



Italian Trade
Volume 12 Issue 1



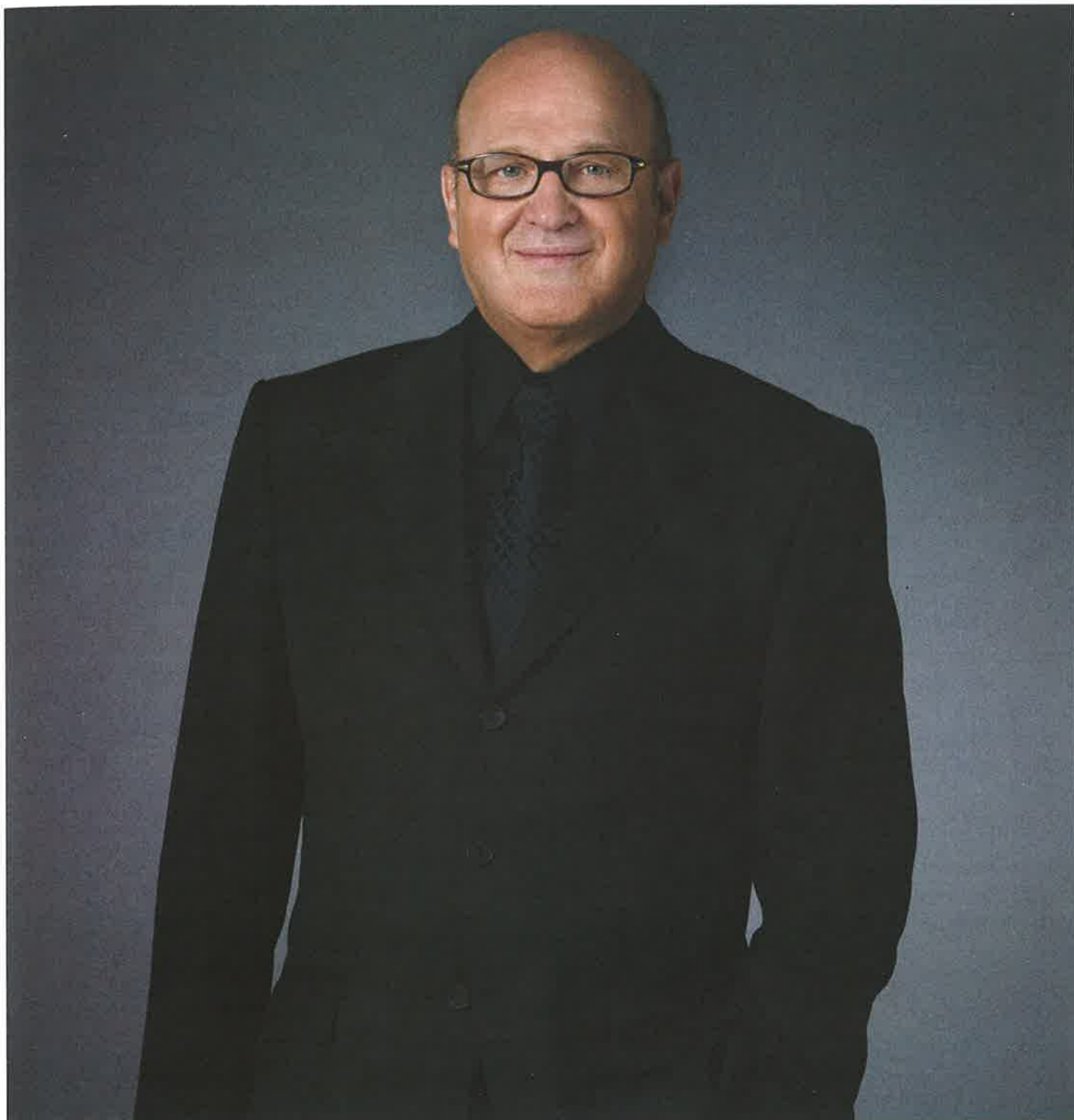
*THE
BEST
OF*

**MADE
IN ITALY
IN AMERICA**

SPECIAL CELEBRATORY ISSUE

"The made in Italy Essence"

