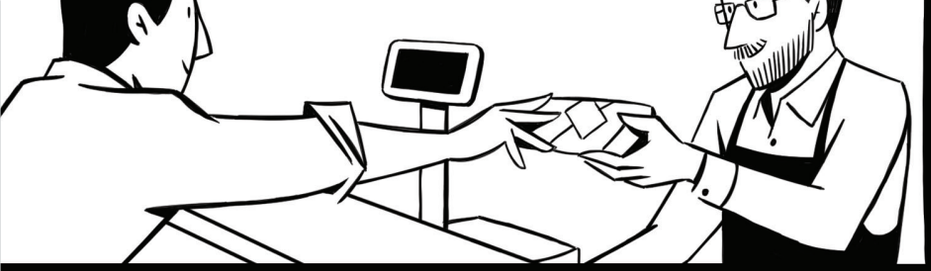
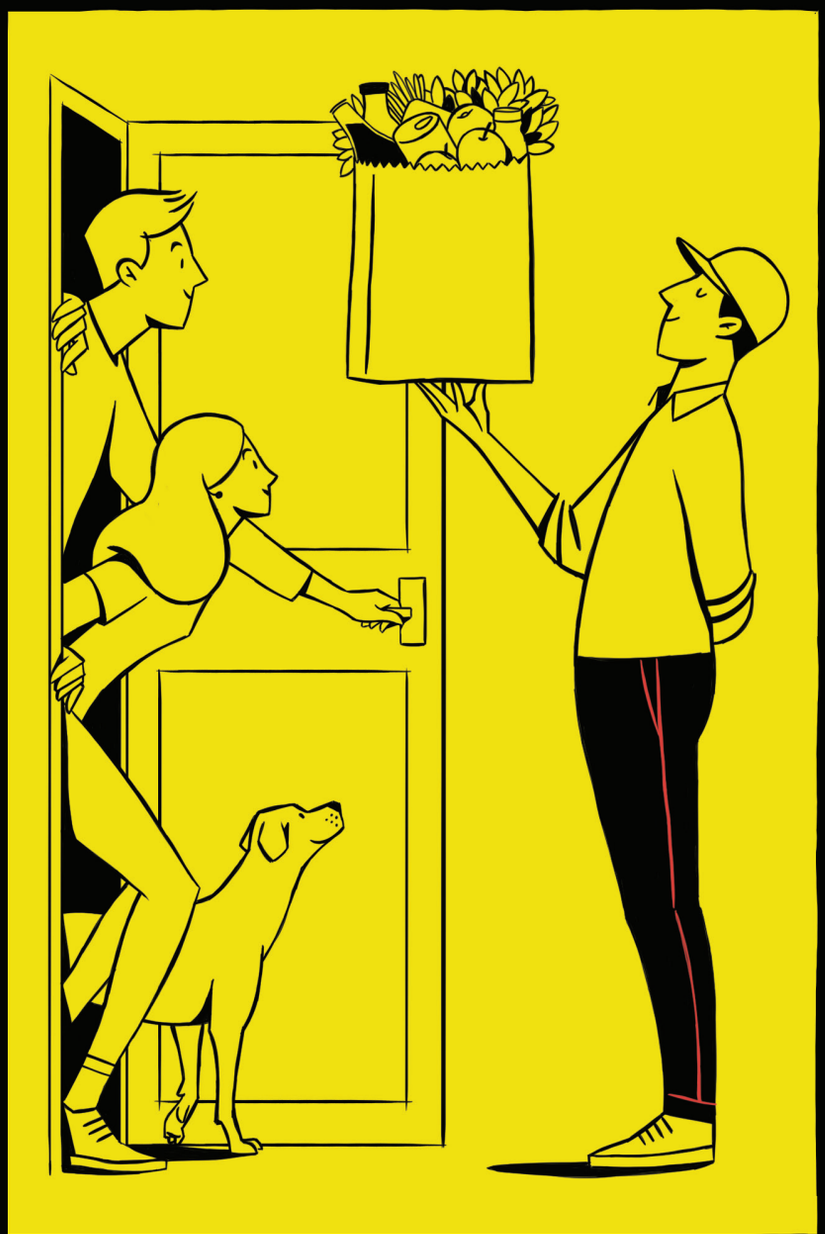




