*Comunicato stampa*

**La 3^ edizione del salone, ideato e organizzato da Fiera Roma, vedrà la partecipazione di rappresentanti istituzionali, studiosi ed esperti in arrivo da tutto il mondo**

**MERCATO MEDITERRANEO: DAL 9 AL 12 NOVEMBRE TORNA LA FIERA DEDICATA
AI PRODOTTI AGROALIMENTARI DEL MARE NOSTRUM**

**In primo piano business, approfondimento e networking per valorizzare cibi, produzioni, tradizioni e culture della civiltà mediterranea in un’ottica di sviluppo economico e dialogo**

*Roma, 31 ottobre 2019* - La Capitale sarà per quattro giorni il cuore pulsante del Mare Nostrum, un hub dove si fondono cibi, culture e mescolanze, ma anche saperi, idee ed esperienze per raccontarne l’immenso patrimonio agroalimentare e la sua millenaria civiltà. Dal **9 al 12 novembre**, infatti, **Fiera Roma** apre di nuovo le porte di **Mercato Mediterraneo,** che per il terzo anno consecutivo chiama a raccolta aziende, buyer nazionali e internazionali, rappresentanti istituzionali, studiosi ed esperti di livello mondiale per accendere i riflettori sulle produzioni dei Paesi che si affacciano su questo grande bacino che oggi conta 450 milioni di abitanti e rappresenta un mercato strategico e di crescente centralità. Dall’**olio extravergine d’oliva** al **vino**, dalla **pasta** ai **grani antichi**, dal **caffè** ai **superfood** alle **verdure conservate**,saranno numerosi i prodotti del Med al centro del salone che, attraverso un fitto programma di incontri, approfondirà le sfide future del **settore ittico** e della **filiera dell’olio EVO**, i nuovi sviluppi commerciali che legano **Cina e Mediterraneo**, i **progetti europei** per la crescita agricola di questa area, i temi della **sostenibilità** in agricoltura e non solo, le **infrastrutture** e le vie di collegamento intese anche come driver di turismo oltre che di connessione. ‘Narratori’ d’eccezione, relatori dal calibro internazionale come **Paolo De Castro**, Primo Vice Presidente della Commissione Agricoltura e Sviluppo rurale del Parlamento europeo; **Alexandra Devarrenne**, fondatrice dell’associazione Calathena e di Olive Oil Alliance in California – Yale University; **Kyriakides Tassos** e **Vasilis Vasiliou** dell’Università diYale, Educational Department; **Emanuele Dughera**, di Slow Food International; **Michele Bungaro**, capo comunicazione Consiglio Olivicolo Internazionale.

*“Mercato Mediterraneo -* **spiega l’amministratore unico e direttore generale di Fiera Roma, Pietro Piccinetti** *– risponde in pieno alla vocazione di salone professionale dal respiro internazionale, grazie al coinvolgimento attivo di aziende del settore, buyer selezionati, associazioni, consorzi, enti pubblici e privati, università e organismi di ricerca. Ma è, allo stesso tempo, un appuntamento cruciale per tutti i portatori d’interesse perché in grado di offrire in soli quattro giorni un quadro d’insieme esaustivo sulle produzioni e le opportunità del Mediterraneo, ponendo l’accento sulle occasioni di business legate al comparto agroalimentare che, per l’Italia, e il Lazio in particolare, rappresenta un asset produttivo importante per il territorio. Ancora una volta, quindi, attraverso rassegne strategiche come questa, Fiera Roma si mette al servizio del sistema imprenditoriale, proponendosi come motore di crescita e strumento di internazionalizzazione. Il tutto valorizzando Roma, che rappresenta la perfetta sintesi tra passato, presente e futuro grazie al suo alto valore culturale ed economico”.*

Il concept di Mercato Mediterraneo sarà quindi AgroFoodMed che sarà sviluppato attraverso **6 cluster**: **OlioMed** e **Polifenolica**, dedicati al prodotto chiave del paradigma della dieta mediterranea e ai suoi effetti benefici per la salute; **VerdeMare**, sulle produzioni ittiche sostenibili; **Kaffeina**,area destinataalla bevanda più amata al mondo, dovesi alterneranno i racconti delle torrefazioni artigianali, compreso quello dello storico Caffè Florian (la prima caffetteria in Italia), e gli incontri con i “caffettieri” del Med, con un occhio attento alle produzioni dei cosiddetti “super food”, quali ad esempio cioccolato, peperoncino e avocado; **Organic**, che stimolerà i consumatori sulla conoscenza dell’origine delle materie prime biologiche e sui metodi per ottenere cibi salutari; **Fuori Casa**, che prevede anche l’organizzazione del seminario “Il Cibo del Mare” con la partecipazione di oltre 150 cuochi di **APCI – Associazione Professionale Cuochi Italiani**, presenti a Roma per il Congresso Annuale “Les Toques Blanches d’Honneur”, nel quale riceveranno un’onorificenza alla carriera.

