



TIBERIO FIESOLI,
PRESIDENTE GRUPPO TRIVENETO.COM

Dieci anni di successi da poco festeggiati, molti gli obiettivi raggiunti e molti i motivi di soddisfazione, in primis la crescita numerica della compagine societaria - passata, di recente, da 20 a 23 associati - e la presenza di 45 punti vendita sul territorio. È questa la realtà del Gruppo Triveneto.com, attivo nella distribuzione dei prodotti idro-termo-sanitari e punto di riferimento fondamentale nell'area del Nordest tra il mondo della produzione e la distribuzione Its. I dati economici sono incoraggianti, il fatturato totale prodotto in vendita dai soci nel 2011 è stato di 180 milioni di euro, diviso tra idraulica, edilizia, chimica e ferramenta, con una crescita del +17 per cento rispetto al 2010. "Nonostante il mercato in contrazione, anche il 2012 si è aperto con un segno positivo", commenta il presidente Tiberio Fiesoli. "Inoltre, con l'entrata dei tre nuovi soci, il Gruppo dovrebbe attestarsi su un fatturato prodotto superiore ai duecento milioni di euro". Ma, al di là dei dati economici, la vera forza del Gruppo sta nella crescita

COESIONE E TERRITORIALITÀ

Gruppo Triveneto.com, dieci anni di successi nel Nordest



"qualitativa" dei soci nel loro insieme. "United we stand, divided we fall: uniti resistiamo, divisi cadiamo. Sarà questo il leit motiv della nostra assemblea societaria del 17 maggio prossimo ed è un motto che abbiamo fatto nostro perché - sottolinea Fiesoli - crediamo fortemente nel valore delle risorse umane. Non a caso, la coesione e lo scegliersi reciprocamente con i fornitori è da sempre il nostro fiore all'occhiello quotidiano: con essi stringiamo relazioni solide e durature. Questa stretta collaborazione ci ha permesso di crescere costantemente negli anni. Ora più che mai riteniamo che produzione e distribuzione insieme siano in grado di dare vita a partnership vincenti e a lungo termine". Non da meno, i risultati positivi derivano da una vicinanza, mai tradita, legata al territorio. "Operiamo esclusivamente a livello locale - conclude il presidente - perché la chiave del successo è la territorialità, il nostro essere presenti in maniera capillare nel Nordest, la conoscenza e il contatto molto stretto con tutta la nostra clientela".