

Imbottigliamento



mensile dell'industria enologica,
delle bevande e dei liquidi alimentari



tecniche nuove
www.tecnicenuove.com



anni

Da una dura punizione nacque l'avventura di Vincenzo Fava nella distribuzione di acque minerali prima e nella produzione di bibite successivamente. I racconti di uno dei protagonisti del settore specializzati in bevande di nicchia confezionate in piccoli formati

Frizzanti si nasce

Se Fava Bibite si è guadagnata un posto di merito nel settore della produzione di bevande conto terzi lo deve all'intelligenza e alla caparbia di Vincenzo Fava. Il più anziano degli imbottiglieri italiani (nato a Marcellinara il 17 marzo 1917) racconta la sua vita, fatta di duro lavoro e di solidi legami familiari. Ne deriva una galleria di esperienze e considerazioni che offrono uno spaccato inedito della

realità dell'imbottigliamento negli ultimi sessanta anni.

Gli esordi

«Il mio approccio al mondo dell'imbottigliamento è stato del tutto fortuito – racconta Vincenzo Fava. – Vivevo a Marcellinara e fui chiamato a prestare servizio militare a Milano. Allo scoppio della Seconda guerra mondiale mi inviarono dapprima ai confini con la Francia e poi a Millesimo (SV). La disciplina non era il

mio forte. Infatti, una sera mi assentai durante una guardia e fui arrestato. Trascorsi parte della carcerazione presso una fornace in cui si fabbricavano mattoni. Alla fine della guerra cominciai a distribuire acque minerali provenienti dalla provincia di Savona. Non era la mia sola attività. Avevo un piccolo camion e mi occupavo anche di trasporti di terra e carbone, in quel periodo molto richiesto. Quando chiusero il deposito di Chiasso mi trovai nelle condizioni di fare una scelta. Decisi di concentrare i miei sforzi nel settore bevande, che comunque prometteva buoni sviluppi. Così con un po' di coraggio e un filo di incoscienza acquistai un impianto per produrre e imbottigliare bibite. Grazie a un prestito di 3 milioni, nel 1955 arrivò la prima riempitrice RIVI da 2000 bottiglie/ora. La produzione cresceva e gli impianti evolvevano.

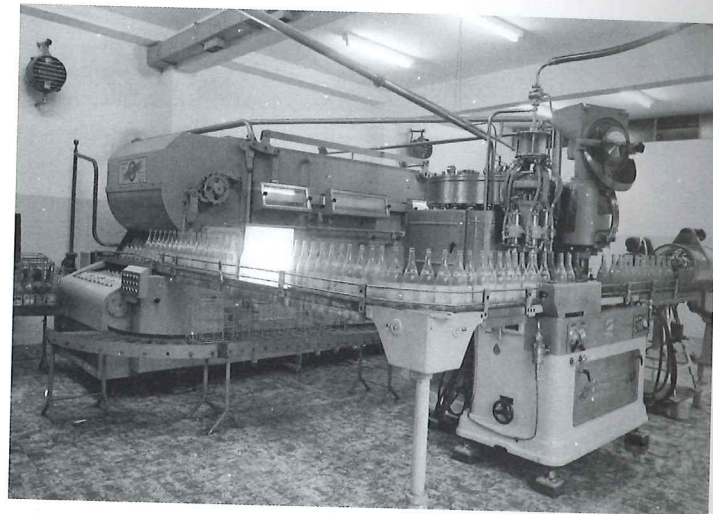
Da sinistra: Vincenzo, Gianni e Davide Fava

Nel 1963 la macchina RIVI lasciò il posto a un monoblocco Roma da 8000 bottiglie/ora e poi a una macchina tedesca Vinterwerb Streng da 16.000 bottiglie/h e a un'etichettatrice. Nei primi periodi i prodotti erano distribuiti nei comuni vicini in seguito, sempre con caparbia e grande dedizione, arrivarono nuovi clienti da Lecco, Erba e in Liguria.

