

Imprese: a Roma dal 23 al 26 novembre Mercato Mediterraneo, fiera dedicata a prodotti agroalimentari

Roma, 22 nov 17:46 - (Agenzia Nova) - Torna alla Fiera Roma, Padiglione 9, dal 23 al 26 novembre 2018 Mercato Mediterraneo: cibi-culture-mescolanze, la manifestazione dedicata alla filiera agroalimentare e finalizzata a valorizzare il cibo, chi lo produce e chi lo consuma. Lo riferisce un comunicato stampa. Giunto alla seconda edizione, si presenta come appuntamento professionale indirizzato alla conoscenza e al valore economico, sociale e culturale delle produzioni dai paesi che si affacciano sul Mare Nostrum. “Mercato Mediterraneo - spiega l’amministratore unico e direttore generale di Fiera Roma Pietro Piccinetti - è un appuntamento con un format originale e una proposta innovativa. È una manifestazione fieristica business-to-business di respiro internazionale, dove si fondono affari e cultura, si sviluppano relazioni, si condividono idee e si costruiscono sinergie tra aziende espositrici e buyer nazionali e internazionali. Con un simile evento dedicato alla filiera agroalimentare - distretto produttivo particolarmente strategico per il Lazio e l’Italia in genere - Fiera Roma risponde al suo compito di promotrice di sviluppo del territorio e del Paese, creando nuove opportunità di affari dentro e fuori l’area del Mare Nostrum. Tutto con la forte consapevolezza che la civiltà del Mediterraneo sia la madre e la matrice di ciò che oggi viviamo”.

L’evento, secondo quanto si legge nel comunicato stampa, rappresenta “un’imperdibile occasione B2B per favorire il contatto diretto fra aziende e buyer provenienti da tutto il mondo e sviluppare così nuove opportunità di business”. Il tutto con uno speciale programma di appuntamenti one-to-one, riservato agli espositori con buyer di alto livello. “Partiamo da Roma per parlare di un mercato che è in questo momento storico, il mercato potenzialmente più interessante e dove avverranno gli investimenti internazionali più importanti. Mercato Mediterraneo sarà il luogo dell’incontro dove il tema dell’opportunità che il Mediterraneo offre, verrà declinato in macro ambiti di dibattito, dall’economia al marketing, dall’agricoltura sostenibile al mercato dell’extravergine, passando attraverso i mondi antichi del vino e delle forme del latte”, ha dichiarato Francesca Rocchi, curatrice culturale del Mercato Mediterraneo.

Tanti i momenti di confronto, formazione e dibattito che animeranno Mercato Mediterraneo: un ricco palinsesto che vedrà la partecipazione di rappresentanti istituzionali, studiosi ed esperti in arrivo da tutto il mondo tra cui Phil Kafarakis, presidente della Specialty Food Association e organizzatore dei celebri Fancy Food Show, e Anne E. McBride, vicedirettore del Torribera Mediterranean Center, sede di Barcellona del Culinary Institute of America. Significativa è la partecipazione delle aziende del distretto agroalimentare del Lazio, sostenute da Regione Lazio, Camera di Commercio di Roma e Unioncamere Lazio. Il ministero degli Affari Esteri ha concesso il patrocinio ai principali eventi culturali della manifestazione.

Nella giornata inaugurale di domani, 23 novembre, a partire dalle 10:30 si parlerà di sviluppo del Mediterraneo in ottica europea, focalizzando l’attenzione sulla visione e sui progetti dell’Eurozona per l’area Med. Del taglio del nastro è stato incaricato Carlo Cafarotti, assessore allo Sviluppo Economico, Turismo e Lavoro di Roma capitale. Nel pomeriggio, si continuerà a parlare di Mediterraneo, “la cui centralità nei processi economici, commerciali e geopolitici, è inconfutabile”, ha dichiarato Stefania Craxi, vice presidente commissione Affari esteri al Senato della Repubblica, a cui è stato affidato il seminario che inizia alle

15:00, intitolato "Mediterraneo, un mare di opportunità". Strutturato come un dialogo tra gli ambasciatori dei principali paesi di Asia e Africa che affacciano sul Mediterraneo, questo seminario è volto ad approfondire il ruolo di capofila economico e politico dell'Italia, "un paese – ha continuato Stefania Craxi – che per storia e cultura, per usi e costumi, è immerso fino al collo in quello che dovrebbe essere un mare prospero e di pace e che rappresenta tutt'oggi una realtà primaria per le nostre imprese. Affrontare pertanto il tema dello sviluppo e della crescita condivisa di quest'area del mondo, significa non solo affrontare le sfide epocali che investono tanto l'Italia quanto l'Europa, ma cogliere le grandi opportunità che da lì derivano".

