# Celitalia, un nombre que habla por sí solo. Importadora de productos sin alérgenos.

**Celitalia importa y distribuye productos alimenticios orientados al sector dietético y biológico, con especialidad en productos sin alérgenos, con el objetivo de introducir en el mercado catalán y español la excelencia de la producción italiana. Hablamos con Giampaolo Zettera, responsable comercial del negocio, para conocerlo mejor.**

## ¿Cuándo surge la posibilidad de crear una empresa especializada en el sector alimentario dirigido a la nutrición específica?

En 2012 madura la idea y el objetivo de orientar y especializar la actividad en productos que sean el fundamento de una alimentación sana y equilibrada, teniendo en consideración también a aquellas personas cuya dieta está limitada a causa de las intolerancias y alergias, pero sin descuidar nunca el gusto, el bienestar y el cuidado de los recursos naturales.

## ¿Cuál es el perfil global de la compañía? ¿Qué productos que ofrece y para qué alteraciones alimentarias?

Celitalia desempeña una actividad que empieza con una atenta selección de productos Sin Gluten, Sin Lactosa, Sin Azúcar y Ecológicos de origen italiano y continúa con la importación, promoción y distribución de los mismos en ámbito estatal, con mayor presencia en Cataluña.

Ofrecemos productos de panadería, repostería, alta pastelería, snacks salados y dulces, un gran surtido de pasta italiana, mermeladas ecológicas sin azúcar y una exquisita crema de cacao y avellanas ecológica (La Nocciolata), que está conquistando el mercado a nivel global. Contamos con una innovadora línea de productos Sin Gluten y Sin Azúcar, que incluye un producto también sin lactosa (Línea Glikó).

Celitalia cuenta con diversos agentes comerciales y un centro logístico.

## ¿Cuándo surge Celitalia? ¿Y cuál es su ámbito de actuación y cómo ha sido el desarrollo de las diferentes áreas de la compañía?

Como ya he dicho, la idea de crear Celitalia surge en 2012 ante la escasa variedad de productos para intolerantes y alérgicos alimentarios en España. En Italia, este es un sector que se ha desarrollado mucho antes (trabajamos con marcas que llevan 50 o más años en el sector) y actualmente ofrece muchos productos de alimentación específica. Nuestro objetivo era traer a España marcas especializadas en el sector que ofrecieran productos seguros, de calidad, buen sabor y precios razonables.

Por el momento contamos con las que son marcas de punta por calidad, venta y experiencia en el mercado italiano: Dialcos (pasta Dialsì), Aglutén, Rigoni Di Asiago y Glikó.

### ¿Cómo valora la situación actual del sector de la nutrición específica?

Es un sector aún poco desarrollado aquí en España pero en el que se están poco a poco invirtiendo esfuerzos y medios para mejorarlo, tanto en la detección de las intolerancias como en su posible tratamiento o introducción de dietas adecuadas. Está en proceso de maduración.

### ¿Cómo se desenvuelve su firma en estas circunstancias?

Trabajamos constantemente para seleccionar y ofrecer buenos productos a personas que tienen más difícil llevar su dieta puesto que la sociedad no está aún concienciada o informada suficientemente en éste ámbito. Por ponerte un ejemplo, ofrecemos cuatro variedades de pan listo para consumir porque sabemos lo importante que puede resultar para cualquier persona poder llevarse un bocadillo al colegio, de excursión, al trabajo... sin tener que calentarlo o comprarlo esa misma mañana. Nuestro objetivo es ofrecerle a una persona intolerante al gluten la misma variedad que a cualquiera y con total seguridad de lo que está comiendo.

### ¿Se ha incrementado el número de consumidores de sus productos? ¿A qué cree puede ser debido?

Partiendo de la base que nosotros empezamos con marcas totalmente nuevas en el mercado español hace poco más de dos años, hay un constante incremento de consumidores de nuestros productos. Creo que es debido a que nuestra apuesta por el sabor y la calidad de los productos ha encontrado el favor del público, que se encontraba un poco estancado con el consumo de los mismos productos durante años.

Por otra parte cada vez hay más personas que detectan sus intolerancias y le dan la debida importancia, así como también hay mucha gente que quiere disminuir la cantidad de gluten que ingiere y opta por productos sustitutivos como podría ser nuestra pasta Dialsì que contiene solamente harina de arroz y de maíz y que está siendo consumida por personas deportistas o personas que prefieren carbohidratos de lenta absorción.

Hay una mayor conciencia en la alimentación, la gente ya no se conforma con comer las cosas porque "se han comido siempre". Asimismo ha habido un incremento del consumo de productos ecológicos, que también ofrecemos, porque hay una mayor preocupación por comer sano ante la duda de cómo son fabricados ciertos productos.

### ¿Cómo cree que deben intervenir, si es el caso, la administración y la sanidad, en los mercados de la alimentación específica?

Desgraciadamente todavía los precios de los productos sin gluten son considerablemente más altos que los que sí lo tienen y esto produce un gasto mayor para las familias; además de lo que supone evitar la contaminación de alimentos como, por ejemplo, el tener dos tostadoras en casa. Por lo que pienso que en la misma declaración de la renta podría existir alguna deducción para dichas familias o también algún tipo de ayuda económica de las Comunidades Autónomas para colaborar con estos gastos superiores.

En cuanto a la sanidad, lo fundamental es que haya buenos controles de los alimentos que se venden para intolerancias alimentarias así como la adecuación de los restaurantes que ofrecen platos sin gluten u otros alimentos. Es importante sentirse seguro en este ámbito y respaldado por las instituciones del país. En este sentido, los controles del Ministerio de la Salud de Italia son muy estrictos y todos los productos que distribuimos, al venir de allí, son 100% seguros.

### ¿Cuáles son los próximos objetivos de la empresa? ¿Tienen planes de ampliar su radio de acción a otras zonas del país o el extranjero?

Por el momento, nuestro objetivo es consolidarnos en España y ampliar nuestra gama de productos pero no descartamos expandirnos a otros países como podrían ser Portugal u otros de Iberoamérica, ya que recibimos constantemente demanda de esas áreas geográficas.

### ¿Qué medidas pueden adoptar para mejorar el servicio al cliente?

El servicio al cliente ha sido uno de nuestros claros objetivos que tratamos de cuidar al máximo. Intentamos dar un trato agradable y profesional y ser eficaces y rápidos en nuestras entregas. Nuestros clientes saben que estamos siempre disponibles para cualquier duda o problema que pueda surgir y lo intentamos resolver con prontitud. Si supiéramos cualquiera otra medida a adoptar, la adoptaríamos sin pensarlo. Se admiten sugerencias.

Quiero agradecer a los consumidores, así como a nuestros clientes, su confianza en nuestro trabajo y en los productos que les ofrecemos cada día.

**+info:** www.celitalia.com