Dario Snaidero, from the Friuli in America,
with the mission to export our essence





Recent research attests that in Italy out of 6,819 businesses with a turnover exceeding 50 million euro, roughly 57.1% of them, about 3,893 companies, are operated as a family business. Family business is a successful traditional model when it comes to Italian companies, indeed very studied in universities throughout the world; but, in such a case like ours where hands on experience is available, things become a bit different. This way you learn more about the internal insights of the actual business by getting to know the members of these families and learning their values and feelings that keep them united against time. That is how, without any rhetoric, it is safe to say: it fires a feeling of admiration and a desire to work your way up. The case of Snaidero, a leader in the design and manufacture of kitchens and furniture, depicts this image.

Dario Snaidero, studying your professional profile, it could be said that you are kind of like “the American” of the family...

I've been working in the United States for forty years, I even have an American passport (which I would have never applied for if I could not keep the Italian one), but let's go slowly... do you know the old motto of the Snaidero family?

No, I've missed it...

“Great diversity, only one big group.” Basically, I owe a lot to America, but what would I know if I was not Italian? If I would not have proposed to this land of great opportunity, yet strict and ruthless rules as well, our way of doing business?

You are obviously referring to the so-called made in Italy? Is it not a concept that is a bit abused already?

Eh no! Made in Italy is not only the most important crucial evidence of something built through the ancient wisdom and the Italian style. Above all, it is the synthesis of education and human values passed down from generation to generation, that characterize our and many other companies... It is the humanity of our people that makes the difference and this essence is appreciated abroad. There is a dedication to work, an attention to the clients in the way we do business, which ultimately qualifies us amongst the best. I always say, without hypocrisy: there are a lot of good products, but perhaps no one like us, that instills its own personality and character in the work. That is the Italian spirit I was referring to... the basis of the made in Italy, are the Italians!

So success, you claim, is in the character...

There is no doubt. You should meet my mother Maria: ninety-four years old and she is still full of energy, curiosity... not only the history but the success itself of Snaidero can be seen through her eyes! My father was, without a doubt, a great entrepreneur, I worked hard, with good results I believe... Now, my son Alberto is here in the United States brilliantly creating his own path. But, you know what? Women in our company have had and still have a very important role. I cannot forget the constant work of my wife Anna Paola. Her professional ethics and human values have allowed our company to grow tirelessly, finding new forms of communication and creating new business models...

What type of relationship is there between the Italian Snaidero, actually the Friulian Snaidero, and Snaidero USA?

Snaidero USA is an independent company with its own management and market strategies, but still Italian and Friulian one hundred percent! In hope that no one gets offended, eh? I say Friulian and Italian because in our company there is a lot of the character of the inhabitants of our land. You know, it is difficult to bring down us Friulians. Wars, misery, earthquakes, floods, landslides, polar winters have attempted to do so. None can do! We are real, genuine and maybe a bit stubborn...

And not even America has changed you...

No, but it has enriched me; certainly, both professionally and personally. Ah, do you see what I mean with this concept? I believe that if you have a well defined identity, it should not be intimidating to confront with other cultures, other worlds in all... We produce everything strictly in Italy, but we have also refined some characteristics of our products in the US: having eyes all over the world has allowed us to keep up with the times. This enables a circular flow of ideas, professionalism, men and objects. This is our industrial model. Now we can module technology at the highest level with the most specific instances of each customer. This is really appreciated in Europe, here in America it has become, as they say, a must.

After many years of working in America, is there one thing you can pride yourself on?

Yes, definitely! There has never been a lawsuit from any of our many customers. In forty years, this means a whole lot! We have grown to have twenty-five stores (in addition to Puerto Rico, Caracas and Panama), but you have to know that since 1992, when we started our first multi-housing

project, supplying furniture for kitchens and furniture of larger groups of building construction, it was a constant risk of not satisfying our customers, with their tight deadlines (and very expensive penalties). Instead, we were always on time and always up to expectations.

