

*La storia della Zanussi dalle cucine a legna al frigo:  
l'invasione del mondo fino all'arrivo dell'Electrolux*

## Quando il Nordest di ieri era come la Cina d'oggi

Giancarlo Pagan

«La Zanussi è stata l'acquisizione di maggior successo dell'Electrolux». Un successo che gli svedesi non sono riusciti a bissare quando dieci anni dopo hanno comprato la tedesca AEG. «Perché l'azienda italiana, nonostante i debiti era ancora sana e si è essenzialmente salvata con i propri mezzi». Tuttavia, senza l'intervento dell'Electrolux sarebbe fallita. L'acquisizione data 1984. Da allora sino alla fine degli anni '90 il gigante svedese ha investito in Italia più di mille miliardi di lire (circa 500 milioni di euro). «Dalla Zanussi all'Electrolux. Un secolo di lezioni per il futuro» edizioni il Mulino è una ricognizione documentatissima e in alcuni passaggi anche inedita di un pezzo importante dell'industria europea, quella del bianco: l'elettrodomestico. Gli autori, Aldo Burello, già amministratore delegato del colosso di Pordenone dopo l'ingresso degli svedesi, Alberto Felice De Toni, docente di ingegneria all'Università di Udine e Michela Parussini, dottoranda all'ateneo friulano, non si sono limitati alla cronaca dei fatti, più o meno noti. Hanno cercato piuttosto di cogliere in questa storia incrociata una serie di lezioni per il futuro. Hanno messo a fuoco i molti punti di contatto e le significative differenze. E' il 1916 quando Antonio Zanussi apre la sua officina per "la fabbrica, vendita e riparazione di cucine a legna". Sedici anni prima a Stoccolma era nata la

Lux per produrre lampade a cherosene e nel 1910 la Elektromekaniska per costruire motori elettrici. Dalla fusione delle due nel '19 sorge Electrolux. E' l'era pionieristica dell'industria europea. Nel '33 Antonio Zanussi lancia il marchio Rex, in onore al record stabilito dalla nave italiana, il Rex, nell'attraversa-

**Dopoguerra  
boom: quando  
la lavatrice  
è status symbol**

re l'Atlantico. Nel '25 il gruppo svedese acquista la Ab Artic e apre all'Europa il mercato del frigorifero, prodotto che si sta già imponendo negli Stati Uniti. Il decollo è nel secondo dopoguerra. Con il benessere, l'elettrodomestico corre in aiuto all'Europa del baby boom. Le storie procedono parallele anche negli indici di crescita dei fatturati. Al timone del gruppo friulano è arrivato Lino Zanussi, figlio del fondatore. E' un industriale di grande visione strategica. L'8 maggio del 1968, poco prima di morire in un incidente aereo in Spagna, tiene una lezione all'Università Popolare di Udine dal titolo di impressionante attualità: "Come vive un'impresa competitiva". «Lino Zanussi ha già una visione organica del mercato europeo. Ha ben chiaro che la sfida si gioca su innovazione tecnologica e di

prodotto»; che l'azienda deve cercare una dimensione ottimale di economie di scala, attraverso acquisizioni. Ma questo non

