

La società di Rimini ha varato il piano di recruiting fino al 2019

Mille posti nelle vendite

Il gruppo Teddy cerca personale per gli store

Pagina a cura
DI LAURA ROTA

Il gruppo Teddy, con sede a Rimini, uno dei protagonisti a livello nazionale e internazionale nell'abbigliamento fast fashion, ha varato un piano che prevede 1.000 assunzioni dirette in Italia e all'estero nel periodo 2015-2019 per i marchi Rinascimento, Terranova e Calliope, con i

quali è presente con oltre 500 negozi in 49 paesi. La campagna di recruiting riguarda soprattutto figure per gli store: addetti alla vendita, responsabili visual e store manager, diplomati, con un po' di esperienza, disponibilità a lavorare in modo flessibile, predisposizione al contatto con il pubblico, passione per il mondo fashion. Lo store manager deve garantire gli standard di una catena nazionale con competenze nel campo di visual merchandising, gestio-

ne del magazzino e tecniche di vendita e il coordinamento di un team da 11 a 20 persone. La crescita dell'azienda prevede anche la ricerca di personale per la sede centrale, quali alcuni profili nell'ambito prodotto, come category manager per la linea uomo Terranova, assistente col-

referente per la logistica estera. Teddy è particolarmente attento a offrire opportunità di sviluppo professionale, privilegiando la crescita delle persone al proprio interno. Tanti dei manager attuali arrivano dai negozi, esperienza considerata fondamentale per ulteriori passaggi di carriera.

«Alla base della nostra filosofia aziendale e dei conseguenti investimenti in formazione», dichiara Alessandro Bracci, ad del gruppo Teddy, «c'è la convinzione che, se gli si dà fiducia, ogni uomo possa essere un creatore. Per questo cresciamo molto per via interna, vogliamo coltivare i nostri talenti e farli diventare i professionisti di eccellenza per il domani del nostro gruppo. Come le squadre di calcio che programmano a lungo termine», prosegue Bracci, «anche noi vogliamo creare un nostro vivaio, nel quale coltivare i

nuovi manager di domani. Chi desidera cose grandi e ha passione può trovare nel nostro gruppo una bella squadra in cui giocare».

La crescita è favorita dall'attività formativa, svolta in un centro di formazione retail per store manager, responsabili visual e magazzinieri. La frequenza della cosiddetta Teddy Fashion School consente l'aggiornamento continuo per gli uffici prodotto. A queste iniziative si aggiunge una corporate university, TEDDY500. L'azienda sta preparando dei talent day, il primo dei quali si terrà il 5 luglio presso la sede, aperti a studenti universitari e neolaureati, per farsi conoscere e dare informazioni sulle prospettive di lavoro. Il gruppo utilizza come principale canale di reclutamento la sezione lavoro con noi del sito www.teddygroup.com, attraverso la quale è possibile prendere visione delle opportunità e inserire il curriculum nel database aziendale.



lezione per la linea donna Terranova, un buyer prodotto per i marchi Terranova e Calliope e un responsabile produzione. Posizioni aperte anche nell'area commerciale per quanto riguarda lo sviluppo franchising, business controller per la rete vendita dei negozi e visual merchandiser. Anche nell'ambito della progettazione dei negozi ci sono opportunità, come senior retail designer e retail architect designer. Infine, nel settore logistica, il gruppo cerca un

