TEDDY

GROUP

VESTENDO LE PERSONE
COSTRUIAMO UN SOGNO

indice

7 Chi siamo

9 Un'azienda che punta alla leadership del mercato del fast fashion

11 Una storia al passo con il mercato

15 Il nostro stile: imprenditori di se stessi

17 I nostri numeri essenziali

18 Evoluzione fatturato Gruppo Teddy

21 Come vestiamo le persone: i nostri marchi

25 I partner sono essenziali alla nostra impresa

29 Come lavoriamo? La formula franchising

30 Noi e la Fondazione: imparare dai più bisognosi

32 Il nostro grande perché: il Sogno di Teddy

Tutti i dati del company profile, ove non è indicato diversamente, si riferiscono al bilancio consolidato 2019.

Vestendo le persone costruiamo un *sogno*

Chi siamo

Tutti i nostri marchi nascono dalla cultura aziendale di Teddy, in essi esprimiamo la nostra creatività e gusto per la bellezza, con essi facciamo compagnia ai nostri clienti nella vita.

Siamo **un'azienda globale del fast fashion dal cuore italiano e con un grande Sogno** (lo trovi a pagina 34 ed è il perché di ogni nostra azione). Il nostro lavoro è quello di vestire le persone.

Lo facciamo attraverso **5 marchi: Terranova, Rinascimento, Calliope, Kitana e QB24**.
Nascono tutti dalla cultura aziendale di Teddy, in essi esprimiamo tutta la nostra creatività e gusto per la bellezza, ma soprattutto è con essi che facciamo compagnia ogni giorno ai nostri clienti nella loro vita.

Non solo creiamo un prodotto, ma abbiamo la capacità di distribuirlo, con un grande valore aggiunto rispetto a tutti gli altri: **ci piace fare impresa insieme ad altri imprenditori**.
Per questo tutti i modelli di distribuzione dei nostri marchi nascono e crescono grazie ai nostri partner, come oltre 50 anni di storia dimostrano.
Prima di tutto **il franchising in conto vendita**: siamo cresciuti grazie al franchising e agli imprenditori che hanno scelto i nostri marchi per la loro avventura. Ora, insieme a loro, in centinaia di strade, piazze e centri commerciali, con i nostri negozi monomarca ce la giochiamo nel mondo del fast fashion.

Parallelamente c'è la nostra **distribuzione wholesale** attraverso cui portiamo ogni giorno in migliaia di boutique e department store il fast fashion made in Italy di Rinascimento, Kitana e QB24 in tutto il mondo, con un'offerta cash&carry aggiornata settimanalmente e una continua ricerca di stile per rispondere tempestivamente ai trend della moda.

Questo è quello che siamo oggi.
Tutto è per diventare sempre di più protagonisti internazionali nel settore della moda e nel mercato del fast fashion, realizzando il nostro Sogno.

terranova
terranova
terranova
terranova
terranova
terranova
CALLIOPE
CALLIOPE
CALLIOPE

Un’azienda che punta alla leadership del mercato del fast fashion

Quello che mi ha sempre affascinato di Teddy è il suo Sogno.

Quello che mi ha sempre affascinato di Teddy è il suo Sogno. Anzi, prima ancora di imbattermi 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 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 di 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 di 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 e 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 loro 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

Una storia al passo con il mercato

Siamo al lavoro ogni giorno per costruire un'azienda leader nel mercato, amata dai suoi clienti e da chi ci collabora.