FOOD RETAIL

Format & Canali 2021

ATLANTE, DALLA MDD AI MARCHI INTERNAZIONALI, QUALITÀ E GUSTO SONO ASSICURATI

Individuare nuovi trend e riadattarli alle esigenze del consumatore italiano è uno dei punti di forza di Atlante, che può contare oggi su un **team internazionale di 83 persone, un fatturato 2020 di oltre 173 milioni di euro e un portfolio di circa 1.500 prodotti** che lo posizionano non solo come 'global sourcing', ma anche come un vero e proprio 'solution provider'. "Lavoriamo con i nostri partner per realizzare prodotti vincenti – spiega **Natasha Linhart, Ceo Atlante** –, in linea con le esigenze dei clienti e i trend di mercato. I nostri progetti sono 'su misura': seguiamo ogni fase, dal brief al posizionamento del prodotto a scaffale. Fiducia e collaborazione sono alla base di ogni relazione che creiamo con i nostri interlocutori".

Natasha Linhart.
Ceo Atlante

SPECIALITÀ GRECHE E PLANT BASED

In Atlante operano cercando di intercettare i bisogni dei clienti e dei consumatori finali. Sono due i focus: Gdo e discount, per i quali l'azienda sviluppa prodotti Mdd. Atlante, inoltre, lavora per introdurre sul mercato italiano prodotti innovativi, come quelli plant based, o legati a specifici territori, come le specialità greche. "Siamo fornitori di questa specialità dal 2014 – dichiara **Giovanna Chiarini, Business Unit Director Atlante** –, quando abbiamo portato sugli scaffali italiani l'autentico yogurt greco colato. Sviluppiamo gusti e ricettazioni, oltre che formati, in base alle richieste dei nostri clienti. Proprio a gennaio di quest'anno **abbiamo sviluppato e lanciato il primo yogurt greco senza grassi e senza lattosio (< 0,01%).** In linea con i trend salutistici, nell'ultimo anno abbiamo ridotto del 10% l'apporto di zuccheri della base del nostro gelato di yogurt greco, sviluppando al contempo nuove linee di bevande vegetali senza zuccheri e senza zuccheri aggiunti. Inoltre, per assecondare il crescente interesse per il mondo delle alternative vegetali e declinando anche in ambito plant-based la nostra proposta di gelato. Il mercato del mondo delle alternative alla carne sta vivendo un vero e proprio boom. Per rispondere a questo cambio di paradigma **abbiamo recentemente lanciato sul mercato italiano il Fantastic burger: un burger 100% plant-based** succoso alla vista e al morso, con un gusto e texture che replicano quelli della carne e un pack riciclabile con vassoio in cartone".

Giovanna Chiarini.
Business Unit Director Atlante

ATLANTE IN BREVE

Atlante nasce nel 1996 a Bologna, nel cuore della Food Valley italiana dalla passione per l'eccellenza e dallo spirito imprenditoriale di Natasha Linhart, fondatrice e Ceo dell'azienda. **Atlante opera nella grande distribuzione in Italia, Europa, Stati Uniti e Asia come partner strategico dei maggiori retailer per lo sviluppo, selezione, importazione e distribuzione di prodotti alimentari.** La capacità di selezionare i propri business partner, la profonda conoscenza del mercato, la grande attenzione al controllo qualità, l'efficienza logistica, la forza marketing, la ricerca e lo sviluppo sono le caratteristiche che permettono ad Atlante una costante e continua innovazione.

