

# Atlante e l'export senza confini

## Fatturato boom con i prodotti greci

Natasha Linhart, ceo dell'azienda bolognese: «Valorizziamo tutte le specialità, l'Italia ha una ricchezza infinita»

di **Francesco Moroni**  
BOLOGNA

**Atlante** premiata come protagonista nel settore dell'export di prodotti greci. L'azienda di Casalecchio è stata al centro del nono 'Export Summit', che si è tenuto di recente a Salonico, in Grecia: un evento annuale, organizzato dalla Greek Exports Association, che include la Hall of Fame dei protagonisti dell'export greco per onorare e premiare i partner più virtuosi. «In Italia lo yogurt greco è un segmento di grande successo - dichiara **Natasha Linhart**, ceo di **Atlante** -: vale il 16% del totale sul comparto yogurt ed è cresciuto del 5,7% lo scorso anno. Ci sentiamo protagonisti di questo risultato: siamo uno dei principali distributori di yogurt greco Mdd e serviamo i principali retailer della distribuzione organizzata, grazie alla collaborazio-

ne con Kri Kri (partner ellenico di **Atlante**, ndr)». **Atlante**, infatti, è leader di mercato per le specialità greche. Il 2022 è stata una stagione di successo per la categoria dei gelati, con una crescita del +38% a valore e +29% a volume per la gamma di pot e stecchi. Quest'anno verrà

lanciato anche il bisco-gelato di yogurt greco.

**Linhart, ci parli di questi risultati.**

«Negli ultimi 15 anni l'azienda è cresciuta in maniera veramente forte, basandosi su alcuni aspetti fondamentali».

**Quali?**

«Partirei dai valori che riflettono la nostra visione: vogliamo essere un posto dove la gente ama lavorare e per cui veniamo scelti dai partner commerciali, sia i clienti che i fornitori. Una relazione basata sul 'win win' e sul rispetto».

**Che crescita avete vissuto?**

«Abbiamo una filosofia di inclusione delle persone, con parti-

colare attenzione al capitale umano e sociale: siamo passati in 15 anni da 20 a un centinaio di persone. E il fatturato è cresciuto da 20 a oltre 200 milioni all'anno».

**Un'espansione ancora in corso.**

«La creatività interna dell'azienda è molto spiccata, con un equilibrio tra mole di lavoro e stimoli continui. Tutto questo nonostante le difficoltà degli ultimi anni, tra pandemia, guerra, inflazione e recessione».

**Il vostro mercato di riferimento cosa racconta?**

«È diviso in due: metà riguarda le importazioni, con prodotti che provengono da svariate parti del mondo. Abbiamo allargato il nostro bacino geografico, non solo Europa, ma anche Estremo Oriente e Sud est asiatico, oltre che Stati Uniti e Sud America».

**E l'altra metà?**

«L'altra metà del fatturato riguarda l'Italia. Portiamo all'estero le nostre specialità: dalla pasta al pomodoro, dal vino ai sughi, dai formaggi fino al caffè e alle salse. Lavoriamo con piccole aziende che fanno prodotti fantastici, ma che da sole non sarebbero in grado di occuparsi dell'export».

**L'Italia resta un asset vincente?**

«È un Paese con una ricchezza gastronomica infinita. Ecco perché è importantissimo avere un rapporto di fiducia con i clienti».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Natasha Linhart, ceo di Atlante: «Cresciuti nonostante le difficoltà di questi anni»

LA STORIA

**«Crescita imponente negli ultimi 15 anni: adesso abbiamo cento dipendenti e i ricavi sono passati da 20 a 200 milioni»**



La proprietà intellettuale è riconducibile alla fonte specificata in testa alla pagina. Il ritaglio stampa è da intendersi per uso privato