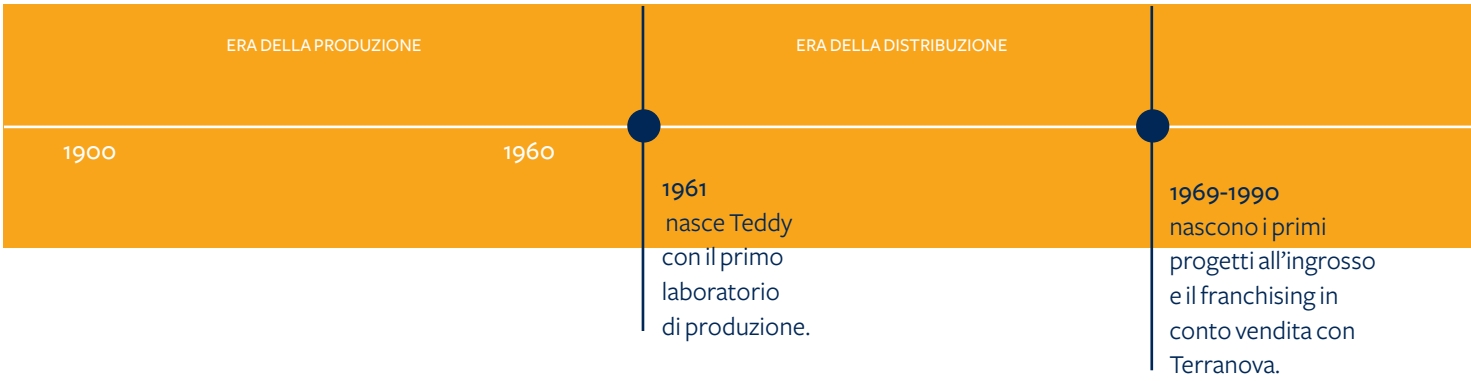
1961

Siamo nati in negozio, in mezzo agli abiti e ai clienti

Tutto ha inizio 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 di Teddy del futuro.

Bye bye riviera: i primi negozi e i primi ingrossi

Vittorio inizia a Rimini con 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.



1988

Fare impresa insieme: il franchising retail e la distribuzione wholesale

È qui che arriva la svolta di Teddy. È il 1988, nasce Terranova e insieme anche la formula che lo porterà in tutto il mondo, costituendo il modo di fare retail di Teddy per gli anni a venire. Nasce il franchising in conto vendita e il 'border factor' di 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.

2008

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. E' un momento di r-evolution. Un'azienda che ha sempre pensato 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 e sviluppata l'identità dei brand Terranova e Calliope.

Sempre al passo del mercato.
In alto è indicato come l'istituto di ricerca americano Forrester suddivide l'ultimo secolo rispetto ai fattori di successo delle imprese. In basso l'evoluzione di Teddy.
ELABORAZIONE TEDDY SU RICERCA FORRESTER

2011

Da Teddy SpA al Gruppo Teddy:

"La gioia di vedere 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. 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 guardare con ancora più serenità alle sfide del futuro.

Oggi

E adesso?

Adesso siamo al lavoro ogni giorno per costruire un'azienda leader nel mercato, amata dai suoi clienti e da chi ci collabora.

SELFIES WELCOME!

ThinkPad

Il nostro stile: imprenditori di se stessi

Una cultura aziendale basata sulla imprenditorialità e sulla leadership diffusa, con una forte attenzione alla crescita dei talenti.

Solidi e in crescita
Cresciamo ogni anno e vogliamo continuare a lungo. Motore della crescita sono gli utili netti accantonati ogni anno e reinvestiti in sviluppo, ricerca ed occupazione.
La nostra è una crescita costante e indipendente.
Questo ci permette di prendere decisioni in maniera autonoma e con una tempistica adeguata alla reattività del mercato in cui siamo.

Insieme per Marinella
Chi è Marinella? La nostra cliente. "Se ascolti i tuoi clienti non sbagli mai", ci ha sempre ripetuto Vittorio Tadei. Siamo un'azienda che vuole essere orientata dal cliente, dai suoi bisogni, dai suoi desideri e dalle sue critiche. Come facciamo? Per prima cosa abbiamo dato un nome al nostro cliente: Marinella. In secondo luogo studiamo e ci confrontiamo con lei ogni giorno. Terzo: attraverso i nostri marchi le facciamo una promessa, che cerchiamo di mantenere ogni giorno.

Imprenditorialità e leadership diffusa
Una cultura aziendale basata sulla imprenditorialità e sulla leadership diffusa, sul lavoro di squadra, sui nostri valori, sulla passione ed il forte senso di appartenenza delle nostre persone, sulla possibilità di crescere e di costruire qualcosa di importante, unitamente ad una fortissima attenzione a ricercare, motivare e far crescere i "talenti" ed i futuri leader, in linea con la nostra cultura. In poche parole tanti imprenditori di se stessi.