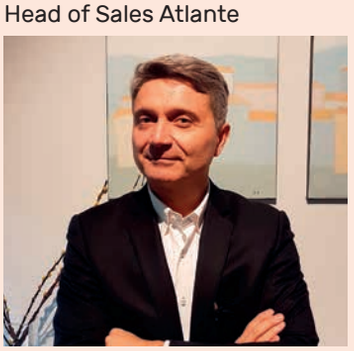
ATLANTE E LA SOSTENIBILITÀ

L'azienda, da sempre sensibile e sostenitrice di tutto ciò che è etico, sostenibile e green, ha avviato nel corso del 2020 **un progetto di sostenibilità, 'Let's not follow the dinosaurs'**. "Un mondo più sostenibile è nell'interesse di tutti e nella responsabilità di tutti", – dichiara **Natasha Linhart, Ceo Atlante** –. Governi, aziende e individui possono tutti contribuire a rendere la sostenibilità qualcosa di più di una parola. L'industria alimentare è un attore chiave in questo senso e ogni anello della catena della distribuzione alimentare deve essere pienamente impegnato nel perseguimento degli obiettivi di salvaguardia ambientale. Il modo in cui il cibo viene coltivato, acquistato, imballato e consegnato determinerà come e per quanto tempo sarà disponibile in futuro. Anche i consumatori finali sono sempre più attenti alla filiera e preferiscono prodotti che rispecchino il motto 'fa bene a me, fa bene all'ambiente'".
È per questo che Atlante ha avviato un progetto di sostenibilità, costituendo un team che guiderà l'azienda nei prossimi anni affinché sia parte attiva del cambiamento. **Il progetto di sostenibilità si fonda su sette pilastri**: riduzione delle emissioni di CO_2, riduzione dell'uso dell'acqua, promozione di uno stile di vita sano e sostenibile, riduzione dell'uso della plastica, riduzione dello spreco alimentare, aumento del riciclo, sostegno alla biodiversità.

PARTNERSHIP DI SUCCESSO

Atlante è partner dei principali retailer italiani, oltre a Migros in Svizzera, Sainsbury's nel Regno Unito e sourcing partner di CostCo e Kroger. "Questo ci garantisce una finestra sul mondo da cui osservare gli scenari esteri e italiani – spiega **Marco Sebastianelli, Head of Sales Atlante** – ed è ciò che ci consente di essere sempre in linea con i trend di mercato e con i gusti dei consumatori.
La nostra decennale esperienza in progetti **private label, che costituisce più del 50% del business aziendale**, ci ha permesso di raggiungere i risultati desiderati, garantendo un'efficienza e una struttura dei costi trasparente per soluzioni chiavi in mano, dall'idea del prodotto alla messa a scaffale".
Atlante, infatti, si pone al centro della catena del valore dei processi produttivi e distributivi, come valore aggiunto che massimizza efficacia ed efficienza nello sviluppo di progetti di business in partnership con tutti i propri clienti . Inoltre, seleziona i siti produttivi dall'Europa all'Oriente, sempre alla ricerca dei migliori prodotti per mantenere i più alti standard di qualità ed efficienza.
"Il rapporto con i partner – continua Sebastianelli – passa anche dalla nostra presenza presso i siti produttivi, dal processo di crescita interna così come dallo sviluppo di nuovi prodotti. Assicurare l'eccellenza è ciò che ci guida e non siamo disposti a compromessi".
Il 'team qualità', composto da 10 professionisti, monitora e controlla i prodotti presenti sul mercato per garantire alti standard qualitativi. "La nostra attenzione verso il cliente non si ferma alla consegna del prodotto – continua Sebastianelli –, ma prosegue con l'arrivo a scaffale. Ci prendiamo cura di ogni dettaglio costruendo assieme ai clienti un piano di azione per soddisfare le più svariate esigenze. Per Atlante, inoltre, l'attenzione alla Corporate Social Responsibility rappresenta un aspetto fondamentale da sempre.
"Dal 2020 facciamo parte della piattaforma Food Network for the Ethical Trade e abbiamo ottenuto la certificazione Brc Agents & Brokers".

Marco Sebastianelli.
Head of Sales Atlante



ATLANTE
FOOD OF THE WORLD

PER INFO
www.atlantesrl.it