

Rimini

IL COLOSSO CHE NON CONOSCE CRISI

Il Gruppo Teddy sbarca in Iraq E nel 2018 inaugura altri cento negozi

L'azienda di abbigliamento nel 2017 ha aperto in Nord Africa, Medio Oriente e Asia Centrale. I ricavi si attestano a 622,2 milioni, registrando una crescita del 10,4 per cento

RIMINI

Una raffica di aperture a ritmi vertiginosi che vanno avanti ormai da anni e per il 2018 l'impennata di inaugurazioni di punti vendita è confermata in tutto il mondo. Stiamo parlando del Gruppo Teddy, azienda riminese di abbigliamento, che prosegue a passo di corsa il suo sviluppo e per il prossimo anno l'obiettivo è quello di «superare i 100 nuovi punti vendita, con conseguenti positivi riflessi sul fatturato, aumentando contestualmente la metratura media dei negozi», spiegano i proprietari dei marchi Terranova, Calliope e Rinascimento. Un ritmo di crescita che consente all'azienda di autofinanziare pressoché integralmente il proprio sviluppo.

Espansione mondiale

La crescita di Teddy è quindi determinata «dall'interesse dei clienti per i brand del Gruppo, Terranova, Rinascimento, Calliope che raggiungono nuovi consumatori in tutto il mondo e si consolidano in Paesi nei quali sono già presenti da 30 anni», spiegano dall'azienda, dove aggiungono: «Si tratta di stili diversi che attraggono consumatori diversi: Terranova urban e di tendenza, Calliope glamour light e Rinascimento, ambasciatore del fast fashion made in Italy». Tra le direttrici delle nuove aperture nel 2017 Nord Africa, Medio Oriente e Asia Centrale con Egitto, Arabia Saudita, Qatar, Kazakistan, Kirghistan e città quali Il Cairo e Abha. Anche



A sinistra alcuni dipendenti del Gruppo Teddy e destra una delle tante inaugurazioni fatte lo scorso anno da parte dell'azienda riminese

l'Europa dell'Est è stata protagonista dello sviluppo della rete dei marchi di Teddy con espansione in Paesi quali Russia, Bielorussia, Croazia, Serbia, Romania, Polonia, Repubblica Ceca e Slovacchia». L'Italia infine è stata importante per i positivi sviluppi del Gruppo Teddy con inaugurazioni da Nord a Sud della penisola in capoluoghi quali Torino, Verona, Parma, Mantova, Ravenna, Pesaro, Roma e Siracusa.

Ricavi milionari

Per quanto riguarda i risultati del gruppo, i ricavi netti consolidati nel 2016 si attestano a

622,2 milioni, registrando una crescita del 10,4 per cento rispetto al 2015 (563,9 milioni di Euro). Il 52,6 per cento del fatturato consolidato è stato realizzato sui mercati esteri. Significativa la performance del Margine operativo lordo consolidato che nel 2016 ammonta ad 95,9 milioni, registrando un incremento del 15,8 per cento rispetto all'esercizio 2015.

Obiettivo Iraq

E se per il 2018 gli obiettivi sono piuttosto ambiziosi, l'espansione della rete di Teddy per il 2017 può dirsi «raggiun-

ta ma ulteriori importanti sviluppi attendono il Gruppo nei prossimi mesi», continuano dalla ditta, «in primis l'ingresso in pianta stabile nel mercato svizzero, con un negozio a Lucerna, che conferma la propensione dell'azienda a un consolidamento nel mercato europeo, dove sono già presenti il 40 per cento dei negozi del Gruppo».

E inoltre una ulteriore apertura in un Paese particolare come l'Iraq, a Erbil, che testimonia una specifica attenzione di Teddy ai mercati di frontiera, una caratteristica distintiva.

«La forza di Teddy e il valore

imprenditoriale del Gruppo sono testimoniati dalla capacità di crescere in due mercati che hanno vissuto importanti criticità quali Russia ed Egitto», ha dichiarato il direttore Sviluppo del Gruppo Teddy Pierluigi Marinelli. Che ha poi concluso: «Due nostri pilastri strategici quali la formula del franchising in conto vendita e la convinzione che il cliente finale debba essere al centro delle nostre scelte commerciali continuano a rivelarsi vincenti e contribuiscono a renderci protagonisti nel mercato globale del fast fashion».