INCASSI DEL GRUPPO
A PREZZO RETAIL

1,1

MLD DI €

FATTURATO

621

MLD DI €

PEOPLE

2.977

DIPENDENTI

MERCATI RETAIL

37

MERCATI
WHOLESALE

94

1 CORPORATE
ACADEMY

150.000

ore di formazione
erogate ogni anno

I nostri numeri essenziali

EBITDA

36,7
MLD DI €

PERCENTUALE FATTURATO ITALIA/ESTERO

56,4% Italia

43,6% estero

NEGOZI

688

NEGOZI PER MARCHIO AL 31/12/2019

504 Terranova

123 Calliope

61 Rinascimento

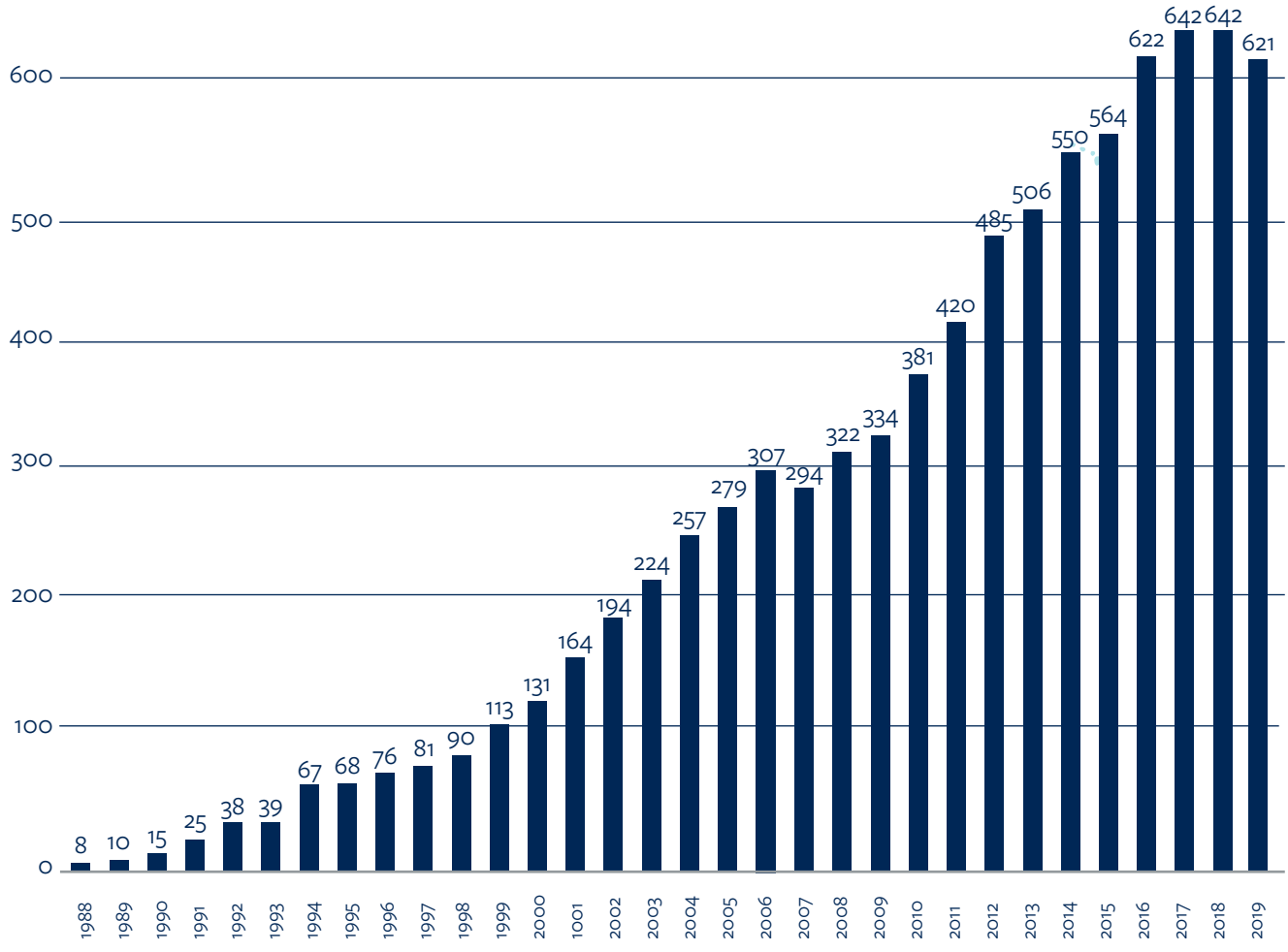
MERCATI ONLINE

28

CLIENTI WHOLESALE

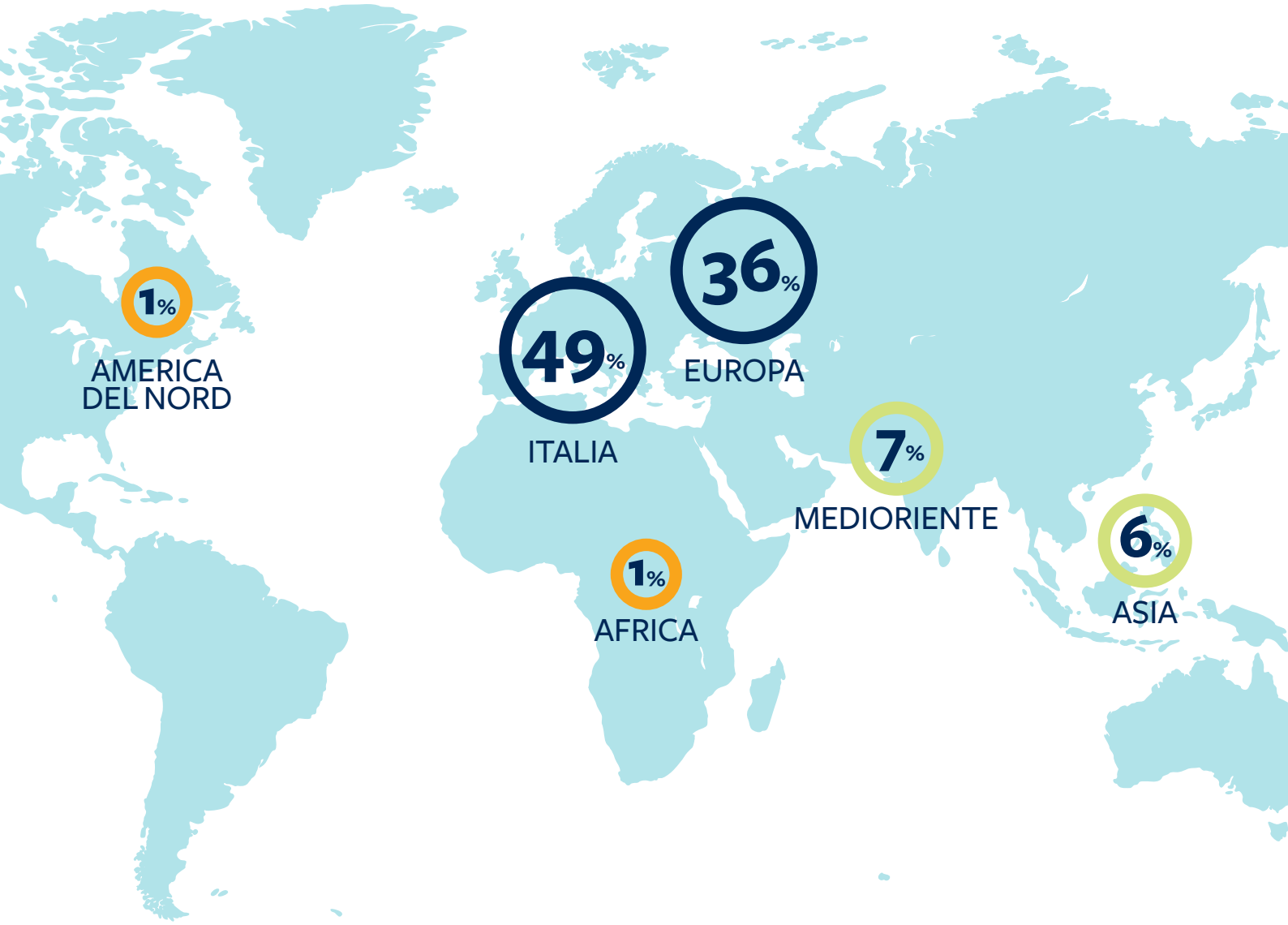
6.000

Evoluzione fatturato Gruppo Teddy



Dati in milioni di euro

15,1 % INCREMENTO MEDIO ANNUO



Distribuzione negozi e ingrossi per area geografica

