



Si lavora per un'intesa che stabilisca protocolli e standard per la gestione dei problemi igienici

Cargest e Asl insieme per la sicurezza

INTESE su igiene e sicurezza con la Asl RmG.

Cargest e la Asl RmG stanno lavorando ad un'intesa che definisca protocolli e standard per la gestione operativa dei problemi igienico-sanitari e securistici nel Centro Agroalimentare Roma. Procedono da mesi gli incontri con un auditing interno teso a concordare i passi utili per raggiungere gli obiettivi illustrati dal direttore operativo di Cargest Mauro Ottaviano e condivisi dal dottor Vladimiro Perretta, direttore del dipartimento di Prevenzione e Sicurezza nei luoghi di lavoro.

Nei primi incontri Ottaviano ha riconosciuto l'importante contributo della Asl RmG al mantenimento

nel Car di alti livelli di conformità alle norme di sicurezza alimentare e di tutela di salute dei lavoratori. Dopo tre anni - ha detto il direttore di Cargest - occorre un salto di qualità per il quale è stato proposto alla ASL un tavolo permanente per discutere le tematiche igienico-sanitarie e securistiche del Car in un'ottica di prevenzione e con l'obiettivo di farne un polo di eccellenza. Perretta ha dato atto a Cargest della sua fattiva collaborazione. Ha concordato sulla necessità di creare un organico auditing periodico con la presenza di Cargest e di tutte le componenti interessate del dipartimento Prevenzione della Asl. È comune l'obiettivo di eleggere il Car polo di eccellenza con una

forte azione di coordinamento e collaborazione. Sono state altresì condivise le seguenti priorità nel lavoro comune: l'utilizzo delle acque; la gestione delle problematiche relative ad infestanti; la gestione dell'abbandono di rifiuti e sottoprodotti di origine animale; la pulizia delle parti comuni; le procedure antincendio; la viabilità interna; la gestione dell'articolo 7 D.Lgs. 626/94. Su questi primi punti si svolgeranno incontri specifici per individuare eventuali criticità, procedure, tempi di intervento. Il sistema di auditing che si vuol attivare rappresenta per Ottaviano «un ulteriore passaggio verso quel sistema di qualità e di eccellenza nel quale proiettare il Car».

Da ottobre 2006 a marzo 2007 i contatti quotidiani sono aumentati del 32 per cento

Boom di visite sul sito internet del Centro Agroalimentare Biscari: «Finalmente un filo diretto»

DALL'ottobre 2006 al marzo 2007 i visitatori quotidiani del sito internet del Car sono aumentati del 32% e in soli quattro mesi, gli hits sono passati dai 2,3 a 3,8 milioni annui: +65%.

Continuano a crescere con progressioni esponenziali gli accessi dei cybernauti al portale web del Centro Agroalimentare di Roma gestito dall'Area Comunicazione di Cargest, messo on line ad ottobre 2005, clickato da 1,6 milioni di hits in nove mesi (fino al 31 luglio 2006), visitato da 2,3 milioni di hits (secondo rilevazioni dell'11 ottobre 2006) ed arrivato il 5 marzo 2007 a 3,8 milioni di hits, con un aumento di accessi del 65% in appena quattro mesi. I "single visitors", invece, sono cresciuti da quota 229 della seconda rilevazione (dell'ottobre 2006) al numero di 302, con una crescita non meno rilevante del 32%. Tra gli argomenti, i temi, i contenuti più cercati dai frequentatori dell'indirizzo internet www.agroalimroma.it spiccano le news di attualità continuamente aggiornate nella home page, che hanno attirato 197.000 hits da ca. 62.500 visitors. Rispetto alle rilevazioni precedenti l'aumento di interesse si nota subito: dai 97.233 hits dei 25.717 visi-

tors (del periodo ottobre 2005/luglio 2006) si passò ad ottobre 2006 ai 125.747 hits di 35.243 visitors. Rispetto al dato di partenza, a marzo 2007 c'è stato quindi un aumento di visitatori delle news di attualità giornalistica pari ad un 143% e di hits pari al 104%. Risultati che si commentano da soli. Ma anche le consultazioni quotidiane dei listini-prezzi rilevati nei padiglioni commerciali del Car continuano ad attirare forti interessi crescenti (16.060 gli hits e 10.204 i visitors), mentre sono le rassegne fotografiche - per lo più a carattere storico-documentario con soggetti romani - il nuovo obiettivo dei cybernauti in navigazione nel portale del Car: gli hits sono 31.757 ed i visitatori 12.717. Nel complesso, nel portale si trovano costantemente aggiornate informazioni e statistiche, cifre e percentuali, polemiche giornalistiche, anticipazioni, osservazioni e indicazioni a carattere tecnico-commerciale riguardanti la stagionalità dei prodotti ittici ed ortofruttili, la corretta alimentazione ai fini della



