

PIANETA MADE

Grande partecipazione per la seconda edizione del meeting del network Made

Oltre 500 fra rivenditori, professionisti dell'edilizia, unitamente a 83 aziende produttrici hanno partecipato alla seconda edizione della rassegna organizzata dal network Made presso la sede del Casorezzo (MI). Un'occasione in più per rafforzare il senso di appartenenza al Gruppo, primo in Italia per i servizi riservati ai suoi aderenti.

Gruppo Made, il Gruppo per l'edilizia italiana, incontra rivenditori, produttori, artigiani e imprese nella nuova edizione di "Pianeta Made", che si è svolta lo scorso 18 settembre nella sede di Casorezzo (MI). Una giornata di festa, ma anche un concentrato di relazioni fra gli imprenditori della distribuzione edile aderenti al Gruppo, i fornitori partner e i clienti professionisti. I numeri della giornata esprimono perfettamente l'importanza e anche il successo dell'evento: oltre 500 operatori del settore e 83 aziende produttrici con il loro stand (il 30% in più della scorsa edizione della manifestazione) hanno trascorso un piacevole pomeriggio e una serata (rallegrata da un ampio buffet e da intrattenimento musicale) entrando in contatto con le più recenti novità del mondo della produzione e soprattutto tessendo nuovi rapporti fra colleghi, uno degli obiettivi "permanenti" del



Gruppo che, da sempre, favorisce la conoscenza reciproca, lo scambio di esperienze e forme di collaborazione locali per la condivisione degli obiettivi di Gruppo nel territorio. "Pianeta Made", i Corsi di formazione professionale che coinvolgono più volte l'anno centinaia di rivenditori fra titolari, commerciali e operatori di magazzino dei 267 punti vendita oggi aderenti al Gruppo, unitamente



www.gruppomade.com

ADVERTORIAL

al grande evento annuale del Congresso nazionale, sono tutte occasioni di incontro che creano un profondo senso di appartenenza alla realtà di Gruppo Made. La crescita delle imprese della distribuzione edile che negli ultimi anni hanno scelto di aderire a Gruppo Made è un ulteriore segnale di come i rivenditori, soprattutto le nuove generazioni, avvertano la necessità, ma anche il desiderio, di far parte di una grande organizzazione che fornisce i servizi indispensabili per emergere in un mercato sempre più competitivo e selettivo.

Questi valori si sono respirati anche nell'ultima edizione di "Pianeta Made", dove anche l'aumento della presenza del mondo della produzione certifica l'importanza di creare rapporti commerciali e professionali solidi e di reciproca soddisfazione.