**Gli svedesi  
negli anni '70:  
250 aziende  
in 40 Paesi**

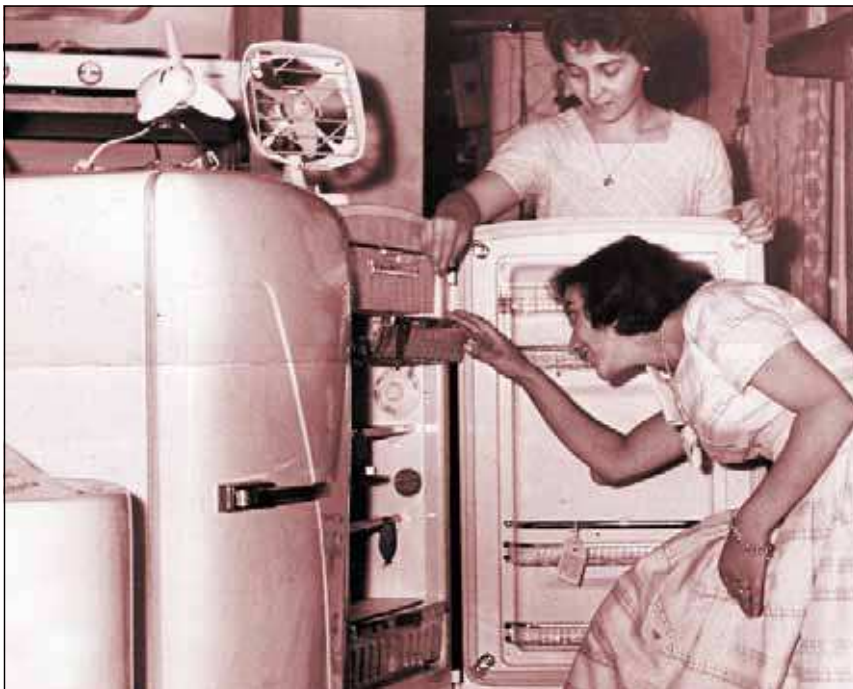
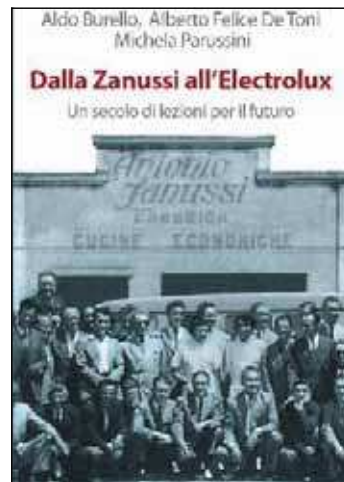
annulla «il senso di responsabilità nei confronti del territorio». Per ciò l'imprenditore non può prescindere da un rapporto collaborativo con le maestranze. Il che lo rende pioniere atipico nel panorama imprenditoriale italiano che si appresta a vivere la stagione del conflitto sociale del '68-'70. In quegli anni, poco distante, a Conegliano, i suoi vicini rivali della Zoppas inizieranno un braccio di ferro con i sindacati che manderà in frantumi l'azienda già al collasso per debiti. L'Electrolux negli anni 70 conosce una grande espansione a colpi di acquisizioni. Arriva a contare 250 aziende in 40 Paesi. Comprando la Zanussi diventa il maggior produttore mondiale di elettrodomestici. Ma - altra differenza fondamentale - rileva solo aziende del settore o complementari. Tra il '97 e il 2002 il ceo Michael Treschow tagliò stabilimenti, depositi e ridusse l'organico da 105.950 a 87.139 addetti. Questo è il passato. Quale sarà il futuro del gigante europeo del bianco? Gli autori cercano la

risposta intervistando l'attuale amministratore delegato di Electrolux Hans Straberg. I temi sono competitività, qualità e delocalizzazione. «Ancora oggi - dice Straberg - il costo della manodopera italiano è più basso del 20% di quello tedesco. Questo è il motivo per cui abbiamo mantenuto così tante fabbriche da voi». Ma dall'intervista si coglie con chiarezza che il futuro dell'industria del bianco è là dove stanno i nuovi compratori: Cina, India, Europa dell'Est.

© riproduzione riservata

**IL LIBRO**

Aldo Burello,  
Alberto De Toni e  
Michela Parussini  
rileggono l'azienda  
nei suoi cent'anni  
di mercato

**NON SOLO FRIGO**

Uno degli elettrodomestici che sono diventati anche un riferimento sociologico e culturale: la Zanussi invase il mercato mondiale con i suoi prodotti e divenne un punto fondamentale della produzione negli anni '60, quelli del grande boom economico