*“Culla di civiltà millenarie e di prodotti dalle radici antichissime* – **aggiunge la curatrice culturale di Mercato Mediterraneo,** **Francesca Rocchi –** *il Mediterraneo oggi dal punto di vista economico, culturale e sociale è un’area sempre più strategica a livello globale e per questo occorre da una parte sostenere il dialogo costruttivo e di pace tra i popoli che condividono lo stesso mare e dall’altra avviare sinergie e progetti in un’ottica di salvaguardia e sviluppo. Accanto dunque all’aspetto puramente espositivo, proporremo non a caso una serie di incontri e dibattiti sui temi caldi del Med, coinvolgendo i principali stakeholder e alcuni dei più importanti esperti a livello mondiale per fare il punto sui settori trainanti, quali ad esempio l’agricoltura e la pesca del futuro, ma anche sul valore delle tradizioni, del cibo, di chi lo produce e di chi lo consuma”.*

Tanti dunque i panel che si alterneranno sul palco di Mercato Mediterraneo: si va dal **talk di apertura dedicato alla Dieta Mediterranea a dieci anni dal riconoscimento Unesco** (9 novembre, ore 10) al dibattito sullo stato dell’arte relativo ai **progetti pluriennali dell’UE per lo sviluppo agricolo del MED** (9 novembre, ore 15); dalla tavola rotonda sul **futuro dell’Olio nel Mediterraneo** (10 novembre, ore 15) a quellaa tema energeticosulla **Nuova via della Seta** nel quadro del più grande progetto Belt & Road cinese (11 novembre, ore 11.30); fino all’incontro sulla **sostenibilità ambientale del Mare Nostrum** in vista dell’evento Cop del Mediterraneo che l’Italia, con il ministro dell’Ambiente Sergio Costa in veste di promotore, ospiterà a dicembre.

Importanti i contributi di: **Ministero delle politiche agricole alimentari e forestali**, che patrocina il programma culturale della manifestazione e, in coerenza con il suo impegno nell’attuazione di progetti che puntino su un futuro di sviluppo all’insegna della sostenibilità e dell’innovazione, partecipa con uno stand dedicato alla biodiversità e alle risorse del mare Mediterraneo dove, anche con show cooking a base di pesce, verranno promosse la pesca e l’acquacoltura intelligenti ed ecocompatibili insieme ad uno sviluppo sostenibile ed inclusivo delle comunità che dipendono dalla pesca stessa, come previsto dal Programma Operativo del Fondo Europeo per gli Affari Marittimi e per la Pesca - FEAMP 2014/2020; **Regione Lazio, Camera di Commercio di Roma e Unioncamere Lazio**, che anche per questa terza edizione collaborano con la partecipazione di una collettiva di aziende del territorio; **CAR - Centro Agroalimentare Roma**, che, oltre a incontri B2B riservati al settore ittico, curerà, con la collaborazione del resident chef Fabio Campoli, degli show cooking a base di prodotti ittici del Mediterraneo; **Unaprol - Consorzio Olivicolo Italiano** che rappresenta gli interessi di 160 mila imprese associate in Italia, che sarà in prima linea con uno spazio oleoteca a cura di EVOO School Italia, la scuola dell’Olio Extra Vergine di Oliva promossa da Unaprol in collaborazione con Coldiretti e Fondazione Campagna Amica, al cui interno i visitatori potranno partecipare quotidianamente a corsi e seminari sull’assaggio dell’olio extravergine di oliva, nonché degustare una selezione di oli EVO di qualità provenienti da diverse regioni italiane sotto la guida di esperti assaggiatori; **Studio Valla**, con il workshop dedicato alle modalità di accesso ai fondi della Commissione europea per il settore agro-food del Med(9 novembre, ore 12); **Master in Economia e Gestione della Comunicazione e dei Media dell’Università di Roma Tor Vergata** che dal 9 all’11 novembre ‘trasloca’ a Mercato Mediterraneo per il corso “Food, Wine&Co. Quando il cibo si fa marca” che consisterà in 6 master class e una tavola rotonda dal titolo ‘Food Brand: l’Italia, il Mediterraneo, il Mondo’ con ospiti nazionali e internazionali. Interessante l’adesione dei buyer in arrivo da Germania, Polonia, Spagna, Usa, Tunisia, Francia, Marocco e Grecia, grazie al programma di incoming messo in campo da Fiera Roma che ha permesso di portare a Mercato Mediterraneo operatori appartenenti alle categorie più interessanti per le aziende presenti in fiera.

