



#Imprese

VEGETALE E SALUTISTA, L'ALIMENTAZIONE SECONDO INTERNATIONAL FOOD

Home / Imprese / Vegetale e salutista, l'alimentazione secondo...



Nata all'inizio degli anni Ottanta sotto la spinta di una concreta esigenza familiare, questa piccola impresa romagnola ha percorso i tempi specializzandosi nella produzione di bevande e alimenti a base vegetale. La qualità ottenuta grazie a una filiera corta ha fatto apprezzare i suoi prodotti anche all'estero e i clienti sono disposti a sostenere l'aumento dei prezzi dovuto al rincaro dell'energia. Ci racconta tutto l'amministratore delegato Luca Gallo

Parliamo di: [#Mercati esteri](#) [#PMI](#)

"Tutto è partito, una quarantina d'anni fa, dal problema derivante dall'intolleranza al lattosio manifestata da mio fratello maggiore Samuele, criticità al tempo non certo facile da risolvere e a cui i miei genitori riuscirono a dare infine una risposta iniziando a produrre direttamente in casa il latte di soia", spiega Luca Gallo. Da quel momento la vita della famiglia che è al timone della [International Food](#) di Santarcangelo di Romagna, in provincia di Rimini – 16,5 milioni di euro di fatturato nel 2022 a fronte di 20 dipendenti –, ha di fatto preso una direzione completam

inaspettata, considerato che padre e madre di Samuele, Luca e Caterina, lasciati i rispettivi lavori, decisero di dedicarsi a tempo pieno ad un tipo di alimentazione alternativa che aveva nel vegetale il proprio punto di forza.

“In altre parole i prodotti, prima di essere lanciati sul mercato passavano sulla nostra tavola per essere testati in prima persona. Una scelta di vita che, già parecchi anni fa, si è tradotta nel progressivo affinamento di tecnologie innovative che andavano pure verso quel vegano tanto popolare di questi tempi – sottolinea **Luca Gallo**, (nella foto in alto, a sinistra, con i fratelli Caterina e Samuele) amministratore delegato della Pmi romagnola –. Quindi **abbiamo anticipato una voglia di bevande e cibi salutistici che sarebbe poi diventata fondamentale nella vita di molti**”.



Concentrata l'attività sulla produzione di latte vegetale di svariati tipi, dall'avena alla mandorla, passando da soia, riso e da altre proposte come mandorla, nocciola, kamut, farro e canapa, **International Food ha deciso di affidarsi ad una filiera corta** – quasi esclusivamente italiana con fornitori di prossimità, oltre che in basso Veneto, nel pavese, in Sicilia, Calabria e Puglia – anche per riuscire a servire al meglio le grandi aziende che si sono lanciate nel mercato del biologico. “Uno sforzo commerciale piuttosto complicato da alimentare in questo periodo, visto l'aumento dei costi delle materie prime di qualità entro confine, che ha contribuito a portare l'export al 72% della produzione complessiva. Le nostre bevande adesso vengono apprezzate negli Stati Uniti, in Australia e in altri paesi, compresa la new entry costituita dalla Corea del Sud. In parecchi casi, come in quello del latte di avena che mandiamo in Irlanda e

Australia, ci chiedono di differenziarne il gusto per andare incontro ai diversi desideri del consumatore locale”.

E non è sempre facile spiegare e, soprattutto, far capire al cliente che per non essere costretti ad abbandonare il mercato c'è stato bisogno di ritoccare il prezzo dei prodotti. “L'idea dietro International Food ha fondamenta su alcuni concetti imprescindibili. Parte, insomma, da **una filosofia aziendale che ha sempre voluto privilegiare l'uso di cereali e altri prodotti rigorosamente biologici nell'ottica di poter offrire il massimo della qualità** – chiarisce l'ad dell'azienda di Santarcangelo di Romagna –. In molti partono da sciroppi, concentrati e altro: noi lo facciamo solo in pochissimi casi su richiesta del committente. Questo significa ovviamente prezzi adeguati agli alti standard raggiunti, mentre gli aumenti degli ultimi tempi sono solo il frutto del particolare e testante contesto economico in cui ci troviamo ad operare. Al proposito negli Stati Uniti non hanno fatto sicuramente salti di gioia di fronte alla crescita dei listini, ma poi, grazie anche alle buone relazioni che abbiamo intavolato negli anni, siamo riusciti a trovare soluzioni di compromesso con i nostri clienti”.

Dotata di diverse linee di produzione ed estrazione del chicco intero, per le quali c'è bisogno di un sostanzioso utilizzo di elettricità e del vapore per le varie cotture ottenuto con l'impiego di gas metano, **International Food ha subito un colpo non banale dall'impennata dei prezzi dell'energia**. Nonostante ciò, la Pmi romagnola ha continuato a diversificare l'offerta, pur dovendo accorciare ulteriormente la propria filiera per restare economicamente sostenibile. “Sì, abbiamo usato i necessari accorgimenti per non far mancare il prodotto sfuso, che serviamo a chi è già attrezzato con un proprio impianto di confezionamento, come pure siamo stati attenti alle forniture destinate ai grandi brand che distribuiscono in tutto il mondo le bevande customizzate da International Food. In più abbiamo alcune linee con nostro marchio: una è convenzionale, l'altra, dedicata ai bar, ha raggiunto un alto livello di richieste in particolare per quel cocco-cappuccino che pare proprio stia spopolando all'estero”.



INTERNATIONAL FOOD – IMPIANTO DI PRODUZIONE

Per il futuro prossimo la famiglia Gallo ha infine intenzione di fare un passo indietro per dare visibilità alle tante idee ancora non sfruttate appieno. “Quando abbiamo preso il testimone dai nostri genitori l'attenzione si è immediatamente focalizzata sul mondo del latte vegetale, settore che in quel momento storico ci era parso il più interessante. **Ora, però, vorremmo tornare ad attingere al bagaglio di esperienze lasciate da nostro padre e a produrre pure, tra le altre cose, formaggi, yogurt, creme spalmabili e maionese**. Diversificazione legata all'idea di dotarci di un nuovo stabilimento in cui poter aumentare anche la capacità produttiva nel campo delle bevande vegetali”, conclude Luca Gallo.