Un’Italia a stelle e strisce: il caso della IGF

trucks-6911fd71

Un’esperienza trentennale e la predilezione per i prodotti di qualità provenienti da tutto il mondo, in primis dall’Italia, bacino delle eccellenze eno-gastronomiche. Da qui parte l’attività di International Gourmet Foods, uno dei principali distributori all’ingrosso di specialità alimentari degli Stati Uniti. **Maurizio Di Benigno**, il Presidente, è italianissimo e la sua intraprendenza, unita alla capacità innata di apprezzare la buona tavola, ha di certo fatto la differenza. *“Partiamo sempre da un presupposto: quello di ascoltare con attenzione la nostra vastissima clientela”* dichiara Di Benigno. *“Qui le richieste sono variegate, una diversa dall’altra. S’incrociano e convivono tradizioni e abitudini differenti, per questo dobbiamo essere in grado di accontentare e fornire quanto ci viene domandato, ovviamente senza perdere mai di vista la qualità assoluta dei prodotti e la garanzia di prezzi competitivi”.*



Una storia lunga 30anni... Da dove nasce l’idea dell’IGF?

Era il 1987 quando ho deciso di dar vita all’International Gourmet Foods. Da sempre sono un appassionato del mondo della “cucina gourmet” (ho anche un diploma preso all’Istituto Alberghiero di Pescara) e dei prodotti ricercati e raffinati. Ho sviluppato questa mia“innata passione”, l’ho coltivata e migliorata e, dopo essere partito con soli quattro prodotti come olio extravergine d’oliva, zafferano, pomodori secchi e pasta,oggi ho in catalogo oltre 5000 referenze provenienti da tutto il mondo. Una bella soddisfazione che mi colloca tra i primi posti nell’importazione e nella distribuzione alimentare.

Qualè la clientela affezionata di IGF? Quali prodotti italiani chiede principalmente?
Abbiamo una clientela ampia ma ci concentriamo su ristoranti, alberghi e negozi al dettaglio specializzati. Il nostro catalogo spazia molto: si va dalle farine ai dessert, dalle spezie ai legumi… di sicuro richiedono i prodotti italiani, in primis l’olio extravergine d’oliva, i salumi, anche i formaggi

(anche quelli più particolari) e, immancabilmente la pasta, anche per il settore del senza glutine.

Come è organizzata la IGF? La struttura aziendale,i magazzini,la distribuzione e il personale?
Anche da questo punto di vista siamo un'immagine di eccellenza. Garantiamo consegne precise e puntuali su tutto il territorio di nostra competenza attraverso una fitta rete di camion adatti per il trasporto del fresco e del congelato: questo metodo ci assicura di portare a destinazione i prodotti integri e senza alterazioni. Attraverso un sistema di corrieri copriamo anche tutta la parte del Nord-America. Per essere più capillari abbiamo aperto diversi "centri-magazzini" di smistamento dai quali partono gli ordini, sempre in luoghi strategici, sempre vicino a grossi nodi stradali. Le nostre aree di consegna comprendono tutte le zone di Atlanta, Macon, Chattanooga,Tennessee e ora Birmingham Alabama. Oggi la IGF conta circa 200 dipendenti e, usando la stessa cura con la quale selezioniamo i prodotti che poi andremo a distribuire, formiamo i nostri dipendenti: devono essere sempre operativi e preparati su ciò che propongo. Per regalare un servizio completo, diamo l'opportunità a molti chef, ristoratori e personale di settore, di venire nelle sedi e conoscere le eccellenze dell'enogastronomia assieme al nostro personale altamente qualificato.

In cosa si differenziano la ristorazione americana e quella italiana? Hanno punti in comune?
Il fascino che la cucina italiana trasmette all'estero è sempre molto forte! Di certo le differenze tra la ristorazione del Belpaese e quella americana sono molte… è sufficiente pensare alle tante "cucine" che convivono negli USA, alle tante tradizioni e alle etnie che arrivano da parti opposte del globo. L'Italia e i suoi prodotti, nonostante siano parecchi, restano, in qualche modo, più legati alla territorialità e alle tradizioni. Non sempre questa cosa viene percepita all'estero… ma è un po' come avere tante perle che, tutte assieme, formano una bella collana. Da non dimenticare i milioni di immigrati italiani che vivono qui, è anche merito loro se il "Made in Italy" piace così tanto.

Quali progetti ci sono per il futuro e cosa si sta organizzando per festeggiare i 30 anni di attività?
Le idee da realizzare sono sempre molte…! Tra i programmi sui quali si lavora, di sicuro, quello di espandere l'attività e il marchio verso altri mercati. A tutto ciò va affiancata la ricerca continua di nuovi prodotti. Il 2017 è un anno importante, infatti è il trentesimo compleanno di IGF!

Cosa significa fare parte della Cooperativa Italiana Catering dall'altra parte del mondo?
Per noi CIC è una grande opportunità dalla quale ricaviamo molti vantaggi, primo fra tutti una visione sempre aggiornata sulle moderne tendenze enogastronomiche che arrivano dall'Italia, aprendoci così a nuovi mercati e nuovi canali di business.

(Maddalena Baldini)

www.igf-inc.com