TERRANOVA

RINASCIMENTO

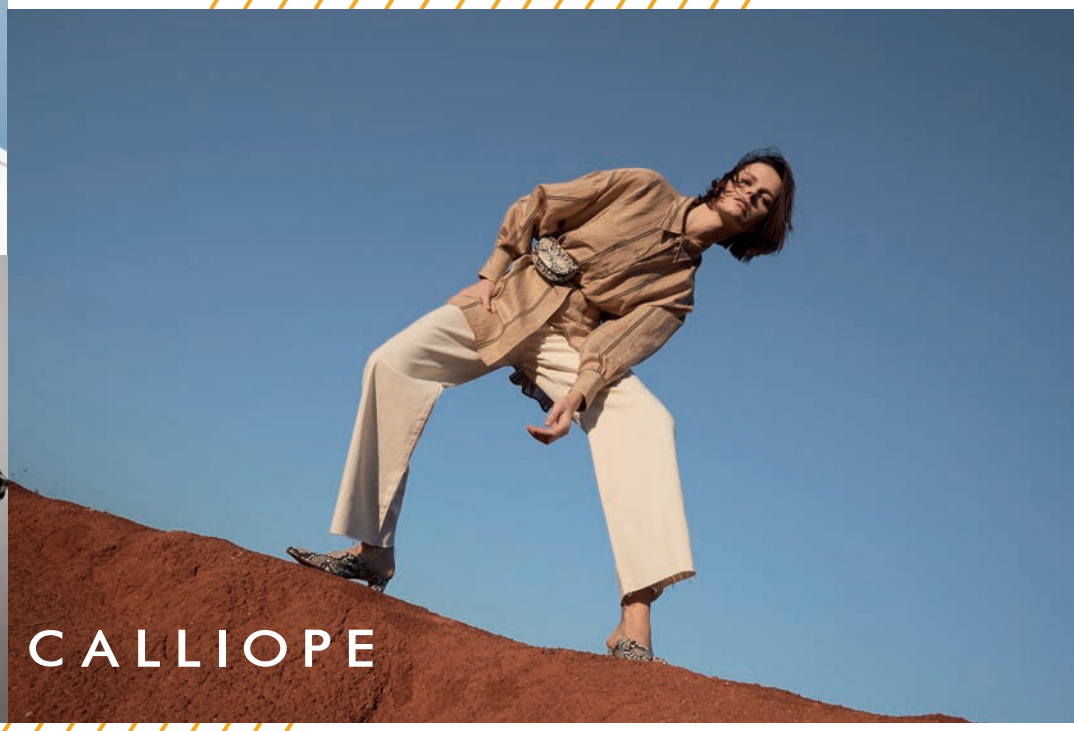
Come vestiamo le persone: I nostri marchi

I nostri sono marchi positivi e che vogliono trasmettere ai nostri clienti un'esperienza all'altezza del Sogno.

La nostra passione per il cliente si esprime attraverso i nostri brand e l'esperienza che il cliente può fare di essi, online o in un punto vendita. I nostri sono marchi positivi e che vogliono trasmettere ai nostri clienti un'esperienza memorabile all'altezza del Sogno.

TERRANOVA
Terranova è un marchio solare, che offre 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 sporty.
Il brand si rivolge a tutta la famiglia: ha come target aspirazionale uomini e donne tra i 20 ed i 30 anni e propone collezioni uomo, donna, bambini, underwear e accessori.

RINASCIMENTO
Rinascimento è un marchio femminile, glamour e aggiornato. Lo stile si distingue per collezioni rinnovate settimanalmente rispetto agli ultimi trend e la proposta di un total look contemporaneo, grintoso e accessibile, che dichiara in ogni dettaglio la passione per le cose belle, fatte con cura e per l'universo femminile.
Il marchio, ambasciatore del fast fashion made in Italy, ha come target ispirazionale donne tra i 25 e i 45 anni, a cui propone abbigliamento per diverse occasioni d'uso: dal tempo libero fino alla special occasion.


