



GRUPPO FAVA: L'INNOVAZIONE È NEL DNA

INTERVISTA A LUIGI FAVA,
AMMINISTRATORE DELEGATO

Specializzata in impianti industriali per la produzione di pasta secca, Fava è leader di settore insieme a pochi altri competitor con cui spartisce la quasi totalità del volume degli investimenti mondiali. L'azienda del ferrarese, con un valore della produzione che sfiora i 100 M€, detiene oltre il 40% della quota di mercato mondiale, con un parco macchine installato che supera l'80% nei pastifici d'Italia e circa il 90% del fatturato realizzato in gran parte in Paesi come Africa, Asia, e Middle East dove, negli ultimi 15 anni, sono nate numerose imprese locali che adottano le stesse modernissime tecnologie utilizzate dai pastifici italiani. Si tratta di investimenti che variano dal milione di euro per le macchine più

piccole (1000 kg all'ora), fino ai 5-6 milioni di euro per le macchine di capacità produttiva più importante. **Fava vanta il primato di aver messo sul mercato le linee con capacità produttiva più grandi mai realizzate:** ad esempio quella per pasta corta da 12.000 kg all'ora e la linea ITRG per pasta lunga da 6.000 kg all'ora, realizzata fin dal 1997.

Di innovazione abbiamo parlato con Luigi Fava, Amministratore Delegato dell'azienda familiare giunta ormai alla terza generazione che, con il fratello Riccardo, alla guida di Baltur, l'altra azienda fami-

Dal 1937 l'innovazione è parte della storia del Gruppo Fava, oggi leader mondiale nella realizzazione di impianti industriali per la produzione di pasta secca.

gliare attiva nel settore del riscaldamento, condivide la stessa passione del nonno fondatore e del padre Enrico, oggi Presidente. Una passione nata nel 1937 quando Augusto Fava, mentre lavorava come idraulico presso un pastificio centese, ebbe un'intuizione

geniale e si cimentò nel progettare la prima macchina capace di essiccare in continuo la pasta, il "trabatto".

LA STORIA DEL GRUPPO FAVA È INTIMAMENTE COLLEGATA ALL'INNOVAZIONE, MA COSA SIGNIFICA FARE INNOVAZIONE NEL TERZO MILLENNIO?

2

L'evoluzione tecnologica degli impianti ci permette di ottenere una qualità della pasta migliore, con un occhio di riguardo ai consumi energetici e agli aspetti manutentivi



L'innovazione è uno degli elementi intimamente connessi alla storia di Fava: mio nonno aveva un gran talento e una grande inventiva che lo portarono a brevettare un numero considerevole di macchine tra cui

Il teamwork, la conoscenza dei mercati e dei loro bisogni sono le basi da cui far nascere le idee innovative da trasformare in proposte reali.

il primo essiccatoio continuo che aprì le porte all'automazione dell'industria pastaria. Il testimone fu poi raccolto da mio padre Enrico che nel 1972 ideò la tecnologia dell'alta temperatura. Oggi, sebbene non siano più possibili le stesse invenzioni epocali di allora, continuiamo a lavorare sull'evoluzione tecnologica degli impianti con l'obiettivo di ottenere una qualità della pasta sempre migliore anche utilizzando materie prime più "povere" ed economiche. Un occhio particolare va anche ai consumi energetici e

prodotti dialogano con la nostra sede.

Stiamo lavorando da qualche tempo su un progetto IoT allo scopo di raccogliere dati dalle nostre linee in funzione in giro per il mondo e di correlarli tra loro al fine di raccogliere quante più informazioni possibili sul ciclo di vita delle macchine capire come progettare meglio gli impianti e offrire un migliore livello di servizi di assistenza. Gli impianti in oggetto infatti, se correttamente mantenuti, possono durare fino a 40/50 anni: la vendita dell'impianto è solo il primo

passo di un rapporto di lungo termine in cui il livello di servizio fa la differenza. Oggi, con la tecnologia digitale, possiamo essere virtualmente al fianco del nostro cliente nella conduzione dell'impianto e nella prevenzione di guasti e inceppamenti.

agli aspetti manutentivi che impattano sul costo di produzione della pasta e quindi su una maggiore redditività per il nostro cliente. **Tutte le macchine sono completamente automatiche, così come tutti gli impianti**

NON TUTTE LE IDEE NUOVE SONO BUONE IDEE, COSÌ COME NON TUTTI I PROGETTI INTERESSANTI POSSONO ESSERE ATTUATI: QUANTO È IMPORTANTE, NELL'INNOVAZIONE E IN GENERALE NELLA GOVERNANCE DELL'AZIENDA, IL CONCETTO DI SCELTA? SOPRATTUTTO, COME DECIDERE COSA FARE SUBITO E COSA RIMANDARE?

Prima di tutto credo sia indispensabile una profonda conoscenza del settore in cui si opera, conoscenza che si può ottenere solo respirando il mercato in prima linea. Il nostro per esempio è un



settore in cui l'imprenditore, dato il tenore degli investimenti, ha rapporti diretti con il cliente con cui è in trattativa. Ed è proprio in virtù di questo rapporto privilegiato che abbiamo potuto fare delle scelte importanti,

interpretando i bisogni emergenti della clientela più importante. Quando 20 anni fa abbiamo prodotto la prima macchina da 6.000 kg all'ora, si è trattato di un'innovazione clamorosa che ha creato un gap tecnico e tecnologico rispetto ai competitor. Perché abbiamo deciso di realizzarla? Perché in base alle informazioni raccolte sul mercato, avevamo intuito che si stava aprendo un'opportunità per questo tipo di macchine di grande capacità che, a parità di risorse nello stabilimento, avrebbero avuto un

La propensione al miglioramento deve partire dall'imprenditore ma deve estendersi a tutto il team manageriale.

costo per chilo di pasta prodotto nettamente inferiore. Ciò ci ha permesso di conseguire un vantaggio competitivo che ha alimentato il nostro primato tecnologico rispetto a competitor molto più grandi di noi

dimensionalmente e con aree di business più diversificate rispetto a noi. La nostra specializzazione così spinta è uno stimolo ad essere sempre all'avanguardia. Il rischio, in caso contrario, è di perdere fatturato e quote di mercato.

L'INNOVAZIONE È QUALCOSA CHE RIGUARDA SOLO CHI LA FA O COMPORTA UN CAMBIAMENTO DELLA MENTALITÀ DI TUTTA L'AZIENDA?

Un tempo l'innovatore di prodotto era il nonno, poi mio padre Enrico, entrambi tecnici preparatissimi che vivevano in pa-

stificio dai clienti più che all'interno della propria azienda, con una sensibilità alle problematiche del prodotto più unica che rara. **Oggi l'innovazione deve essere qualcosa di più diffuso, che parte dell'imprenditore ma che riguarda tutto il team manageriale e una naturale propensione all'ascolto dei bisogni del mercato per essere sempre un passo avanti.** Il teamwork, la conoscenza dei mercati e dei loro bisogni sono le basi da cui far nascere le idee innovative da trasformare in proposte reali. Solo in questo modo potremo consolidare la posizione e la reputazione che ci siamo guadagnati sul campo in 80 anni di successi e di commesse adempite puntualmente, soddisfacendo le aspettative dei nostri clienti. Sarei molto orgoglioso di festeggiare fra 10 anni il 90° anniversario dalla fondazione, mantenendo questa posizione di leadership.