



COMUNICATO STAMPA

Teddy Group sceglie Centric Market Intelligence per accelerare l'espansione nei mercati attraverso il benchmark competitivo e decisioni basate sui dati

Il leader italiano del fashion retail potenzia la localizzazione della strategia retail ed e-commerce con insight su pricing competitivo e trend di mercato basati sull'AI

CAMPBELL, Calif., 13 maggio 2025 - Centric Software® è lieta di annunciare che il Gruppo Teddy ha scelto [Centric Market Intelligence™](#) per supportare decisioni data-driven nei processi di pianificazione prodotto e definizione del pricing competitivo, con l'obiettivo di rafforzare il posizionamento sul mercato del proprio brand di punta, Terranova. Centric Software fornisce le soluzioni enterprise più innovative per pianificare, progettare, sviluppare, approvvigionare, acquistare, produrre, definire strategie di prezzo, allocare, vendere e riassortire prodotti come moda, lusso, calzature, outdoor, arredamento e beni correlati come cosmetici e cura della persona, nonché retail multi-categoria, per raggiungere obiettivi strategici e operativi di trasformazione digitale.

Fondata nel 1961 a Rimini, Teddy S.p.A. si è evoluta da piccolo negozio locale a realtà di riferimento nel panorama globale del fashion retail. Terranova, uno dei brand di punta del gruppo lanciato nel 1988, conta oggi oltre 500 store in 37 mercati, proponendo collezioni di moda contemporanea per uomo, donna e bambino. Il brand opera attraverso un modello omnicanale che comprende punti vendita fisici, 13 mercati e-commerce diretti e una presenza in continua espansione sui principali marketplace.

L'integrazione di Centric Market Intelligence nei processi di pricing e planning di Terranova permetterà al brand di definire con maggior precisione prezzi iniziali e strategie di markdown per mercato e per canale.

“Uno degli elementi di analisi più preziosi che ci attendiamo da Centric è la comprensione della velocità di vendita dei prodotti — capire cosa si esaurisce per

primo e perché.” Afferma Filippo Cisterni, eCommerce Manager del Gruppo Teddy. “Questo orienterà le nostre strategie di pricing, assortimento e replenishment, rendendo più efficiente e competitivo il nostro approccio all’e-commerce e ai marketplace.”

L’implementazione di Centric Market Intelligence arriva in un momento cruciale per la trasformazione digitale e l’espansione nei marketplace del Gruppo Teddy. Nell’ambito di un piano strutturato per rafforzare la propria presenza locale attraverso marketplace e logistica, il Gruppo Teddy era alla ricerca di una soluzione che colmasse la mancanza di insight di mercato in tempo reale e superasse l’approccio manuale adottato per le attività di forecasting e analisi nei processi di sviluppo prodotto, pricing e marketing.

“Per noi era fondamentale comprendere a fondo come approcciare ogni mercato con una strategia mirata», spiega Cisterni. «In Teddy Group, ogni team è guidato dai dati: rappresentano un elemento chiave in ogni aspetto della nostra strategia. Con Centric Market Intelligence avremo finalmente accesso in tempo reale a informazioni sui competitor e sui trend di mercato.”

Per massimizzare il proprio impatto sul mercato, Terranova necessita di insight approfonditi e in tempo reale per confrontare le strategie di assortimento e di pricing della concorrenza su ciascun marketplace, ottimizzando così la rilevanza del brand e la penetrazione nei mercati locali. Questa visibilità guiderà le decisioni relative alla localizzazione dell’offerta prodotto, alla definizione di prezzi iniziali competitivi e alle strategie di markdown per ogni singolo mercato. Prima dell’introduzione di Centric Market Intelligence, l’analisi della concorrenza veniva svolta manualmente tramite fogli di calcolo o, in alternativa, attraverso report forniti una tantum da terze parti, privi di aggiornamenti in tempo reale e della possibilità di monitorare lo storico dei trend.

“[In passato] il nostro marketplace manager poteva impiegare fino a otto ore per ciascun canale, selezionando manualmente i prodotti da inserire nei vari marketplace e incrociando i dati su fogli di calcolo per definire, di stagione in stagione, le migliori strategie di assortimento e pricing», spiega Cisterni. «Con Centric Market Intelligence potremo confrontare rapidamente trend stagionali e strategie di prezzo, e prendere decisioni di acquisto e pricing molto più mirate ed efficaci.”

L'implementazione iniziale riguarda il brand Terranova, ma il successo dell'adozione porterà presto all'estensione della soluzione anche agli altri marchi del Gruppo Teddy.

“Uno dei fattori determinanti nella scelta di Centric rispetto ad altre soluzioni prese in esame è stata la facilità di confronto. Ci fornirà insight chiari e azionabili sull'evoluzione del mercato stagione dopo stagione, nonché una comprensione più approfondita delle strategie adottate dai competitor. Gli strumenti utilizzati in passato offrivano indicazioni di massima sui trend, ma mancavano della profondità di analisi di cui avevamo bisogno: Centric ci consentirà di prendere decisioni basate sui dati con un livello di precisione per noi del tutto nuovo,” conclude Cisterni.

