

# "UNITED WE STAND DIVIDED WE FALL"

Questo il motto del gruppo **TRIVENETO.COM**, realtà di riferimento del Nord-Est con un giro d'affari di 180 milioni di euro e 23 soci, che si è riunito ad Abano Terme (Pd) a fine maggio per il meeting annuale con i fornitori

di Arianna Sorbara



euro di fatturato. Crediamo fortemente nella forza di un gruppo coeso e nelle partnership serie, due fattori per noi essenziali che ci hanno permesso di crescere nonostante la crisi. Più che mai oggi c'è bisogno di rafforzare e fortificare questi rapporti e di restare uniti, ecco perché il nostro motto è: "united we stand, divided we fall".

Per capire meglio le ragioni del successo e quali sono i prossimi obiettivi, parliamo con il presidente Fiesoli che è stato riconfermato dal cda a capo del gruppo per i prossimi 3 anni.

**Presidente, quali sono le ragioni del successo di Triveneto.com?**

Sono sostanzialmente due: la struttura del gruppo e la qualità dei soci che vi appartengono. Persone e imprenditori che vivono quotidianamente in prima persona la realtà del mercato, presidiando il territorio di competenza da decenni, conoscono perfettamente i loro interlocutori riuscendo a tarare in tempi brevi l'offerta sulle reali esigenze. Per esempio, in questo particolare momento di mercato notiamo un incremento esponenziale delle vendite al banco, una

## ◀ Tiberio Fiesoli, presidente del Gruppo Triveneto.com LE RAGIONI DEL NOSTRO SUCCESSO SONO DUE: LA STRUTTURA DEL GRUPPO E LA QUALITÀ DEI NOSTRI SOCI

diminuzione degli ordini su copia commissione e un numero delle bolle emesse elevatissimo. Questo significa che il nostro cliente è cambiato, non lavora più facendo magazzino, compra lo stretto necessario, e i cosiddetti "cantieri" non esistono più o implicano rischi finanziari così elevati che spesso ci costringono a rinunciare. Per continuare a crescere è fondamentale, quindi, riuscire non a subire il mercato, e a dirigere la domanda sui prodotti e le tecnologie da noi ritenute strategiche. Inoltre, l'interscambio organizzato, regolamentato e sistematico di prodotti al nostro interno, ci consente di avere accesso a qualunque tipo di materiale in tempi brevissimi senza dover ricorrere a costose strutture di logistica.

Un particolare non trascurabile è che i soci del nostro gruppo hanno sempre onorato gli impegni finanziari presi con i fornitori, e questo è un valore assolutamente pesato dalle aziende soprattutto in questo frangente in cui si assiste a ogni tipo di "furbata finanziaria".

**Quali sono gli obiettivi a medio termine che il gruppo si è prefissato di raggiungere?**

Per prima cosa la massima attenzione al credito. In questo particolare momento congiunturale si possono ipotizzare cali di fatturato e quindi diventa fondamentale attuare le dovute contromisure strutturali, ma non ci possiamo più permettere perdite inesigibili sui crediti. Un secondo obiettivo è ottenere la maggior coesione possibile con i fornitori selezionati dal gruppo. Ci sono margini importanti di crescita

**"V**ogliamo mantenere forte l'unione e la collaborazione con i nostri fornitori selezionati, continuando a sviluppare sempre più relazioni solide e sinergie durature con i nostri partner". Queste le parole con le quali Tiberio Fiesoli, presidente del gruppo Triveneto.com, realtà di riferimento del Nord-Est, ha aperto il meeting annuale con i fornitori che si è tenuto a fine maggio ad Abano Terme (Pd).

Per il gruppo, che solo 10 anni fa è partito con 7 associati e 8 punti vendita, il 2012 è iniziato in modo positivo: al 30 aprile ha registrato, infatti, un fatturato in crescita del 4,8% rispetto allo stesso periodo del 2011, e sono entrati tre nuovi soci portando così a 23 il numero degli associati. "Con l'ingresso di questi nuove realtà - ha commentato ad AB Fiesoli - puntiamo a superare i 200 milioni di