Secondo la Craxi, ciò che serve è "ribaltare la visione consolidatasi nell'ultimo ventennio che vede il Mare Nostrum come terra di problemi e di conflitti, di derive integraliste e di modelli autoritari, e trasformarla, con un approccio propositivo e condiviso, in una comunità di destini in cui popoli e civiltà possano mescolarsi e dare vita ad un incontro proficuo per tutta l'area ed i suoi attori". Tra i relatori Giovanni Ottati, Confindustria Assafrica and Mediterraneo, e Giuseppe Nucera, presidente Confindustria Reggio Calabria. A seguire, dalle 17.00, si accenderanno i riflettori sulle enormi opportunità date dai fondi europei per il Mediterraneo, in un seminario tecnico condotto da Valerio Valla, ceo di Studio Valla, rivolto agli operatori e imprenditori del Mediterraneo, dal titolo "I fondi europei per il Med: un'opportunità di sviluppo e civiltà" che vedrà l'intervento dell'imprenditore Claudio Melotto.

Sabato 24 novembre prenderanno il via gli Special Focus dell'evento. Per la seconda volta Mercato Mediterraneo ospita una Masterclass di "Food, Wine and Co. – The Italian Food Experience" il master in economia e gestione della comunicazione e dei media della facoltà di economia dell'Università Tor Vergata a cura della professoressa Simonetta Pattuglia, docente di marketing, comunicazione e media all'Università di Tor Vergata, nonché direttore del master. Una tavola rotonda tenuta da esperti e studiosi della comunicazione e dell'economia, affronterà il tema marketing e comunicazioni innovative per i prodotti agroalimentari del Mediterraneo.

Attraverso le testimonianze di studiosi e produttori, a Mercato Mediterraneo si parlerà di agricoltura e sostenibilità nel seminario curato dal professore Francesco Sottile, docente di Scienze Arboree all'Università di Palermo e consulente per la Fondazione per la Biodiversità Slow Food International, dal titolo "I beni naturali del Med, quale futuro e strategia". Interverranno docenti e ricercatori di Università italiane che hanno maturato esperienza sui temi della sostenibilità ambientale e agronomica nelle aree del bacino del Mediterraneo e Salvatore Micillo, sottosegretario al ministero dell'Ambiente e della Tutela del territorio e del Mare.

Grande protagonista della giornata domenicale, 25 novembre, sarà la Dieta Mediterranea, grazie alla presenza di Mdr - Mediterranean Diet Roundtable, il prestigioso think tank degli Stati Uniti che studia la dieta mediterranea come segreto per la longevità, promuovendo l'applicazione di questo paradigma alimentare in contesti quali mense ospedaliere e universitarie, scuole, istituzioni e nella preparazione di pasti pronti distribuiti nei supermercati. Saranno ospiti speciali del seminario Phil Kafarakis, presidente della Specialty Food Association e organizzatore dei Fancy Food Show, e Anne E. McBride, vicedirettore del Torribera Mediterranean Center, in rappresentanza del Culinary Institute of America, il programma più autorevole per la formazione di chef negli Stati Uniti.

