

IL FORUM

Preparativi per il secondo incontro  
con gli operatori del settore

# Il Car apre l'Orto delle delizie ai grossisti e ai ristoratori

## Pallottini: aspettiamo grande affluenza

Il CENTRO Agroalimentare Roma apre l'Orto delle delizie ai manager dell'accoglienza: nella Città dei commerci fervono i preparativi del secondo forum dei grossisti con i ristoratori.

Si chiama "Orto delle Delizie" il forum di incontri d'affari tra grossisti del Car e manager del settore horeca (hotel, restaurant, catering) che - non ancora giunto alla seconda edizione dopo il buon esordio del maggio scorso presso la Fiera di Roma in occasione di Cibus 2007 - è già considerato un punto di riferimento strategico dagli imprenditori dell'accoglienza e della ristorazione, che hanno o cercano un ruolo da protagonisti sulla ribalta professionale. Ai manager ed ai buyer di questo comparto - almeno a quelli più attenti alla freschezza, alla qualità, alla genuinità ed alla convenienza delle materie prime da scegliere per l'attività che esercitano - i grossisti del Centro Agroalimentare di Roma e la società di gestione Cargest sono pronti a mostrare nell'Orto delle delizie i loro prodotti di classe A e il top-level dei loro servizi all'impresa. E chi non è ancora attrezzato per rispondere nei termini organizzativi più adeguati all'imminente domanda professionale di nuovi sapori allettanti, di una illimitata ampiezza di scelte, di salutaris freschezze alimentari, di aromi tradizio-



Preparativi per il secondo forum "Orto delle delizie" con grossisti e ristoratori  
Nella foto l'interno del mercato

nali e sempre più rari, di servizi efficienti e puntuali, di spiegazioni precise, di prezzi convenienti perché regolati da una forte concorrenza interna, si sta già preparando a farlo. "Il successo della prima edizione dell'Orto delle Delizie durante la fiera di Cibus 2007 - dice l'amministratore delegato del Centro Agroalimentare Roma Massimo Pallottini - da una parte è stata quella che si dice una "bella sorpresa". Dall'altra ci ha confermato però quanto gli ope-

### Pambianchi: «Modello per l'economia»

IL LEADER di Confcommercio Pambianchi rinnova i suoi appelli a liberare le imprese da lacci e ritardi: «Il Car è un modello di riferimento per il commercio».

Una struttura ultramoderna, leader nazionale nella logistica e nella distribuzione dei prodotti ortofruttili e ittici freschi, il Car, fiore all'occhiello dell'economia regionale, va subito messo in condizioni di "crescere ancora ed essere potenziato", secondo il presidente della Confcommercio di Roma, Cesare Pambianchi. A Roma e nel Lazio, ha spiegato il numero 1 di via Properzio «si deve puntare sulla formazione dei dipendenti, su una migliore organizzazione della distribuzione, su un robusto potenziamento delle infrastrutture». Il presidente di Confcommercio ha indicato il Car e la sua vocazione all'efficienza organizzativa quale modello di riferimento per tutto il comparto distributivo laziale, che oggi - secondo una ricerca commissionata all'Ebis (Ente bilaterale del terziario) e svolta dall'Ires, (Istituto di ricerche economiche e sociali della

Cgil) - soffre per costi di gestione troppo elevati e per evidenti carenze nella formazione del personale. Solo il 16,7 % delle aziende laziali (tra le quali c'è il Car), investe in corsi di formazione per il personale e solo il 3,2% degli investimenti serve ad ampliare le superfici di vendita. Il Car soltanto nell'ultimo anno ha visto un aumento delle piattaforme logistiche interne e una crescente attenzione alla sicurezza dei lavoratori, alla totale legittimità delle indicazioni quantitativo-qualitative relative ai prodotti, alla prevenzione igienico-sanitaria, alla piena trasparenza di transazioni, contratti e prestazioni. Inoltre, Cargest investe con regolarità sulla formazione del personale e sull'innovazione tecnologica come sull'innovazione di processo. Con il progetto chiamato "Il Carrello della Spesa", i dettaglianti di alcuni mercati rionali potranno ordinare merci al Car cliccando sul sito [www.agroalimroma.it](http://www.agroalimroma.it) e i loro capi-mercato stanno già seguendo corsi di formazione.