La svolta

Prosegue Fava: «Il 1967 fu un anno determinante per l'azienda. Le richieste crebbero in modo vertiginoso per la nostra potenzialità e i nostri spazi. Divenne indispensabile l'installazione di una lavabottiglie più performante. Anche il capannone dove lavoravamo era sempre più stretto. Per questo decisi di acquistare il terreno dove sorge l'attuale stabilimento. Gli ostacoli di carattere burocratico erano davvero tanti e all'apparenza insuperabili. Alla fine sono riuscito a costruire un nuovo capannone e ad avviare l'impianto. L'arrivo della nuova lavabottiglie dall'Olanda ha caratterizzato uno dei momenti più emozionanti della mia carriera». «L'azienda si espandeva – continua Fava – e cominciava a offrire lavoro non più solo ai miei due primi collaboratori ma anche a mio figlio Giovanni e ad altre persone della zona. Giovanni si appassionò presto al lavoro e introdusse il primo importante cambiamento aziendale: la nostra impostazione da

artigianale divenne industriale. Imbottigliavamo bibite con il nostro marchio "Spuma Alpina", una linea tuttora esistente che è sempre stata al passo con i tempi. Alle iniziali aranciata e cedrata nel corso degli anni si sono aggiunti: chinotto, ginger, spuma bianca, spuma nera, cola, gassosa, sanguinella, pompelmo e più recentemente la linea "Voglia di..." con referenze (Ace, tè al limone e alla pesca) oggi molto richieste». «Nel 1978 alcune multinazionali iniziarono a interessarsi alle nostre produzioni, determinando la conoscenza del nostro marchio in Europa. Lavorare per i grandi marchi internazionali ha contribuito a cambiare il nostro modo di operare: abbiamo, infatti, conformato i nostri standard qualitativi, gli impianti e le procedure di lavorazione alle loro richieste. È stato certamente un onere economico e organizzativo, ma ci ha preparato all'arrivo di altri clienti importanti e in seguito alla Grande Distribuzione del panorama mondiale». «Lavorare per, e con tanti clienti diversi sviluppando e producendo bevande in fase di lancio o prodotti di nicchia, destinati al segmento premium ha reso la nostra azienda particolarmente dinamica e soprattutto capace di rispondere in modo preciso e tempestivo a ogni necessità operativa – confessa Fava. – Il nostro punto di forza è sempre stato e continua a essere la flessibilità. Fino al 1998 abbiamo



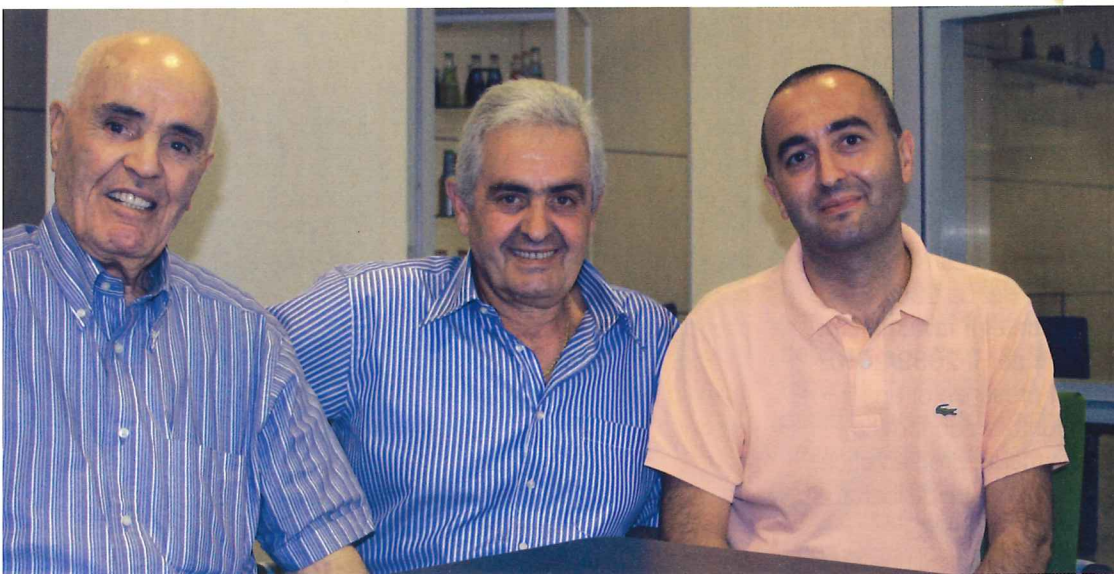
prodotto solo analcolici, poi, cogliendo le mutate esigenze del mercato, abbiamo cominciato a produrre anche RTD a base alcol o vino e cocktail aromatizzati. Soprattutto per l'export verso i Paesi anglofoni (Stati Uniti, Australia e UK) oggi assistiamo a un ritorno al passato: sono molto richieste le "vecchie" bibite a base di succo rivisitate in chiave moderna. Le ricette prevedono succhi da agricoltura biologica, assenza di coloranti e conservanti artificiali».