CALLIOPE

Kitana

QB
24

CALLIOPE
Calliope propone ai suoi clienti un "nuovo" gusto italiano, moderno, contaminato dalle tendenze internazionali, reinterpretate con uno stile grintoso e mai eccessivo, espresso in collezioni che li soddisfino in tutti i loro bisogni. Il marchio ha come target ispirazionale uomini e donne tra i 25 e 40 anni, e propone collezioni uomo, donna, bambini ed e accessori

KITANA
Kitana è il brand italiano Fast Fashion dallo stile contemporaneo e ricercato, dedicato alle donne con taglia dalla 46 alla 56.
Capi di tendenza, confortevoli e easy-to-wear studiati per sottolineare ed esaltare il lato femminile e la bellezza delle curve, con un'attenzione speciale alla vestibilità, alla scelta dei tessuti e al contenuto moda. Kitana, brand made in Italy, si rivolge a una donna femminile, frizzante e metropolitana, attenta alle tendenze e alla qualità dei capi che indossa.
La qualità e il gusto italiano si fondono, in Kitana, con la varietà del pronto moda, per regalare alle donne la possibilità di scegliere settimanalmente tra proposte sempre nuove e trendy.

QB24
La linea QB24 nasce per accompagnare l'uomo nelle sue 24 ore e per farlo sentire a proprio agio in ogni situazione, con un look sempre appropriato. Il Quanto Basta come ricerca dell'essenzialità e come voglia di esprimere se stessi senza eccessi, ma con personalità.

QUALITÀ E SICUREZZA DEI PRODOTTI

Oltre duecento persone ogni giorno da Rimini fino alla Cina lavorano per la qualità e la sicurezza dei nostri prodotti. 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 e attraverso i test effettuati ogni anno 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 di Teddy.

RINASCIMENTO

kids

UOMO
DONNA
CALLIOPE

TERRANOVA

I partner sono essenziali alla nostra impresa

Oltre 150 franchisee in 37 nazioni ci aiutano da più di 30 anni a costruire il nostro Sogno realizzando i loro. Il franchising con Teddy dà la possibilità di vivere il mercato del fast fashion da protagonisti, insieme a un'azienda solida e stabile, che innova continuamente le sue strategie e dove il franchisee non è appena un numero, ma un partner con cui lavorare ogni giorno per lo stesso obiettivo.

Perché scegliere Teddy?

Perché Teddy è un'azienda solida ed affidabile.

La gestione familiare dell'azienda, l'ottima posizione finanziaria e la crescita costante ed autofinanziata attraverso gli utili netti accantonati ogni anno rappresentano le migliori garanzie per un imprenditore che vuole intraprendere un business insieme a noi con una visione a lungo termine.

Perchè Teddy innova continuamente le sue strategie.

Cinquant'anni di attività ci hanno insegnato a guardare sempre il mercato ed a essere pronti a innovare le nostre strategie in funzione di esso di anno in anno. Da imprenditori di noi stessi, non ci stanchiamo mai di cambiare e immaginare quello che sarà il nostro futuro, condividendo la nostra visione commerciale con i nostri partner ed aiutandoli a far crescere il loro business insieme a noi.

Perché in Teddy non sei un numero, ma un partner.

I nostri franchisee rappresentano una parte fondamentale per il successo del business.
Siamo pronti ogni giorno ad ascoltare, dialogare e confrontarci con loro, perchè in Teddy fare impresa insieme è fondamentale, strategico e gratificante.

Perché chi investe con noi ha ottime aspettative di redditività (ROI).

L'affiliato può contare su un buon ritorno economico rispetto all'investimento effettuato, considerando che il franchisee non corre il rischio della rimanenza della merce in quanto fa capo a Teddy.
La valutazione di profittabilità del business viene calcolata sul capitale che l'affiliato investe per la realizzazione del punto vendita.
Le aspettative di redditività annua variano dal 20% al 40% al capitale medio investito, in relazione alle caratteristiche e al paese dove è locato il punto vendita.

Perché puoi condividere con noi un Sogno.

Per noi il profitto non è fine a se stesso: lo facciamo per realizzare la nostra grande ragione di esistere, il nostro Sogno, che se vorrai, potrai condividere con noi.

