



Alcuni momenti della visita degli esperti coreani al Car

Gli orari del mercato ittico

Il martedì, mercoledì, giovedì e venerdì è consentito l'accesso agli acquirenti dalle 15.30 alle 20. In tale fascia oraria l'attività degli operatori grossisti è facoltativa. L'apertura ai consumatori finali sarà effettuata il venerdì dalle 7.00 alle 10 ed il sabato dalle 8 alle 12.

LUNEDI'	CHIUSO
MARTEDI'	02.30 - 08.00
MERCOLEDI'	03.30 - 08.00
GIOVEDI'	03.30 - 08.00
VENERDI'	02.30 - 08.00
SABATO	03.30 - 08.00

Nella tabella gli orari del mercato ittico

Esperti dell'isola di Jeju hanno «studiato» il polo guidoniano

Dalla Corea in visita al Car: «Un modello di sviluppo» Entusiasta la rappresentanza orientale

DALLA COREA a Guidonia per studiare l'efficienza del Centro Agroalimentare. Gli esperti orientali indicano il Car come modello di sviluppo.

Il Car non è solo il centro agroalimentare più grande e più moderno in Italia, ma è anche un modello di efficienza e di sviluppo invidiato e copiato in tutt'il mondo. A confermarlo sono anche ed innanzitutto i visitatori stranieri che da tutto il mondo arrivano a Guidonia quasi tutte le settimane, per recarsi in comitiva - gruppi di operatori economici, pubblici amministratori, manager, giornalisti specializzati e agronomi - presso gli impianti, le gallerie commerciali, i magazzini della cosiddetta "Città dei Commerci" per studiare il "Modello Car". E per esportare, nei più svariati Paesi di origine di questi gruppi di escursionisti esteri professionali, le sue strategie. L'ultimo gruppo di visitatori di oltreconfine che ha chiesto ed ottenuto di "verificare de visu" le soluzioni, gli assetti e i sistemi organizzativi funzionanti presso il Centro Agroalimentare di Roma era targato South Korea. Nei giorni scorsi in via Tenuta del Cavaliere è stata infatti la volta di un gruppo di una ventina di ingegneri logistici, professori universitari, manager ed economisti provenienti dall'Isola coreana di Jeju, nel Mar della Cina. «Siamo rimasti profondamente impressionati dalla



modernità del Centro Agroalimentare di Roma, dalla freschezza di tutti i prodotti in vendita e dalla rapidità con cui ci è stato spiegato che gli approvvigionamenti ortofrutticoli arrivano tutti i giorni in poche ore dalle campagne», ha sottolineato al cronista in inglese uno dei componenti della delegazione di esperti coreani in visita di lavoro a Setteville di Guidonia. Presenti con lui nella visita ai due padiglioni ortofrutticoli ed a quello del pesce i suoi col-

leghi, nonché compatrioti, Lee Jong Bum, Kwun Duk Hee, Lee Sang Tae, Seo Jung Koo, Oh In Young, Han Chang Seob, Jung Chang Sooi, Park Bong Hwan, Lee Bok Nam, Ro Jong Seok, Yoon Kyung Ha, Lee Young Woo, Choi Bok Soo, Kwon Tae Hyun, Baek Kang Suk, Ha Tae Jeong, Kim Young Sub, Kim Young Hyuk, Kim Sang Guk.

Quel che ha colpito di più l'immaginazione del team ospite di professori, inge-

Nella prossima puntata in tv ospite il presidente Biscari

LUNEDI' 21 un nuovo appuntamento con il Car su Roma Uno Tv: il presidente Cargest Giuseppe Biscari sarà in diretta con Helga Cossu.

Che cosa significa esattamente rifornire tutti i giorni di generi alimentari freschi e persino deperibili l'enorme rete distributiva di Roma e del suo hinterland? Quali immensi problemi tecnici, tecnologici, organizzativi, comporta? Come integrare sempre meglio la rete tradizionale dei 140 mercati rionali romani con la megastruttura logistica e commerciale del Centro Agroalimentare Roma? Come accorciare i lunghi percorsi stradali (la Tiburtina, la Collatina, la Palombarese) e autostradali (il Gra e l'A24) che separano il Car dai mercati rionali dai quali e verso i quali si muovono ogni giorno migliaia di furgoni che si riforniscono dei generi alimentari freschi distribuiti nei quartieri romani? Come liberare o alleviare le strade di Roma Est da questo traffico? E gli orari d'accesso al Car soddisferanno mai tutte e 10 o 15 le associazioni di categoria dei venditori in aree pubbliche? E' possibile risolvere questi problemi con la telematica e come? Su queste problematiche e su un paio di interessanti novità che riguardano la cosiddetta Città dei commerci, lunedì 21 poco dopo le ore 8 sul canale televisivo 31 di "Roma Uno Tv" il presidente di Cargest Srl, Giuseppe Biscari, risponderà in diretta alle domande della giornalista Helga Cossu. Tema di questa puntata sarà il rapporto tra la Città dei Commerci, la Città Eterna e la Città dell'Aria, a cospetto con la straordinaria realtà dei mercati rionali presenti sul territorio romano.

gnari, economisti - accolto ed accompagnato nella megastruttura di via Tenuta del Cavaliere dal Coordinatore Servizi commerciali di Cargest (Massimo Antonioni) e dall'ispettore di Cargest Giuseppe Gregori, sono state soprattutto le due grandi hall commerciali dove avvengono le contrattazioni, le transazioni, gli scambi, ma anche le celle frigorifere in dotazione ad ogni box ortofrutticolo per lo stoccaggio refrigerato delle merci, nonché gli assetti logistici della Città dei Commerci.