L'Olio EVO, uno dei pilastri della dieta mediterranea, sarà argomento di discussione in una tavola rotonda che approfondirà, con i rappresentanti internazionali del mondo oleario, i temi culturali e agronomici legati al mondo dell'extravergine nel Mare Nostrum. Per l'occasione arriverà direttamente da Madrid, Antonio Luque, presidente Dcoop la più grande

cooperativa di olio e olive da tavola e uno dei principali attori nella commercializzazione degli oli d'oliva nel mondo e sarà presente David Granieri presidente di Unaprol. Tra i relatori è stata invitata Alessandra Pesce, sottosegretario al ministero delle Politiche Agricole con delega alle politiche olivicole. Inoltre, durante le quattro giornate di Mercato Mediterraneo, l'oro verde sarà il leitmotiv di Generazione olio, un nuovo spazio, ideato e gestito da studenti del master di economia e gestione della comunicazione e dei media dell'Università Tor Vergata assieme a tre giovani olivicoltori. Una comunicazione innovativa sensibilizzerà e coinvolgerà in primis la generazione dei Millennials alla scoperta dell'olio extravergine.

L'area espositiva di Generazione olio sarà composta da un Oil Bar dove i produttori si alterneranno per le degustazioni e i match con i buyer, e da un grande Tavolo Sociale Sensoriale dove i visitatori di Mercato Mediterraneo potranno apprendere le tecniche di degustazione dell'olio sotto la guida di esperti assaggiatori. Arricchirà lo spazio di Generazione Olio l'installazione e la messa in opera di un minifrantoio di Oliomio, la linea di macchine per i piccoli produttori realizzata dall'azienda toscana MORI-TEM, che mostrerà in diretta nel corso della manifestazione, come si produce l'olio con questa rivoluzionaria tecnologia.

Nell'ultima giornata di Mercato Mediterraneo, il 26 novembre, grande attenzione sarà dedicata al vino, al latte e ai suoi derivati. Si comincia parlando delle declinazioni del latte e dell'importanza del formaggio da cibo delle prime comunità del Mediterraneo allo sviluppo del mercato globalizzato, nella tavola rotonda "Le forme del latte dalla Mesopotamia al Digitale", a cura di Vincenzo Mancino, fondatore di DOL (Denominazione di Origine Laziale) e produttore di uno dei formaggi più antichi d'Italia, il Conciato di San Vittore, nonché promotore di un progetto di inclusione con le donne del carcere di Rebibbia, che lavorano nel caseificio "Cibo Agricolo Libero", da lui fondato. "Quale futuro per il vino del Mediterraneo", fra cambiamenti climatici e rivalutazioni salutistiche, senza tralasciare l'attenzione sullo stato attuale del mondo del vino, sarà l'argomento del seminario tenuto dal docente e giornalista Fabio Turchetti. Il tema chef e ristorazione si terrà nel Restaurant Marketing Conference, un appuntamento organizzato da RistorAgency per capire quali sono le tecniche a disposizione per ottimizzare le performance aziendali dei professionisti del settore. (Com)

© Agenzia Nova - Riproduzione riservata

Agroalimentare: alla Fiera di Roma al via il Mercato Mediterraneo

Roma, 23 nov 12:47 - (Agenzia Nova) - "Al via Mercato Mediterraneo in programma alla Fiera di Roma da oggi al 26 novembre, il più importante e qualificato appuntamento dell'anno per promuovere i prodotti agroalimentari del Mare Nostrum si incentra sulla conoscenza e sul valore sociale ed economico delle produzioni nazionali che si affacciano sul Mediterraneo. Si tratta, insomma, di un appuntamento professionale che lo descrive come luogo di opportunità di scambio, di prodotti della terra, di cibi e tradizioni". Lo comunica la Camera di commercio di Roma.

"L'evento - spiega la nota - si manifesta anche come un'imperdibile occasione per favorire il contatto diretto tra aziende e compratori di differenti Paesi e nazionalità, così da sviluppare nuova opportunità di commercio tramite uno speciale programma di appuntamenti one-to-one con buyer professionisti. La collettiva delle imprese del Lazio, in totale 24 imprese agroalimentari, è promossa nell'ambito delle iniziative previste dalla Convenzione tra Regione Lazio, attraverso Lazio Innova, Unioncamere Lazio, Camera di Commercio di Roma a sostegno del tessuto produttivo laziale. Particolarmente ricco il calendario degli eventi di animazione promosso dagli Enti organizzatori della collettiva del Lazio e realizzato in collaborazione con Agrocamera, Azienda speciale della Camera di Commercio di Roma e

con la Cna di Roma. Laboratori sulla lavorazione della pasta, del pane, dei dolci, tasting degli Oli del Lazio dei migliori extra vergine, vincitori del concorso Oroi del Lazio di Unioncamere Lazio, animeranno lo spazio laboratori". (Com)