CALLIOPE
CALLIOPE

RINASCIMENTO

BASIC

ENJOY LIFE
TOGETHER

Come lavoriamo? La formula franchising

Non esiste business senza rischio, ma il nostro franchisee lo affronta in modo calcolato

Il conto vendita.
Non esiste business senza rischio, ma il nostro franchisee lo affronta in modo calcolato perché paga solamente ciò che vende senza la preoccupazione delle rimanenze che restano a carico di Teddy. Inoltre non ha l'onere di selezione del campionario e dei riassortimenti che restano a capo di Teddy, con la possibilità quindi di abbassare drasticamente i costi di struttura interna.

Il margine di guadagno costante e garantito sull'incasso del punto vendita.
Una grande sicurezza per il nostro franchisee è il suo margine calcolato sull'incasso che rimane sempre invariato anche nel periodo dei saldi.

Wholesale: il vero fast fashion Made in Italy
Grazie ai nostri fornitori integrati e attraverso una rete di distributori, agenti, e-commerce B2B e marketplace, in migliaia di boutique e department store arriva il nostro pronto moda a marchio Rinascimento, Kitana e QB24.
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.
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
4.200.000 di capi venduti in 94 paesi attraverso 6.000 negozianti. Distribuzione attraverso ingrossi, e-commerce B2B e marketplace, agenti, department store.

Kitana
Distribuito in 60 paesi, 8 campionari all'anno, e-commerce B2B

QB24
Distribuito in 20 paesi, 2 main collection all'anno.

Noi e la Fondazione: imparare dai più bisognosi

IL PROGETTO RAINBOW

Il Progetto Rainbow nasce nel 1998 dall'amicizia tra Vittorio Tadei ed Elisabetta Garuti, missionaria in Africa della Papa Giovanni XXIII: un modello di intervento su larga scala volto ad aiutare il maggior numero di bambini vittime dell'AIDS e le famiglie oppresse dalla povertà strutturale e dalla mancanza di cibo. Nei suoi 20 anni di vita il Progetto Rainbow, realizzato in Zambia, Kenya, Tanzania e Burundi, ha aiutato in diversi modi circa 20.000 persone all'anno.

PROGETTO AULE STUDIO

Mai come in questo momento storico l'emergenza educativa ha un ruolo decisivo nel porre le basi per la costruzione della società futura. La Fondazione Gigi Tadei ha quindi realizzato a Rimini 2 aule studio, dotate di impianto audio – video, di pc e di connessione wifi e le ha messe a disposizione dei ragazzi. Una casa accogliente e funzionale dove i ragazzi possano studiare, imparare e accogliere realtà sociali che li accompagnano in questo percorso.

“L’uomo è amministratore dei beni di cui dispone e non padrone.”

La nostra responsabilità sociale consiste nei criteri e i valori del Sogno. Uno di questi 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.

LE SCUOLE DELLA KARIS FOUNDATION

Nate nel 1973 dall’esperienza cattolica e dalla passione educativa di un gruppo di famiglie e genitori, le scuole di Karis Foundation contano oggi 11 sedi tra Rimini e Riccione, divise per 5 ordinamenti, oltre 1400 studenti e 200 collaboratori. Realtà vivace, fondata sui principi di libertà di educazione e di sussidiarietà, ha come mission quella di crescere uomini creativi, liberi e capaci di affrontare le sfide della cultura contemporanea.

COOPERATIVA AMICI DI GIGI

La Cooperativa Amici di Gigi, che offre comunità socio-educative, comunità residenziali e un centro socio-occupazionale, accoglie e accompagna bambini, adolescenti e disabili insieme alle loro famiglie. Lo scopo di questa opera è di poter accompagnare queste persone, offrir loro aiuto, amicizia e luoghi accoglienti da cui affacciarsi sul mondo.