La scelta strategica

Ricorda Fava: «Negli anni '50 usavamo bottiglie di vetro a rendere chiuse con tappo

corona. Le consegnavamo in cassette di legno e di ferro, in seguito sostituite da cassette di plastica. Negli anni '80 con l'arrivo delle bottiglie di plastica la quota vetro a rendere si è progressivamente ridotta. È stato un altro momento determinante, che ha portato a una nuova grande scelta imprenditoriale: dovevamo decidere se indirizzare l'azienda verso i grandi volumi di bibite gassate in bottiglie di plastica da 1,5 litri, oppure specializzarci in prodotti di nicchia, in formati più piccoli. Abbiamo optato per la seconda possibilità e abbiamo forse avuto l'intuizione giusta. Lavoriamo molto sul packaging. Abbiamo messo

Francesca Brocca





a punto soluzioni nuove al momento riservate prevalentemente a prodotti destinati all'horeca di prestigio. Per esempio, mi riferisco alla nuova moda delle bottiglie di alluminio dalla forma tradizionale o personalizzata. Il loro vantaggio più evidente rispetto alla lattina è la forma innovativa, mentre la possibilità di una stampa diretta le esonera dalla necessità di applicare l'etichetta. Sono in corso studi per l'alleggerimento e la richiudibilità di queste bottiglie, l'obiettivo è arrivare a livelli di consistenza e rigidità simili a quelle della lattina tradizionale. Abbiamo sempre scelto il materiale da imballaggio non

solo in base alle caratteristiche del prodotto ma anche in base al canale di distribuzione». «Abbiamo imparato a nostre spese – continua Fava – quanto sia importante sviluppare l'imballaggio giusto al momento giusto... non troppo tardi ma nemmeno troppo presto. Nel 1973 quando abbiamo lanciato la linea Frisco in una bottiglia sleeeverata con tappo a vite in sostituzione di quello corona. Il mercato ha accolto con freddezza due novità che qualche anno dopo sarebbero diventate icone dell'innovazione del packaging. Prima di proporre un nuovo packaging valutiamo sempre a fondo

le esigenze del cliente. La Gdo ha necessità molto diverse da quelle del locale di tendenza. Nel primo caso il rapporto qualità-prezzo è fondamentale; nel secondo caso prevale il rapporto qualità-immagine. In generale attualmente siamo indirizzati sul vetro a perdere. Il servizio VAR "famiglia" non è più remunerativo. Inoltre la gente si aspetta che il prodotto consegnato a domicilio costi quanto quello al supermercato. Restano i clienti storici, ma in occasione del cambio generazionale la richiesta viene meno. Un fenomeno in forte ascesa sono invece i discount a cui forniamo alcuni prodotti».

Qualità

«Operare nel settore monodose ha significato continuare a lavorare con numerose aziende, situazione che ci ha permesso di fare tesoro dell'esperienza di tutte queste multinazionali – prosegue Fava. – Abbiamo assimilato la cultura di tanti settori diversi e siamo pertanto cresciuti molto sotto il profilo qualitativo e dei controlli in tutti i comparti. Per esportare è oggi indispensabile avere la certificazione BRC e IFS. Ci siamo pertanto attivati per ottenerle: la prima è già in essere mentre alla seconda arriveremo nel corso del 2009. Non nascondo che l'avevamo interpretata come un appesantimento del nostro modo di operare. Oggi, con il sistema a regime, abbiamo constatato quanto la certificazione ci abbia aiutato a crescere: controlliamo

l'intero reparto produttivo e i rapporti con i clienti in modo ottimale. Partivamo da ottime basi perché molti nostri clienti chiedevano fondamentalmente le stesse procedure, se non addirittura qualche certezza in più. Per esempio due anni prima dell'entrata in vigore del regolamento 178/2002/CE operavamo già in regime di tracciabilità avanzata. Oggi con alcuni clienti abbiamo un'integrazione informatica: i dati di tracciabilità (dalle materie prime alla spedizione e al punto vendita) sono interfacciati in tempo reale via internet».

Il passaggio generazionale

Da circa quindici anni Vincenzo non si occupa più dell'azienda, ma il legame della tradizione familiare è rimasto immutato; oggi vi lavorano fianco a fianco due generazioni: Gianni e suoi tre figli Davide, Natalia e Clara. Gianni dopo essersi occupato di Fava Bibite sotto ogni aspetto per diversi anni controlla la parte tecnico-operativa (produzione e manutenzione). Natalia gestisce le accise, i magazzini fiscali e il controllo qualità; Clara la contabilità; e, fine, Davide i rapporti con i clienti, i fornitori e l'R&S. La passione di Vincenzo per l'azienda è rimasta comunque immutata e ancor oggi nonostante i suoi 93 anni visita quotidianamente lo stabilimento, seppur con una certa nostalgia e tanti ricordi di una vita trascorsa "in campo".