### TRIVENETO.COM

- **Composizione del gruppo:** 23 aziende (con 45 pv a copertura del Triveneto)
- **Nuovi ingressi nel 2012:** 3
- **Fatturato del gruppo:** 180 milioni di euro (incluso le divisioni edile, chimica e ferramenta)
- **Fatturato al 30 aprile 2012:** + 4,8% vs stesso periodo del 2011
- **Obiettivo 2012:** superare i 200 milioni di euro
- **Settori di riferimento:** termoidraulica, edilizia, ferramenta, chimica
- **Referenze gestite:** circa 30.000
- **Personale:** oltre 700 addetti (tra diretti e indiretti)
- **Superfici utilizzate:** oltre 200.000 mq

interna per recuperare volumi altrimenti dispersi in mille rivoli. La nostra struttura fin dalla fondazione ha escluso i costi per strutture logistiche e ri-fatturazioni, se da un lato questo alleggerisce la struttura e i rischi connessi, dall'altra richiede un approfondito e costante lavoro di "tessitura" quotidiana con i soci e presso i punti vendita.

La filiera della distribuzione del mondo Irs in Italia è molto lunga, ogni singolo passaggio richiede cura e la dovuta considerazione. L'aspetto personale non deve mai travalicare l'obiettivo unico e primario sul quale tutti siamo misurati, ossia la capacità di fare business.

**Per contrastare il problema del credito avete messo in atto qualche iniziativa specifica?**

Sì, la direzione del gruppo ha sottoposto all'attenzione dei soci la possibilità di stipulare contratti di assicurazione dei crediti con una primaria società in modo tale da potersi tutelare a fronte di future perdite che potrebbero intaccare i flussi finanziari e il conto economico delle aziende associate. A un calo di fatturato si può e si deve rispondere con le dovute contromisure: a perdite su crediti, in questo momento, corrispondono rischi legati alla sopravvivenza stessa dell'azienda.

**Da inizio anno sono entrati tre nuovi soci. Valuterete altri ingressi nel 2012?**

Abbiamo molto da lavorare al nostro interno, la compagine è ben strutturata e con 23 affiliati e 45 punti vendita copre in maniera importante l'area geografica del Triveneto. Pertanto non è la priorità principale, ma sicuramente reputo che la crescita e l'espansione siano necessarie per acquisire sempre maggior peso e importanza strategica nel nostro territorio.

**In generale, che caratteristiche devono avere i soci per entrare a far parte di Triveneto.com?**

Devono essere persone e imprenditori come noi, attenti alle esigenze del mercato. Manager che apprezzano il poter dialogare con colleghi su un

territorio ben circoscritto e che hanno ben chiaro come l'unione di intenti e la comunanza di vedute strategiche faccia la differenza.

**Su che interscambio si basano queste partnership?**

Su un dialogo costante e continuo. Sull'aver chiaro come i prodotti che noi trattiamo non siano "finiti", ma componenti di impianti tecnologici. Sarebbe dunque impensabile non poter usufruire di servizi quali: strumenti di vendita atti a ottimizzare le relazioni con il mercato, semplificazioni di procedure documentali, formazione tecnica, logistiche dei produttori appropriate.

**Quali sono gli elementi che vi hanno permesso di avere una crescita costante in questi anni e soprattutto di registrare +4,8% ad aprile mentre la maggior parte ha risultati negativi?**

Nel corso dell'anno, con la costante collaborazione del nostro comitato prodotti, sono state fatte valutazioni continue per arrivare a ponderare le scelte di marchi e produttori che ci hanno consentito di ampliare il paniere fornitori contrattualizzati riducendo in maniera notevole la frammentazione dei fatturati con acquisti "extra gruppo".

**Cosa pensa della grande distribuzione? È una minaccia?**

La gds scompiglia quelle che fino a ora sono sempre state le regole di questo mercato. Senza dubbio è un fenomeno in crescita anche in Italia, soprattutto per i prodotti che non richiedono grossa manualità. Mi sto documentando su questo fenomeno soprattutto guardando con attenzione quei Paesi nei quali questo è già presente da anni per valutare le debite contromisure da adottare e da scegliere per il gruppo.

**Quale pensa sarà il futuro dei gruppi in Italia?**

Sicuramente quando gli spazi operativi calano con il diminuire dei volumi, assisteremo a una selezione, processo tra l'altro già abbondantemente in atto. Per quanto mi riguarda farò ogni sforzo possibile per rimanere e far rimanere i miei soci protagonisti del mercato Irs.