In which part of the United States did you guys start this new challenging job?

We started off in the Bristol Tower in Miami. From there started a new genuine mission through more and more personalized services. Since then, also thanks to the great help of my “right hand man” Giulio Petrilli, our presence began to grow throughout Florida and our reach/operating range has gradually expanded to North American and Central America.

To date, Snaidero USA has won 172 projects with more than 43,000 units installed, I must say, successfully, providing not only kitchens, but also furniture for the bathroom and closets for major companies such as Turnberry, AEG, Trump, ASPAC, CM, the Howard Hughes Corporation and the Realted Group.

They really are the biggest US manufactures!

Yes, and in the largest and most prestigious buildings in most parts of America there is now some sort of Italian, Friulian or, more simply, Snaidero.

And there is also a bit of your mother Maria...

Obviously!

“Il made in Italy sono gli Italiani”

Dario Snaidero, dal Friuli in America, con la missione di esportare la nostra umanità

Recenti ricerche attestano che in Italia su 6.816 aziende con fatturato superiore a 50 milioni di euro, ben 3.893 aziende, rappresentative del 57,1 per cento del totale, sono a controllo familiare. Quanto il modello dell'impresa familiare sia vincente nelle aziende italiane è cosa risaputa e, d'altronde, assai studiata in tante Università del mondo, ma quando questo fenomeno come è successo a noi,

lo si 'tocca con mano', quando - insomma - lo si conosce un po' più dall'interno, frequentando i membri di queste famiglie e apprendendo i valori e i sentimenti che li tengono uniti contro le insidie del tempo e anche più prosaicamente del mercato; ecco allora, senza retorica, va detto: scatta un sentimento di ammirazione, e ci si può commuovere per fino. Il caso della Snaidero, azienda leader in progettazione e fabbricazione di cucine e arredi, fa scuola.

Dario Snaidero, studiando la sua storia professionale, si potrebbe dire che lei è un po' 'l'americano di famiglia'...

Sono quarant'anni che opero negli Stati

Uniti, ho anche il passaporto americano (che non avrei mai preso, sia chiaro, se non avessi potuto tenere quello italiano), ma andiamoci piano... lei conosce il vecchio motto della famiglia Snaidero?

No, mi manca...

“Molte diversità, un solo grande gruppo”. Insomma, all'America devo molto, anzi moltissimo, ma cosa sarei se non fossi italiano? Se non avessi proposto in questa terra di grandi opportunità, ma anche di regole ferree e spietate, il nostro modo di fare impresa?

Si riferisce, ovviamente, al cosiddetto made in Italy? Non sarà, ormai, un

concetto un po' abusato?

Eh, no! Made in Italy, non è solo l'importantissima, fondamentale evidenza di qualcosa costruita attraverso la sapienza antica e lo stile italiano, ma soprattutto è la sintesi dell'educazione, dei valori umani, trasmessi di generazione in generazione, che caratterizzano la nostra e tante altre imprese... È l'umanità della nostra gente che fa la differenza, e all'estero questo fattore viene davvero apprezzato.

C'è una dedizione al lavoro, un'attenzione verso il cliente, nel nostro fare impresa, che, infine, ci qualifica tra i migliori. Perché, io lo dico sempre, senza ipocrisia:

di buoni prodotti ce ne sono tanti, ma forse nessuno come noi, nel lavoro infonde la propria personalità, il proprio carattere. Ecco l'italianità di cui parlo... la base del made in Italy, sono gli italiani!

Quindi il successo, lei sostiene, è nel carattere...