© Agenzia Nova - Riproduzione riservata

Fiera di Roma: inaugurata seconda edizione di Mercato Mediterraneo

Roma, 23 nov 15:25 - (Agenzia Nova) - La seconda edizione di Mercato Mediterraneo: cibi/culture/mescolanze, la manifestazione dedicata alla filiera agroalimentare e finalizzata a valorizzare il cibo, chi lo produce e chi lo consuma, si è aperta oggi. A tagliare il nastro, in rappresentanza del Comune di Roma, l'Assessore allo Sviluppo economico, Turismo e Lavoro di Roma Capitale, Carlo Cafarotti, alla presenza del Ceo di Fiera Roma, Pietro Piccinetti; del Consigliere regionale Roberta Lombardi; del Presidente del Convention Bureau di Roma e Lazio, Onorio Rebecchini; del Presidente di Cna Lazio, Erino Colombi; David Granieri, Presidente Unaprol, Carlo Hausmann, Direttore Generale Agrocamera e delle rappresentanze diplomatiche di India, Cuba, Colombia, Stati Uniti, Cina e Francia. A introdurre la manifestazione, le parole del numero uno di Fiera Roma, Pietro Piccinetti, che ha sottolineato come la contemporaneità di fiere come Mercato Mediterraneo, Arti e Mestieri Expo e Roma d'Arte Expo e Oltre l'Arte non è casuale, perché queste manifestazioni hanno un denominatore comune, che è l'arte. "Il cibo è arte – ha detto Piccinetti – e lo celebriamo con Mercato Mediterraneo. Con un simile evento dedicato alla filiera agroalimentare - distretto produttivo particolarmente strategico per il Lazio e l'Italia in genere - Fiera Roma risponde al suo compito di promotrice di sviluppo del territorio e del Paese. Mercato Mediterraneo non nasce unicamente come vetrina di prodotti, ma anche come luogo dove, grazie all'intensa attività convegnistica di alto respiro, si fondono affari e cultura, si sviluppano relazioni, si condividono idee e si costruiscono sinergie fra aziende espositrici e buyer nazionali e internazionali ed è di particolare importanza la presenza dei rappresentanti istituzionali e delle rappresentanze diplomatiche di molti paesi".

Francesca Rocchi Barbaria, curatrice culturale di Mercato Mediterraneo, ne ha illustrato gli obiettivi. "Le tre parole che abbiamo scelto per Mercato Mediterraneo, già dall'edizione dell'anno scorso, sono cibi, culture e mescolanze. Siamo convinti che si possa parlare di un nuovo dialogo nel Mediterraneo partendo proprio da queste tre parole. Non lontano da qui c'era un porto, quello di Traiano, fatto per agevolare le navi ad avvicinarsi a Roma per i loro commerci. È un simbolo che ci ricorda l'importanza di questa città, anche nell'economia e negli scambi commerciali. Vogliamo riportare Roma ad avere il suo peso economico e per questo abbiamo portato in fiera circa 80 produttori che hanno voglia di farsi conoscere". Parlando del programma di seminari e tavole rotonde, Rocchi ha ricordato che si parte con l'incontro dal titolo "Mediterraneo, un mare di opportunità", che sintetizza l'idea che sta alla base di questa fiera. Rocchi ha poi ringraziato i tanti atenei, che hanno risposto all'invito a partecipare a Mercato Mediterraneo "a cominciare da Tor Vergata, poi l'università di Palermo, quella di Torino e non ultima l'università di Yale, con la MDR, la tavola rotonda del Mediterraneo, un luogo di sperimentazione che ha voglia di far conoscere negli States la cultura del Mediterraneo attraverso la Dieta Mediterranea e quindi il cibo". Mercato Mediterraneo, ha concluso Rocchi "è una fiera che ha voglia di fare cultura in ognuna delle sue declinazioni". Sul versante istituzionale sono intervenuti l'assessore Carlo Cafarotti, che ha ricordato come "il Mediterraneo sia un luogo pieno di storia che tanto racconta e che è pieno di opportunità: oggi non bisogna guardare indietro, ma guardare avanti. Fiera Roma fa della capitale lo scenario di questa evoluzione, in cui occasioni come queste diventano valoriali". In rappresentanza della Regione Lazio, Roberta Lombardi ha sottolineato il suo ruolo come componente della commissione Sviluppo economico e attività produttive e della commissione Lavoro, formazione e politiche giovanili: due filoni che si fondono in un unico obiettivo di rilancio economico del territorio, che passa anche per l'agroalimentare e il turismo. In particolare, Lombardi ha ricordato gli "impegni presi dalla commissione Sviluppo