Nel mezzo, **case history** di successo come il progetto **Generazione Olio** per fare cultura olearia con nuovi linguaggi adatti ai Millennials e ai giovani operatori; gli appuntamenti dell’associazione **Cibofuturo** con gli showcooking dei ragazzi degli Istituti alberghieri; l’**Autostrada** **del Mediterraneo di ANAS**, la prima autostrada con un piano di valorizzazione turistica per promuovere i territori del Sud Italia attraversati dal tracciato (Campania, Basilicata e Calabria); le proposte per lo smaltimento di rifiuti di aziende leader nell’innovazione sostenibile; il salotto giuridico-letterario a cura dell’**Associazione IUS Gustando e IUS Disputando**, che promuove iniziative di sensibilizzazione contro la violenza sulle donne, quali la “Tavola dell’Amore”, che verrà allestita in fiera per dimostrare che anche in cucina si possono difendere i valori della legalità; il progetto di ricerca **Med-Gold** sugli effetti dei cambiamenti climatici sulle tre colture più rappresentative del sistema agroalimentare mediterraneo (vite, olivo e grano duro); l’iniziativa di **Eataly** a favore dell’uso di cassette per la pesca in polietilene riciclabili; le testimonianze dei quattro comuni laziali certificati “**Spighe verdi**” per la gestione virtuosa del territorio improntata sul turismo lento; un focus sulla reputazione on-line della ristorazione romana a cura di **Fipe Confcommercio Roma**; le azioni di **Slow Food International** a sostegno del Nord Africa; l’analisi dell’**Università di Yale** sul fronte del crescente consumo di olio extravergine negli Usa; il progetto **Food Smile** per garantire, in caso di emergenze, interventi di primo soccorso ai clienti di esercizi commerciali che somministrano cibo.

**3^ edizione Mercato Mediterraneo: Cibi/Culture/Mescolanze**

**Fiera Roma -** padiglione 4, ingresso Est

www.mercatomediterraneo.it

Ingresso: gratuito

Registrazione operatori: www.mercatomediterraneo.it/registrazione/

Orari:

Sabato 9, Domenica 10, Lunedì 11 novembre: dalle 9:30 alle 17:00

Martedì 12 novembre: dalle 9:30 alle 15:00

**Ufficio stampa: MG Logos di Stefano Carboni & C.**

Stefano Carboni +39 335 5277431 – stefano.carboni@mglogos.it

Viviana Laudani +39 3381537610 – info@mglogos.it

**Fiera Roma – Ufficio stampa**

Cecilia Moretti +39 389 2756994 - ceciliamoretti@gmail.com

Eleonora Pacilio +39 3332466665- eleonora.pacilio@yahoo.it

***Mercato Mediterraneo****,**brand di Fiera Roma, insieme a* ***Excellence****, sono le due manifestazioni capofila di* ***Roma Food Exhibition****, il nuovo grande evento diffuso dedicato alla filiera agroalimentare ed enogastronomica che per la prima volta punta a coinvolgere l’intera Capitale con un denso programma di attività volte a valorizzare cibi, produzioni, tradizioni e culture legati ai valori del made in Italy e della Dieta Mediterranea. Un calendario di appuntamenti diffusi, sotto il claim ‘Tutti Insieme. A Roma’, per accendere i riflettori su una visione attuale, globale e intrigante del Food Business in un’ottica di gioco di squadra e nuove alleanze future, con la Città Eterna a fare da plus. Ad aver già aderito, Il Festival della Gastronomia di Luigi Cremona e Lorenza Vitali.*