il Resto del Carlino
edizione Rimini

CONFINDUSTRIA ROMAGNA

Data 27/07/2022
Pagina 7
Foglio 1

Teddy apre nuovi negozi in tutto il mondo

L'azienda riminese ha previsto 100 inaugurazioni nel 2022: ne restano una quarantina tra Italia, Europa dell'Est, Balcani e Medio Oriente

«Continueremo il percorso di rafforzamento dei nostri marchi e di sviluppo della rete vendita». Alessandro Bracci, amministratore delegato di Teddy, fissa gli obiettivi dell'azienda riminese. Tra i leader internazionali dell'abbigliamento con i marchi Terranova, Calliope e Rinascimento, il gruppo ha visto nel 2021 crescere i ricavi consolidati di oltre 46 mln di euro (+9,3%) rispetto al 2020, a quota 540,2 milioni. Risultati che «sarebbero potuti anche essere migliori – precisa l'azienda – senza i rallentamenti nelle catene di fornitura del Far East e i conseguenti ritardi nelle consegne delle nuove collezioni».

I nuovi negozi, si diceva. Il piano prevede 100 aperture nel corso del 2022 ed è già realizzato al 60%. Le prossime inaugurazioni di negozi sono previste soprattutto in Italia, poi in Europa dell'Est, Balcani e Medio Oriente. L'Italia resta un mercato di riferimento per Teddy, come testimonia anche la crescita dei ricavi consolidati nel 2021, di 323,4 milioni con un aumento del 15,1% sul 2020 (281 milioni). «Questa performance – sottolinea l'azienda riminese – è spiegabile sia con il progressivo ritorno alla normalità post pandemia, sia con lo sviluppo della rete distributiva dei negozi monomarca in Italia passata da 374 a 405 punti vendita». La quota d'incidenza sul totale dei ricavi di gruppo passa dal 56,9% del 2020 al 59,9% del 2021.

I ricavi netti esteri mostrano invece una crescita più contenuta, pari al +1,7%, passando nel 2021 a 216,8 milioni (213,2 ndel periodo precedente), il 40,1% del totale (43,1% nel 2020). Proprio rivolgendo lo sguardo all'estero, il gruppo «è ottimista ma allo stesso tempo molto prudente, a causa del contesto geopolitico ed economico complesso, in certi ambiti drammatico, e in continua evoluzione, che non permette di fare previsioni attendibili». Il riferimento è anche alla guerra in corso: in Ucraina il gruppo «non è presente con proprie società, operando con *franchisee* (e i negozi sono chiusi, *ndr*)», mentre in Russia, «da sempre un mercato importante per il gruppo, Teddy è presente con una società che opera principalmente come *master franchisee* con ulteriori referenti locali. Per questo i negozi, la cui proprietà e gestione è principalmente in capo a *franchisee*, sono tutti aperti». Teddy continuerà a investire nel digitale e darà seguito al piano strategico quinquennale di sostenibilità.

g. c.

Un negozio Terranova, uno dei marchi del Gruppo Teddy

RICAVI IN CRESCITA

L'ad Bracci: «Rafforzare marchi e rete vendita è il nostro obiettivo»

Niente auto, si va a lavorare in bici Sei aziende partecipano al progetto

Sono le realtà del territorio che aderiscono al bando del Comune per favorire la mobilità sostenibile

Al lavoro in bici. Sempre più riminesi lo fanno. Agenzia delle Entrate, Fortech, Gruppo Società gas Rimini, Hera, Iegexpo e Novomatic Italia sono le sei aziende del territorio che hanno aderito al bando 'Bike to Work' del Comune, un'iniziativa co-finanziata dalla Regione Emilia-Romagna che ambisce a rendere Rimini una città ancora più green e sostenibile.

Lo scopo è quello di incentivare i dipendenti delle realtà che partecipano al progetto ad andare e tornare dal lavoro sulle due ruote, senza ricorrere all'auto. L'amministrazione ha stabilito degli incentivi chilometrici per gli spostamenti casa-lavoro sulle due ruote al personale delle aziende. A ciascun partecipante sono destinati un massimo di 20 centesimi a chilometro per un massimo di 50 euro al mese, a seguito di accordi dei mobility manager aziendali o responsabili di incentivazione all'uso della bicicletta in sostituzione dell'autoveicolo privato.

«Andare al lavoro in sella ed essere pagati per farlo: si tratta di un'iniziativa originale nel solco dell'attenzione ambientale volta a incoraggiare le persone a usare la bicicletta per i propri spostamenti, evitando l'auto, quando possibile – spiega l'assessore comunale Francesca Mattei –. La partecipazione di grandi aziende al bando è la dimostrazione della sensibilità della città verso il tema del contrasto al cambiamento climatico, un fenomeno – sottolinea l'assessore – che può essere modificato solo attraverso un cambio di abitudini».

L'assessore comunale Francesca Mattei

L'ASSESSORE MATTEI

«Ci si può muovere sulle due ruote ed essere pagati per farlo: idea originale»

In 21mila ai concorsi in Fiera

La Fiera di Rimini, gestita da Italian Exhibition Group, è l'hub regionale in Emilia-Romagna per lo svolgimento dei concorsi pubblici: si è conclusa la prima tranche di organizzazione, avviata l'11 luglio scorso. Complessivamente erano iscritti 21.562 candidati in 17 sessioni promosse da Ispettorato nazionale del lavoro, ministero dell'Istruzione, Mef, ministero dell'interno e Agenzia delle entrate. Si stima che circa il 20% dei partecipanti abbia pernottato sul territorio.

La nuova modalità organizzativa dei concorsi, definita nella scorsa primavera dal Governo, prevede 19 hub regionali che mediamente possono ospitare fino a centomila candidati al giorno sul territorio nazionale.

Durante la pandemia, quella dei concorsi era l'unica attività possibile ed in quel periodo è stato attivato un team interno composto dalle varie funzioni, in ambito fieristico e congressuale, che ha messo a punto la candidatura utile a divenire sede unica regionale dei concorsi pubblici.

leg ha reso disponibili 35 giornate nel 2022, individuate nel calendario fieristico fra quelle idonee ad ottimizzare il calendario.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.