economico con Fiera Roma, affinché si faccia una legge regionale sul rilancio della fiera, che deve crescere e diventare sempre più importante". Sulla stessa linea, Onorio Rebecchini, Presidente del Convention Bureau di Roma e Lazio, che testimonia come il territorio di Roma e del Lazio sia "apprezzatissimo e richiestissimo, soprattutto a livello internazionale". Bisogna "dare risposte a chi ha interesse a venire a operare nel nostro territorio e in questo senso Mercato Mediterraneo risponde a questo, mettendo al centro proprio il territorio". (Com)

© Agenzia Nova - Riproduzione riservata

Fiera Roma: conclusa seconda edizione di Mercato Mediterraneo, cibi culture e mescolanze

Roma, 27 nov 11:30 - (Agenzia Nova) - "Chiude i battenti la seconda edizione di Mercato Mediterraneo: cibi/culture/mescolanze, la manifestazione dedicata alla filiera agroalimentare e finalizzata a valorizzare il cibo, chi lo produce e chi lo consuma, ideata e organizzata da Fiera Roma, dal 23 al 26 novembre 2018. Un'importante vetrina per gli espositori presenti, che nei quattro giorni di manifestazione, hanno avuto l'occasione di sviluppare nuove opportunità di business, in Italia e all'estero, con gli oltre 50 buyer provenienti da molti paesi del mondo, dagli Stati Uniti alla Cina, passando dai Paesi Scandinavi, da Grecia, Libia e gli altri paesi del Bacino del Mediterraneo". Lo comunicano gli organizzatori in una nota. Pietro Piccinetti, Amministratore Unico e Direttore Generale di Fiera Roma, sottolinea come Mercato Mediterraneo, che si è svolta contemporaneamente ad altri importanti manifestazioni per il polo fieristico romano, abbia gli ingredienti giusti per diventare un evento di riferimento per il mondo del food: "Il cibo, specie per noi italiani, è arte. Proprio per questo abbiamo voluto unire questa edizione di Mercato Mediterraneo al lancio dei nuovissimi appuntamenti, dedicati all'arte antiquaria, moderna e contemporanea, di 'Novembre in Arte'. Una sinergia che ha convinto i molti ospiti e buyer internazionali presenti, che vedono in questo binomio una delle leve più attrattive del nostro Paese nel mondo. Da Regione e Comune è arrivato il disco verde per organizzare, l'anno prossimo, una enorme manifestazione sul Food".

Soddisfatta anche la curatrice culturale della manifestazione, Francesca Rocchi, che sottolinea come la seconda edizione di Mercato Mediterraneo si chiuda con dei risultati concreti. "Per prima cosa– afferma la curatrice – abbiamo alzato il livello, puntando sempre di più alla presenza di relatori internazionali, a cominciare da importanti ospiti come Phil Kafarakis, presidente del Fancy Food, Daniela Puglielli di Mdr (Mediterranean Diet Roundtable), Anne McBride (in rappresentanza del Culinary Institute of America), lo spagnolo Antonio Luque, presidente Dcoop, la più grande cooperativa di olio e olive da tavola del mondo e numerosi rappresentanti diplomatici". Fra questi, l'ambasciatore di Cuba, che nel panel dedicato alla sostenibilità e ai cambiamenti climatici ha posto le basi per una collaborazione con l'università di Palermo per studiare le caratteristiche comuni fra Mediterraneo e Caraibi. "Senza contare– aggiunge – l'importanza della promessa fatta dal Sottosegretario del Ministero per le Politiche agricole alimentari, forestali e del turismo, Alessandra Pesce, che ha proposto di istituire entro l'anno un tavolo di lavoro tecnico dedicato alla produzione dell'olio". Nei quattro giorni di manifestazione si sono alternati sul palco ospiti istituzionali, studiosi ed esperti internazionali, rappresentanti di associazioni di categoria e operatori del settore agroalimentare. Si è cominciato venerdì 23, con il taglio del nastro e con il primo panel dedicato al "Mediterraneo come mare di opportunità" a cura della Fondazione Craxi, a cui è seguito un seminario tecnico condotto da Valerio Valla, ceo di Studio Valla, sui fondi europei. Il sabato è stata la giornata in cui il Mediterraneo è stata analizzato dagli studiosi di due importanti università italiane: Tor Vergata e l'Università di Palermo. Per l'ateneo romano, la professoressa Simonetta Pattuglia ha condotto la Masterclass "Food, Wine & Co. – The Italian Food Experience", nell'ambito del Master in