Non c'è dubbio. Dovrebbe conoscere mia madre Maria: novantaquattro anni ed ancora piena di energie, curiosità... non solo la storia, ma il successo stesso della Snaidero lo potrebbe leggere nei suoi occhi! Mio padre è stato senza dubbio un grande imprenditore, io mi son dato da fare, credo, con buoni risultati... ora mio figlio Alberto, qui negli Stati Uniti sta brillantemente facendo la sua strada. Però sa che le dico? Le donne da noi hanno avuto e hanno un ruolo davvero importante. Non posso dimenticare il costante lavoro di mia moglie Anna Paola. Le sue doti professionali e umane hanno permesso alla nostra azienda di crescere davvero senza sosta, trovando nuove forme di comunicazione e con queste, altrettanto nuovi modelli di business...

Ma che rapporto c'è tra la Snaidero italiana, anzi friulana, e la Snaidero Usa?

Quella americana è una società indipendente, ovvero, autonoma, con un suo management e con le sue strategie di mercato, ma rimane - per dirla con lei - italiana e friulana. Al cento per cento! Anzi, che nessuno si offenda, eh? Friulana ed italiana, perché da noi in azienda c'è molto del carattere degli abitanti della nostra terra. Lo sa, è difficile abbattere noi friulani. Ci hanno provato guerre, miserie, terremoti, alluvioni, frane, inverni polari. Niente da fare! Concreti, genuini, magari un po' ostinati...

E a lei non l'ha cambiata neanche l'America...

No, ma mi ha arricchito. Senz'altro, tanto professionalmente che umanamente. Ah, vede che insisto su questo concetto? Credo che se hai una identità ben definita, non devi temere di confrontarti con altre culture, altri mondi insomma... Noi produciamo rigorosamente tutto in Italia, ma qui negli Stati Uniti abbiamo affinato anche alcune caratteristiche dei nostri prodotti: avere occhi in tutto il mondo ci ha permesso di essere sempre al passo con i tempi. E', oramai, un flusso

circolare di idee, professionalità, uomini e oggetti. E' il nostro modello industriale. Ormai riusciamo a modulare tecnologia ad altissimo livello, con le istanze più particolari del singolo cliente. In Europa è davvero molto apprezzato, qui in America è diventato, come si dice, un must.

Dopo tanti anni di lavoro in America, una cosa di cui si può vantare?

Ah, sì, una senz'altro! Mai una causa legale da uno dei nostri tantissimi clienti. In quarant'anni, vorrà pur dire qualcosa! Siamo arrivati ad avere venticinque punti vendita (oltre a Porto Rico, Caracas, Panama), ma si immagini che dal 1992, quando abbiamo iniziato a realizzare il nostro primo progetto di multihousing, ovvero la fornitura di cucine e arredi per i più grandi gruppi di costruzione edile, il rischio di non soddisfare la clientela, con le sue rigide scadenze (e le salatissime penali) era davvero grande... Invece, sempre puntuali, sempre all'altezza delle aspettative.

In quale parte degli Stati Uniti avete iniziato questo nuovo impegnativo lavoro?

Il primo fu per la Bristol Tower a Miami. Di lì partì una vera e propria nuova missione di lavoro attraverso un servizio sempre più personalizzato. Da allora, anche grazie all'opera professionale di quello che considero il mio vero e proprio 'braccio destro', Giulio Petrilli, la nostra presenza ha cominciato a crescere in tutta la Florida e il nostro raggio di azione si è pian piano ampliato in nord America e America centrale.

Ad oggi, la Snaidero USA si è aggiudicata ben 172 progetti per oltre 43.000 unità installate, debbo dire, con successo, fornendo non solo le cucine, ma anche arredi per il bagno e armadi per società importanti come la Turnberry, l'AEG, la Trump, la ASPAC, la CMC, la Howard Hughes Corporation, il Related Group.

Davvero i più grandi costruttori degli Stati Uniti!

Sì, e nei grandi e più prestigiosi palazzi di buona parte d'America ora c'è qualcosa di italiano, di friulano, insomma, di Snaidero.

E c'è anche un po' di sua madre Maria...

Ovviamente!