Roma, il topmanager di Cargest interpreta la brillante inaugurazione dell'Orto delle delizie non già come un entusiasmo raggiunto. Bensì come una piccola base dalla quale spiccare al più presto un salto vigoroso verso un avanzamento delle posizioni. "Dall'iniziale dozzina di operatori intervenuti a Cibus nell'Orto delle delizie - preannuncia Pallottini - vogliamo arrivare ad un centinaio nel prossimo workshop, che organizzeremo per giugno". I suoi collaboratori più stretti e fidati lo sanno: l'amministratore delegato non si accontenterà di nulla di meno di un'invasione di operatori, per i quali Cargest riserva la nomina di "Ambasciatori della freschezza" e con essa facilitazioni e incentivi affinché scelgano per i loro clienti le tipiche specialità della campagna romana, le verdure migliori e più fresche, la frutta più genuina, le macedonie e le insalate pronte per essere servite in

tavola senza bisogno di sbucciarle. La gamma delle prestazioni di servizio garantite dal Car e dalle aziende attive al suo interno è enorme e in grado di "cucire addosso" a ogni singola impresa-cliente le soluzioni più precise e specifiche in materia di stoccaggio, consegna, picking, groupage, refrigerazione, delivering. Nell'Orto delle delizie - che si parli di broccoli o di carciofi, di ciliegie o di meloni - i buyer del settore horeca dovranno imparare che le competenze esistenti nel Car garantiscono la migliore integrazione dell'eccellenza qualitativa dei prodotti con l'efficienza dei servizi. "Guidiamo una rivoluzione culturale - spiega Pallottini - solo cinque anni fa era inconcepibile che nei Mercati generali i grossisti presentassero a manager horeca la loro offerta merceologica, la loro organizzazione aziendale, un marketing mix di prodotti di qualità, di prezzi concorrenziali, di servizi innovativi, di garanzie e controlli, di counseling e di help-desk, come cominciamo a fare nel Car". Forte di dati oggettivi, Pallottini insiste: "A Roma e nel Lazio i settori che crescono di più sono turismo, accoglienza, cultura del vivere bene, l'alimentazione di qualità e il cosiddetto wellness. Pertanto, il comparto horeca è tra quelli che il Car guarda con più interesse come spazio di crescita ulteriore. I pasti pronti o mangiati fuori casa sono un fatto centrale nella nostra vita e proprio perciò il Car deve soddisfare le esigenze delle imprese della ristorazione e dell'accoglienza sia in termini di prodotto, sia e forse soprattutto in termini di servizio».

### LA NOVITA'

Sul sito nozioni di storia sull'antico sistema distributivo romano

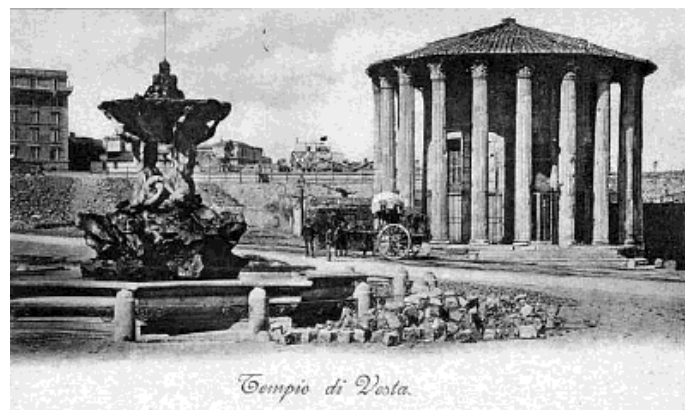
## Tremila anni tra Cultura & Verdura

La cura della freschezza alimentare costituisce da sempre nella Capitale una nobile e radicatissima tradizione locale

VERDURA & CULTURA, tremila anni di storia prima del Car: sul sito della società foto e testi sul passato del sistema distributivo di Roma.