economia e gestione della comunicazione e dei media della Facoltà di Economia, in cui è stato sviluppato il tema del marketing del settore agroalimentare e ha presentato il progetto "Generazione Olio", ideato e gestito da studenti del master e giovani olivicoltori, con l'obiettivo di trasmettere la cultura dell'extravergine ai Millennial. Nel pomeriggio, si è parlato invece di cambiamenti climatici e sostenibilità, nel panel condotto da Francesco Sottile, docente di Scienze Arboree all'Università di Palermo che ha visto la partecipazione straordinaria di Antonio Politano. Il giornalista e fotografo, collaboratore de La Repubblica e National Geographic, ha omaggiato i presenti con un emozionante video: un viaggio nei luoghi emblematici della dieta mediterranea che con la loro cultura alimentare, le abitudini, i comportamenti e le tradizioni sono uno stile di vita dichiarato "patrimonio dell'umanità".

Domenica 25 è stato il giorno di Mdr, con il panel a cura di Daniela Puglielli, in cui si è parlato di come la Dieta Mediterranea favorisca l'accesso a una cultura del cibo attenta al rispetto della natura, sana e accessibile al consumatore finale. Particolarmente importante la presenza di Phil Kafarakis, presidente del Fancy Food, che ha posto l'accento sugli Specialty Food, dei quali ha illustrato le enormi potenzialità di un nuovo trend che sta avanzando dagli Stati Uniti. A seguire, il panel dedicato all'olio extravergine del Med, moderato dal massmediologo Klaus Davi, è stato l'occasione di confronto fra i massimi esponenti del settore olivicolo mondiale, fra cui Antonio Luque di Dcoop, David Granieri (presidente Unaprol) e Giovanni Zucchi (vicepresidente di Oleificio Zucchi). In questa occasione, è intervenuta telefonicamente la Sottosegretaria del Ministero alle Politiche agricole alimentari, forestali e del turismo, Alessandra Pesce. L'ultima giornata, lunedì 26, è stata dedicata ai professionisti della ristorazione, con una serie di incontri tecnici sul Restaurant Marketing a cura di RistorAgency, con esperti di settore fra cui Vincenzo Liccardi di Fimar, e su Le Forme del Latte, il seminario condotto dal fondatore di Dol (Di Origine Laziale), Vincenzo Mancino, che ha ripercorso il ruolo del formaggio nel Mediterraneo, da cibo delle prime comunità a prodotto di un mercato sempre più globalizzato. Il tema dell'ultimo seminario, moderato dal giornalista ed esperto Fabio Turchetti, è stato il vino del Mediterraneo, visto come protagonista dell'avviamento verso nuovi mercati e di un diverso approccio nutrizionale e salutistico. "La pluralità dei temi trattati e l'attualità degli stessi – conclude Francesca Rocchi– hanno come unico obiettivo quello di mettere a disposizione Mercato Mediterraneo come nuovo luogo di discussione per quel che riguarda il futuro del food per quest'area del mondo. Sono tanti gli stimoli che abbiamo raccolto e che servono per rimetterci in moto già da subito per la nuova edizione 2019 ". (Com)

© Agenzia Nova - Riproduzione riservata