“Oggi i retailer hanno bisogno di accedere rapidamente alla market intelligence per prendere decisioni strategiche e mantenere la competitività. La collaborazione data-driven tra il Gruppo Teddy e Centric Market Intelligence rappresenta un vantaggio competitivo fondamentale per l'espansione nel retail. I processi manuali vengono trasformati in insight azionabili a supporto dell'ottimizzazione dei prezzi, delle decisioni di merchandising e della crescita nei marketplace a livello internazionale”, afferma Chris Groves, CEO di Centric Software.

Scopri di più su [Centric Software](#)

[Richiedi una demo](#)

Teddy S.p.A. Group (www.teddy.it)

Teddy Group è un'azienda italiana di moda con un grande sogno: offrire molto più che abbigliamento, condividere un mondo di cui sentirsi parte. Attraverso i brand Terranova, Rinascimento, Calliope e QB24, il Gruppo desidera vestire il mondo sotto il segno della bellezza e dell'accoglienza, valorizzando la realizzazione personale. Serve i clienti in 79 mercati grazie a una distribuzione omnicanale che comprende l'online, punti vendita monomarca gestiti direttamente o in franchising, oltre alla distribuzione wholesale.

Nel 2023, il Gruppo ha registrato un fatturato di 672,5 milioni di euro e ricavi retail pari a 1,115 miliardi di euro, con 841 store e 3.464 dipendenti.

Centric Software® (www.centricsoftware.com)

Dalla sua sede nella Silicon Valley, Centric Software fornisce una piattaforma innovativa e potenziata dall'AI, che accompagna retailer, brand e produttori di ogni dimensione, dal concept di prodotto alla sua commercializzazione. Esperta nei settori moda, lusso, calzature, outdoor, arredamento, cosmetici e cura della persona, e nel retail multi-categoria, Centric Software offre soluzioni best-of-breed per pianificare, progettare, sviluppare, approvvigionare, garantire la conformità, acquistare, produrre, definire strategie di prezzo, allocare, promuovere, vendere e riassortire i prodotti.

- **Centric PLM™**, la soluzione PLM leader per i settori moda, outdoor, calzature e private label, ottimizza l'esecuzione del prodotto dall'ideazione allo sviluppo, al sourcing e alla produzione, con un miglioramento della produttività fino al 50% e una riduzione del time-to-market del 60%.
- **Centric Planning™** è una soluzione AI innovativa e cloud-native che offre funzionalità di pianificazione end-to-end per massimizzare le performance di business nel retail e nel wholesale, con un incremento dei margini fino al 110%.
- **Centric Pricing & Inventory™** sfrutta l'AI per migliorare i margini e incrementare i ricavi fino al 18% tramite l'ottimizzazione di prezzi e inventario, dal pre-season all'in-season fino al completamento della stagione.
- **Centric Market Intelligence™** è una piattaforma potenziata dall'AI che fornisce insight sui trend dei consumatori, sulle offerte e sul pricing della concorrenza, per aumentare la competitività e avvicinarsi al consumatore, con un incremento fino al 12% del prezzo medio iniziale.
- **Centric Visual Boards™** elaborano dati azionabili con un approccio visual-first per garantire assortimenti e offerte di prodotto coerenti e in linea con i consumatori, riducendo drasticamente i tempi del ciclo di sviluppo degli assortimenti.
- **Centric PXM™**, la soluzione di product experience management potenziata dall'AI, integra PIM, DAM, content syndication e digital shelf analytics (DSA) per ottimizzare il ciclo di commercializzazione del prodotto, trasformando

l'esperienza del brand. Aumenta i canali di vendita, incrementa il sell-through e migliora i margini.

Le soluzioni di Centric Software, orientate dalle esigenze del mercato, vantano il più alto tasso di adozione da parte degli utenti, il massimo livello di soddisfazione dei clienti e il time-to-value più rapido del settore. Centric Software ha ricevuto numerosi premi e riconoscimenti di settore ed è regolarmente citata nei report e nelle ricerche dei principali analisti a livello mondiale.

Centric Software è una società controllata da Dassault Systèmes (Euronext Paris: #13065, DSY.PA), leader mondiale nel software di progettazione 3D, nei digital mock-up 3D e nelle soluzioni PLM.

Centric Software è un marchio registrato di Centric Software, Inc. negli Stati Uniti e in altri Paesi. Centric PLM, Centric Planning, Centric Pricing & Inventory, Centric Market Intelligence, Centric Visual Boards e Centric PXM sono marchi registrati di Centric Software, Inc. Tutti i marchi registrati di terze parti sono trademark dei rispettivi titolari.

Contatti Stampa:

Centric Software

Americas: Jennifer Forsythe, jforsythe@centricsoftware.com

EMEA: Kristen Salaun-Batby, ksalaun-batby@centricsoftware.com

APAC: Lily Dong, lily.dong@centricsoftware.com