Gli aromi acuti delle verdure e della frutta genuina e i toni argentei del pesce fresco nel Centro Agroalimentare Roma sono di casa oramai da cinque anni. Ma la cultura della freschezza alimentare come garanzia di benessere, le tecniche di movimentazione e di commercializzazione delle merci alimentari con trasporti veloci, sistemi efficaci per la conservazione, meccanismi capillari di distribuzione, costituiscono a Roma una nobile e forte tradizione locale, che affonda le radici in tremila anni di storia, di sapienza, di esperienza, di applicazione e fatica, dei quali il Car si sente legittimo erede, senza però dividerne le contraddizioni o i ritardi. Così, il portale web della Città dei Commerci [www.agroalimroma.it](http://www.agroalimroma.it), (oltre tre milioni di contatti l'anno da tutto il mondo) presenta ai cybernauti le nuove pagine di "Verdura&Cultura": la sezione nella quale testi e foto rievocano la storia del "far mercato" a Roma nel settore della

freschezza alimentare. Le immagini e i documenti raccontano vicende millenarie di organizzazione, di riflessione organizzativa e di applicazione tecnica alle problematiche di conservazione e trasporto, di gestione commerciale e refrigerazione che, secolo dopo secolo, dai mercati di Roma antica portano dritto agli ultramoderni padiglioni attrezzati del Car. "Guardiamo alle vecchie vicende dei sistemi distributivi romani e a quelle dei mercati generali della via Ostiense con simpatia, ma anche con un doveroso spirito critico - sottolinea Giuseppe Biscari presidente di Cargest società di gestione del Car - verso le strutture obsolete e i ritardi organizzativi che fino al 2002 penalizzarono la città. Storizzando lo sguardo retrospettivo verso quegli antichi impianti rimasti troppo a lungo angusti e malridotti siamo però consapevoli che il Centro Agroalimentare di Roma ne è comunque l'erede e quindi parte integrante della stessa storia di innovazioni e ritardi, di professionalità e modeste furbizie, di successi e tracolli". Il presidente Biscari non si sottrae ad un breve flashback nel passa-



Nella foto il tempio di Ercole nel Foro Boario, noto come Tempio di Vesta: uno dei segni storici delle antiche attività di commercio tiburtine

annuario dell'Urbe. "E' ovviamente motivo di orgoglio per noi - premette - un'eredità storica importante come quella del Foro Olitorio (mercato delle verdure dell'antica Roma), del Foro Piscario (mercato del pesce al Portico d'Ottavia), del Foro Boario (mercato delle carni e del bestiame), dei Mercati Traianei, dei tanti "Porticus" e "macella" (mercati alimentari al dettaglio) sparsi nella città antica e in quella medioevale. Ma è anche uno stimolo in più a far bene per dimostrarsi all'altezza di così grandi predecessori». Giornalista famoso e appassionato cultore della storia di Roma, il responsabile dell'Area Comunicazione di Cargest (e direttore responsabile del portale web) Fabrizio Venturini lega le finalità dell'iniziativa a obiettivi aziendali. «In queste pagine ho voluto da un lato segnare l'importanza storica dei sistemi distributivi a Roma e sottolinearne gli alti valori culturali al di là di certe rappresentazioni banali di un'antica Roma abitata solo da condottieri e filosofi.

Dall'altro ho voluto ricordare alla comunità di lavoro del Car che è parte di

un sistema funzionale che da secoli garantisce il rifornimento e la distribuzione di generi alimentari senza accaparramenti né giochi al rialzo. Ho infine cercato di mostrare che (nell'età dei Cesari come nel Medioevo, con i Papi e i Savoia, le giunte centriste e quelle di sinistra), i profumi, i sapori, la freschezza, la genuinità, l'utilità salutistica degli alimenti portati sulle nostre tavole non sarebbero tali senza sistemi di concentrazione e distribuzione.

I romani di tutte le epoche l'hanno sempre saputo, ora invece si straparla di filiere corte che chiamerebbero i consumatori a nutrirsi di frutti direttamente dagli alberi».

Quali saranno gli argomenti della rassegna Verdura e cultura? Venturini parla della romanissima "Festa di San Giovanni" e della girandola di essenze e tradizioni legati alle celebrazioni del santo, degli aspetti della Canzone romana con riferimenti ortofruttili, del Cottio al mercato centrale del pesce di via San Teodoro, della geniale figura di Giuseppe Giovo (prelato rinascimentale che catalogò le varietà ittiche romane).