Per maggiori informazioni
fondazionegigitadei.com

Il nostro grande perché: il Sogno di Teddy

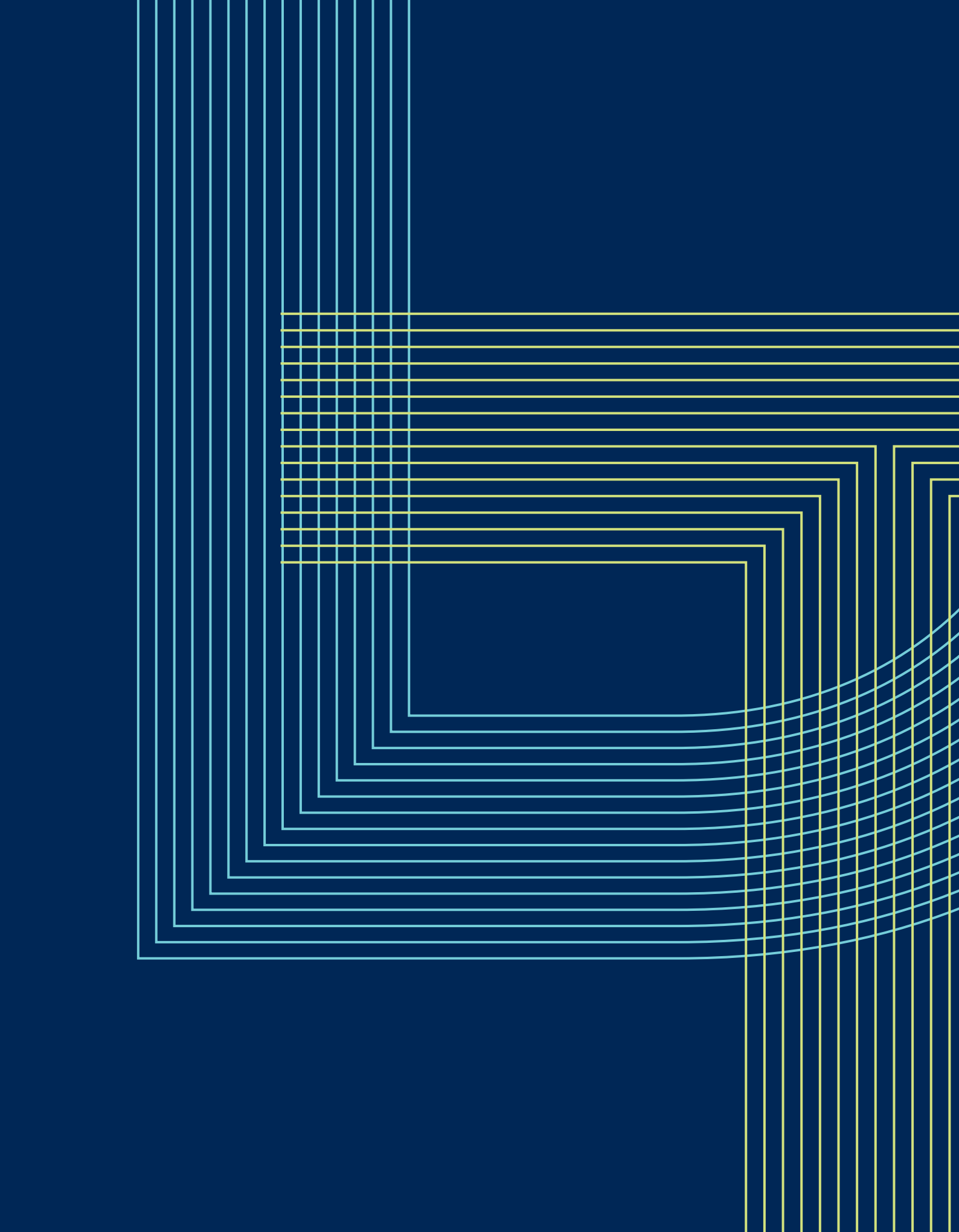
Il sogno di Teddy è quello di costruire una grande azienda globale che guadagni molto per ingrandirla, creare occupazione ed impiegare ogni anno parte degli utili netti per aiutare i più deboli attraverso opere sociali sia in Italia che all'estero.

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*



Gruppo Teddy
Via Coriano 58
Grosrimini, Blocco 97
47924 Rimini (RN), Italia
Tel. +39 0541 301 411
Fax +39 0541 383 430
info@teddy.it

retail.teddy.it

teddy.it

Gruppo Teddy

@GruppoTeddy

Gruppo Teddy