Sopra la home page, a fianco Giuseppe Biscari

tutela della salute e della prevenzione delle malattie e la promozione dei prodotti. Soddisfatti dei dati sul portale, i vertici di Cargest rilevano che a un investimento modesto è seguito un buon risultato quantitativo e qualitativo, come l'apertura di una finestra sulla comunicazione globale. «Ma ben radicata - spiega l'amministratore delegato di Cargest Massimo Pallot-

tini - su Roma e sul suo hinterland provinciale e regionale, con i temi, i problemi, i valori, gli interessi, le istanze, le prospettive della filiera produttiva e commerciale del Lazio, che nel portale del Car ha uno strumento di comunicazione e un riferimento anche per la pubblicità, la divulgazione scientifica, il confronto tra categorie, l'orientamento ai consumi, l'infor-

mazione puntuale e precisa ai clienti su orari, servizi, novità organizzative del Car». L'impressione è che il successo del portale web segni per Car e Cargest un vero 'giro di boa'. Il presidente della società di gestione conferma: «l'attività del portale e i dati su di essa - dice Giuseppe Biscari - mostrano il definitivo superamento dei vecchi modelli di mercati generali

adibiti solo a funzioni annuarie. Non ci si può più limitare a rispondere alle domande di mercato: bisogna sollecitarlo, orientarlo, guidarlo ed interloquire con tutti i suoi protagonisti, consumatori compresi».

Il "navigatore" che fa rotta su www.agroalimroma.it vi trova, altresì, notizie sulle produzioni nazionali e su quelle estere che sono importate con tutte le specifiche dei vari prodotti e le relative possibilità di impiego gastronomico. Ma anche informazioni sull'origine di provenienza delle infinite varietà di pomidori e insalate tipiche del "terroir" romano. Il portale contiene inoltre centinaia di schede-prodotto - tanto ittiche che ortofruttili - scrupolosamente compilate ed un'appassionante galleria di immagini (fotografie, litografie, incisioni e dipinti) di antiche strutture anonarie e distributive che nella storia dell'Urbe precedettero il Centro Agroalimentare Roma: il Foro Olistico e quello Piscario, il Portico di Ottavia, i Mercati Traianei e i Mercati centrali del pesce di piazza San Teodoro, del vecchio Mercato delle erbe a viale Manzoni, dell'Annona di via Ostiense, degli antichi mercati all'ingrosso ed al dettaglio di piazza Campo de Fiori e piazza Navona.

Secondo lo studio Arisial ristoratori e consumatori allettati da sapore e qualità

Tutti golosi di carciofi romani

I CARCIOFI romani allettano i consumatori e i ristoratori soprattutto per la qualità e il sapore.

Questo il succo dello studio promosso da Arisial e Com.impresa, che dimostra la buona conoscenza del pianeta enogastronomico laziale da parte del campione sondato, mentre il Car si riempie di carciofi cimarioli e violetti, nel sondaggio il 73% dice di aver commercializzato/servito prodotti tipici del Lazio. Di esso il 63% si dice contento per la qualità dei prodotti. Tra le risposte negative (26%), il 62% dice di non



aver avuto modo di vendere i prodotti e il 15% di non averne avuto richiesta. Due tesi si sono confrontate: quella di chi sosteneva la necessità di una maggior promozione sul territorio - anche verso i consumatori finali - e quella di chi suggeriva invece una forte svolta produttiva, con investimenti sull'innovazione, la logistica, il marketing, l'industria. Fra i prodotti più graditi, carciofi, oli, vini, formaggi: specie pecorino. Il successo dei prodotti tipici aumenta nel settore alimentare (67%) e nella ristorazione (66%).

Arriva un'importante novità tra i servizi offerti dal portale del Car

I listini Infomercati in un click

I LISTINI di Infomercati sul portale internet del Car.

Al posto della precedente versione dei listini dell'ortofrutta e dei prodotti ittici del Centro Agroalimentare Roma, adottata dal portale Car www.agroalimroma.it, è ora possibile scaricare e visualizzare quella nuova acquisita direttamente da Infomercati. Questo aggiornamento è stato deciso per far sì che i listini prezzi del Car fossero uniformati con tutti quelli degli altri Centri Agroalimentari italiani. Questo è stato possibile grazie al Consorzio obbligatorio Infomercati che nasce appunto quale complemento della modernizzazione del sistema dei mercati agro-alimentari all'ingrosso. A tale Consorzio sono chiamati a partecipare tutti i "mercati all'ingrosso che commercializzano i prodotti freschi, conservati e trasformati, di origi-

ne agricolo e non agricolo, destinati essenzialmente all'alimentazione, e che pertanto, comprendono le carni, il pesce, gli ortaggi e la frutta, i prodotti dell'industria alimentare, i fiori e le piante a carattere nazionale, inseriti nei piani regionali o individuati dalle regioni come aventi rilevanza regionale". Il Consorzio svolge i seguenti compiti: realizzare un sistema di collegamento informatico e telematico su tutto il territorio nazionale dei mercati agro-alimentari all'ingrosso; gestire e diffondere le informazioni raccolte in modo da assicurare la trasparenza della formazione dei prezzi all'ingrosso dei prodotti agro-alimentari; provvedere al collegamento con organismi comunitari, anche al fine di raccogliere e diffondere l'informazione sulle tendenze dei mercati internazionali.