

# Ortofrutta e prodotti senza carne Ora Atlante cresce e vola in India

## L'azienda di Casalecchio lavora con la grande distribuzione alimentare

### La storia

di **Alessandra Testa**

Fare dei propri principi etici ed alimentari un core business. Ecco il segreto del successo di Atlante, azienda internazionale con sede a Casalecchio di Reno che opera nella grande distribuzione alimentare come partner per i prodotti a marchio delle principali catene italiane, da Coop a Esselunga, e intermediaria dell'export delle eccellenze

### Welfare

Ai 55 dipendenti — più della metà donne — l'azienda regala la tessera della palestra

del made in Italy tramite tre canali: la catena Sainsbury's per il Regno Unito, il socio Migros in Svizzera e Kroger negli Stati Uniti. E adesso vende anche prodotti ortofrutticoli freschi e vola in India,

Nata nel 2002, Atlante è passata dal fatturato di 23,6 milioni di euro del 2008 ai 150 milioni del 2018, di cui il 55% realizzato in Italia e il 45% all'estero. Della filosofia imprenditoriale ci racconta l'ad Natasha Linhart, classe 1957, ginevrina di nascita e bolognese di adozione. «Ho fondato Atlante — racconta Linhart, ricordando la sua scomparsa avvenuta tre anni fa — con mio marito Federico Nanni, un imprenditore che per entrare in società ha venduto la sua azienda metalmeccanica di Pieve di Cento. Prima, avevo lavorato in

una multinazionale olandese e all'ambasciata indiana a Roma». Ed è l'India uno dei prossimi paesi che Atlante, già presente in undici nazioni occidentali e sei dal Far East tra cui Giappone e Corea, ha nel mirino per la futura

espansione. Atlante ha 15 partner logistici, 6 magazzini, 95 siti produttivi nel mondo per più di 45 mila consegne l'anno. Linhart, che si avvale di una squadra di 55 dipendenti e ha in animo di assumere altri 10 addetti entro l'anno, ha un ottimo rapporto col personale, di cui oltre il 50% è donna. Con i lavoratori di Atlante condivide la passione per lo sport, in particolare il nuoto, e, seguendo il motto «Mens sana in corpore sana», omaggia ognuno di essi con un abbonamento in palestra. «La nostra azienda pone al centro le persone — rimarca —: e le loro capacità integrarsi in un gruppo multietnico e

“multitutto”. Lavorare in un'atmosfera serena porta il singolo a provare soddisfazione per ogni obiettivo raggiunto e a sentirsi partecipe del progetto come se l'impresa fosse di sua proprietà». La qualità, insomma, «è in tutto quello che facciamo: prodotto, processi, rispetto dei tempi e nella “fame” di avere proposte sempre innovative per i clienti, che ci scelgono proprio perché offriamo la soluzione che stavano cercando». Vegetariana, Linhart è convinta che «un utilizzo troppo massiccio di carne non sarà più sostenibile». Fra le linee più forti di Atlante ci sono infatti prodotti alternativi alla

carne, «ma con un alto valore nutrizionale», yogurt e formaggi greci, il cioccolato e una vasta gamma di snack dolci e salati. Con la forza di una crescita costante, Atlante punta ora a consolidare il pro-

prio mercato e a conquistare nuove aree geografiche come Sud Africa e Russia. Tra i progetti in cantiere, prodotti senza carne per scuole, istituzioni e strutture sanitarie e «Little Italy» in Svizzera per «prevedere uno spazio a marchio per 40 piccole aziende italiane eccellenti, tra cui la Monari Federzoni di Modena che produce aceto balsamico, in tutti i market Migros».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



### Chi è



● **Natasha Linhart** ha fondato Atlante nel 2002. Il fatturato è passato dai 23,6 milioni del 2008 ai 150 milioni del 2018

