare in maniera semplice e efficace tutte le attività del negozio, dalle statistiche di vendita fino alla gestione del riassortimento e del magazzino decisivi per le performance del punto vendita.





CONCEPT STORE TERRANOVA



CONCEPT STORE CALLIOPE



CONCEPT STORE RINASCIMENTO

IL NOSTRO BUSINESS WHOLESALE RINASCIMENTO E MISS MISS



IL VERO PRONTO MODA MADE IN ITALY

Velocità, tendenze, made in Italy e prezzi accessibili. Questo è il pronto moda italiano e di questo noi siamo paladini fin dalla nostra

nascita, quando ancora non esistevano i colossi internazionali, in Italia e all'estero. Grazie ai nostri fornitori integrati e attraverso una rete di distributori, agenti, e-commerce B2B e market place, in migliaia di boutique e department store arriva il nostro pronto moda a marchio Rinascimento e Miss Miss.

Ai nostri clienti garantiamo un'offerta aggiornata settimanalmente, con una continua ricerca di stili per rispondere tempestivamente ai trend della moda, con riassortimenti rapidi delle tendenze del momento affinché i commercianti al dettaglio possano soddisfare sempre più velocemente le esigenze dei loro clienti.

RINASCIMENTO

NUMERI DELLA DISTRIBUZIONE

5.000.000 DI CAPI

VENDUTI IN **98** PAESI

ATTRAVERSO **7.000** NEGOZIANTI

CANALI DI DISTRIBUZIONE

INGROSSI, E-COMMERCE B2B E MARKET PLACE, AGENTI, DEPARTMENT STORE

MISS MISS

NUMERI DELLA DISTRIBUZIONE

1.000.000 DI CAPI

DISTRIBUITI ATTRAVERSO

3.000 NEGOZIANTI IN **55** PAESI

CANALI DI DISTRIBUZIONE

INGROSSI, E-COMMERCE B2B, AGENTI, DEPARTMENT STORE

LA NOSTRA FONDAZIONE

La nostra responsabilità sociale sono i criteri e i valori del Sogno. Uno di quei valori è il sostenere opere di solidarietà, una delle “ragioni d’essere” del nostro gruppo, uno dei motivi per cui esistiamo, lavoriamo, rischiamo e affrontiamo ogni giorno il mercato. «L’uomo è amministratore dei beni di cui dispone e non padrone».

Con questa frase letta in un pomeriggio del 1948 tra le macerie

della sua casa bombardata a Rimini, Vittorio Tadei ha educato la sua famiglia e tutti noi. Per questo motivo l’azienda e la famiglia Tadei partecipano da sempre a numerosi progetti di solidarietà in tutto il mondo, anche attraverso la Fondazione nata in ricordo di Luigi, figlio di Vittorio.

Sono centinaia le realtà e le persone che concretamente aiutiamo con il nostro lavoro nel loro cammino, con

collaborazioni nate dalla commozione provata da Vittorio Tadei nell’incontro — faccia a faccia — con i missionari, i bambini zambesi, i chicos de la calle boliviani, gli educatori, i disabili del Bangladesh o i giovani riminesi alla ricerca di veri maestri.

Ogni volta che incontriamo queste opere, che ci raccontano qualcosa, capiamo che è molto di più quello che danno loro a noi di quello che diamo noi a loro.





RAINBOW PROJECT

OPERA DAL 1988 IN ZAMBIA, KENYA, TANZANIA, UGANDA, BURUNDI E DIVERSI INTERVENTI IN INDIA, GRECIA E ITALIA.

Modello di intervento che mira ad aiutare i bambini orfani dell'AIDS.



MISSIONE BOLIVIA

LA PAZ (BOLIVIA)

Missione della "Papa Giovanni XXXIII", la comunità fondata nel 1968 da don Oreste Benzi.

Accoglie e sostiene alla Paz ragazzi di strada, alcolisti, bambini e famiglie in difficoltà e disabili.



GIGI POINT

RIMINI (ITALIA)

Centro per ragazzi.

Accoglie migliaia di persone all'anno offrendo luoghi per lo studio, incontri e momenti conviviali.



GELATERIE GIGIBONTÀ

BOLIVIA, ALBANIA, CILE, ZAMBIA

Le gelaterie GigiBontà sono progetti imprenditoriali gestiti da missionari



KARIS FOUNDATION

REALTÀ EDUCATIVA NEL TERRITORIO
FRA RIMINI E RICCIONE (ITALIA)

Offre un servizio che va dalla scuole dell'infanzia fino al liceo.

È nata dalla passione di un gruppo di genitori che, nel 1973, decisero di prendersi la responsabilità educativa dei loro figli.



COOPERATIVA AMICI DI GIGI

SAN MAURO PASCOLI, FORLÌ-CESENA (ITALIA)

Offre a minori, adulti e disabili, in varie situazioni di disagio, un luogo dove viene sostenuta la crescita attraverso l'accompagnamento ai bisogni primari come lo studio e il lavoro.



MISSIONE SRI LANKA E BANGLADESH

BANGLADESH, SRI LANKA

Sostegno in ambito educativo, sanitario e nutrizionale per i missionari della "Papa Giovanni XXXIII".

La comunità fondata nel 1968 da don Oreste Benzi, presenti in Sri Lanka e Bangladesh attraverso una scuola, centro psichiatrico e centro di fisioterapia.



via Coriano 58 Grosirmini Blocco 97 47924 Rimini (RN),
Italia Tel. +39.0541.301.411/Fax +39.0541.383.430 **info@teddy.it**

teddygroup.com

 [@GruppoTeddy](https://twitter.com/GruppoTeddy)

 [Gruppo Teddy](https://www.linkedin.com/company/GruppoTeddy)