Molte le domande sul progettista del complesso immobiliare (Lo Studio Valle di Roma) e sul sistema di rilevazione prezzi. Dopo il Protocollo d'intesa con il Regno Thailandese e l'accordo con la Repubblica del Vietnam, una terza partnership con un interlocutore asiatico sembra dunque profilarsi in prospettiva per la società di gestione del Centro Agroalimentare Roma.

La delegazione dei venti autorevoli escursionisti professionali della Corea del Sud ha precisato, con il suo portavoce, che gli approfondimenti svolti sul campo a Guidonia saranno molto utili allo sviluppo di un mercato agroalimentare moderno sull'isola di Jeju. Non una fotocopia del Car, ovviamente, però un qualcosa di simile e forse una struttura visibilmente "imparentata" con quella di via Tenuta del Cavaliere.

NON SOLO ORTOFRUTTA

La Città dei Commerci di Guidonia primeggia nella guida del Gambero Rosso

Il merito della... comunicazione

Il responsabile delle relazioni esterne Venturini:
«La "cultura del fresco" va salvaguardata»

IL CENTRO Agroalimentare Roma primeggia nella Guida del Gambero Rosso: sempre più brillante lo stile della comunicazione Cargest. Il responsabile dell'area comunicazione Venturini: «La "cultura del fresco" va salvaguardata dalla massificazione».

Ai "guru" del marketing e agli strateghi della comunicazione aziendale è subito balzata agli occhi una nuova presenza istituzionale tra le pagine della prestigiosa Guida 2008 del Gambero Rosso ai ristoranti e alle enoteche di Roma e provin-

cia, presentata lunedì 17 alla stampa nella Città del Gusto di via Fermi, all'Ostiense. Con un inserto di quattro pagine (una legata all'altra dalla medesima filosofia di valorizzazione dei prodotti e dei servizi garantiti dal Centro Agroalimentare di Roma alle aziende "horeca", del settore hotel, restaurant e catering) l'Area comunicazione di Cargest ha voluto prendere il toro per le corna, imponendo il massimo dell'attenzione professionale per l'alta qualità, la freschezza superiore delle materie prime, i

sapori naturali del terroir romanesco nientedimeno che nel vero e proprio tempio delle trasformazioni gastronomiche più raffinate, più ricercate e più geniali. Si è trattato di una scelta di comunicazione aziendale deliberata ed attentamente studiata nei contenuti testuali e nel segno grafico, quasi come una "provocazione culturale". Ne abbiamo chiesto i motivi e gli obiettivi al responsabile dell'Area Comunicazione di Cargest, Fabrizio Venturini: «Al di là della normale azione di promozione e valorizzazione

commerciale dei prodotti, dei servizi e delle aziende del Centro Agroalimentare di Roma un impatto tanto deciso e coordinato da parte nostra, sulla Guida del Gambero Rosso, ha inteso sottolineare una istanza culturale ben precisa. Mi riferisco ad un rilancio competitivo dei valori, dei significati, dei segni, dei sapori e dei profumi, delle tradizioni, delle immense potenzialità economiche della freschezza agroalimentare laziale e italiana in genere». Effettivamente, gli artisti, i grafici, i fotografi, i pubbli-



citari, i copywriter arruolati da Fabrizio Venturini per l'impegnativo compito di comunicare e rappresentare il Car - valorizzandone lo specifico istituzionale, aziendale, commerciale - nella Guida del Gambero Rosso hanno elaborato uno stile molto originale. «Si è lavorato - spiega Venturini - con un occhio a quell'immagine corporate di elevato profilo culturale, che stava a cuore soprattutto al Presidente Biscari e che abbiamo cercato di rappresentare con precisi riferimenti iconografici al famoso dipinto di Caravag-

gio "Il Fruttaiolo" ed alla statua romana della dea Pomona custodita nei Musei Vaticani, mentre davanti all'altro occhio avevamo quelle necessità di informazione e valorizzazione commerciale, che giustamente l'Amministratore delegato Pallottini ci raccomandava di cercare con la più sacrosante intenzioni manageriali».

Di qui, l'equilibrio sinceramente originalissimo per il cronista fra due pagine di stile artistico ed altre due di carattere più informativo e commerciale.