*Comunicato stampa*

**L’annuncio nel corso della terza edizione di Mercato Mediterraneo, salone internazionale sui prodotti agroalimentari del Mare Nostrum di scena fino a domani (padiglione 4, ingresso gratuito).**

**FIERA ROMA CON COLDIRETTI E UNAPROL PUNTA SUL FUTURO DELL'ORO LIQUIDO.**

**NEL 2020 LA NUOVA RASSEGNA DEDICATA ALL’INTERA FILIERA DELL’OLIO EXTRAVERGINE DI OLIVA**

**Granieri (Unaprol): “*Sarà un grande simposio per valorizzare il prodotto, ma anche per offrire un momento di scambio con le esperienze internazionali.* *Basta fake news sull’olio”.***

Roma, 11 novembre 2019 *- “Siamo orgoglioso di annunciare che, dall’esperienza di Mercato Mediterraneo, nasce il primo vero expo-forum dell’olio extravergine di oliva che organizzeremo il prossimo anno con Coldiretti e Unaprol. Sarà un appuntamento internazionale dedicato all’intera filiera, dal campo al frantoio e fino all’imbottigliamento. Il tutto all’interno degli spazi fieristici di Roma, vera e propria capitale del Mediterraneo e del Food mondiale, che rappresenta un bacino d’affari importantissimo al centro dei flussi economici tra il Nord e il Sud, d’Italia e d’Europa, e ospita non a caso tutte le tre agenzie dell’ONU che curano il settore, quali l’Organizzazione per l'Alimentazione e l'Agricoltura delle Nazioni Unite (FAO), il Fondo Internazionale per lo Sviluppo Agricolo (IFAD) e il World Food Programme (WFP)”.*

L’annuncio dell’**amministratore unico e direttore generale di Fiera Roma**, **Pietro Piccinetti**, è arrivato ieri pomeriggio, durante la seconda giornata di **Mercato Mediterraneo**, che si chiuderà domani, 12 novembre. Direttamente dal palco del salone dei prodotti agroalimentari del Mare Nostrum, ideato e organizzato da Fiera Roma, è stato dunque ufficializzato il nuovo accordo tra il polo fieristico della Capitale, la Confederazione Nazionale Coltivatori Diretti e Unaprol - Consorzio Olivicolo Italiano per la realizzazione di una nuova rassegna internazionale dedicata all’oro liquido del Mediterraneo, in calendario per il 2020.

“*Vogliamo dare all’Italia –* **ha dichiarato il presidente di Unaprol e di Coldiretti Lazio,** **David Granieri -** *la possibilità di poter ospitare qualcosa di diverso, dove si può evolvere il comparto a livello culturale con dei confronti, dove far comprendere cosa c’è sul mercato, come si può migliorare, e soprattutto come si può costruire un modello a disposizione di tutta la filiera con delle risultanze oggettive a disposizione del consumatore. Sarà un grande simposio, dove tutti potranno partecipare, ascoltare, imparare. Tutto ciò per migliorare sia l’ambito della produzione e della trasformazione che quello dei consumi. L’obiettivo quindi non è organizzare solo una fiera dove valorizzare il prodotto, ma anche offrire un momento di scambio con le esperienze internazionali.* *Se riusciremo, come penso, nell’operazione culturale non esisteranno più le fake news sull’olio e il consumatore sarà indirizzato correttamente nelle scelte, perché finalmente in grado di comprendere se un olio è buono o meno. Questo evento sarà la vera celebrazione dell’olio extravergine di oliva di qualità”.*

A ribadire l’impegno congiunto per la riuscita dell’evento è stato anche **Nicola Di Noia, responsabile Olio Coldiretti**: “*Daremo il massimo della nostra professionalità e tutto il nostro supporto perché siamo assolutamente convinti che la cultura sia uno strumento fondamentale per spiegare alle persone le differenze tra i vari oli e l’importanza di questo prodotto per la salute. Saremo al fianco di Fiera Roma dal primo giorno, fin quando non alzeremo il sipario su questa bellissima iniziativa*”.

E a proposito di olio inteso come elisir di salute, si è svolta ieri la tavola rotonda *‘Il futuro dell’olio del Med’*, alla presenza, tra gli altri, del **capo comunicazione del Consiglio Olivicolo Internazionale**, **Michele Bungaro**, che ha ricordato la centralità del bacino mediterraneo sul fronte olivicolo in quanto detiene circa il 95% della produzione mondiale, e degli ospiti dell’**Università di Yale**, **Kyriakides Tassos** e **Vasilis Vasiliou** (dipartimento Salute) insieme a **Alexandra Devarrenne**, **fondatrice dell’associazione Calathena e di Olive Oil Alliance in California**, che hanno invece presentato un focus sui crescenti consumi di olio EVO negli Usa come rimedio anti-patologie.

Le importazioni di olio negli Stati Uniti, dal 2000/2001 al 2017/2018, hanno registrato una crescita media annua del 3%, ma guardando solo agli ultimi 7 anni la crescita annuale si è attestata sullo 0,5%. Un calo legato non tanto alla diminuzione di consumatori (in USA ci sono ancora 73 milioni di famiglie statunitensi che non acquistano olio d'oliva, quindi il potenziale di crescita è enorme), quanto agli avvenimenti accaduti tra il 2010 e il 2012 che hanno esposto il settore a scandali, disinformazione e pratiche fraudolente. Al punto da indurre gli amanti dell’olio d’oliva a diffidarne. Un ambito normativo sostanzialmente inefficace, etichette poco chiare e la mancanza di azioni contro le cattive pratiche ne hanno ulteriormente aggravato l’immagine, innescando un comportamento comunque non omogeneo. Se da una parte, infatti, le categorie di olio d'oliva che mostrano una forte crescita sono quelle "premium" e "gourmet", dall’altra le miscele raffinate di olio d'oliva (puro e chiaro) stanno perdendo terreno. Eppure, l’interesse per l'olio d'oliva negli USA non accenna a diminuire, soprattutto se si guarda alla qualità e alle proprietà benefiche che lo rendono un ottimo alleato per la salute. E in tal senso, i consumatori americani identificano l'Italia come il principale bacino di provenienza. Con l'avanzare dell’età, la consapevolezza della cura di sé e della propria salute aumenta. Come dimostrano i dati della ricerca presentata da Alexandra Devarrenne, i 73 milioni di quei Millennials che non avevano nessuna tradizione di olio d'oliva in famiglia, ma mostravano un grande apprezzamento per la cucina di tutto il mondo, una volta diventati genitori vanno sempre di più alla ricerca di cibi sani per alimentare i propri figli. Non solo. Avendo meno reddito disponibile, dovendo far fronte alle richieste familiari sempre più orientate sui pasti consumati tra le mura domestiche e sui quelli facili, veloci, ma gustosi, l’olio extravergine di oliva risulta un ‘magico ingrediente’ che mette tutti d’accordo. A guadagni più bassi e meno ricchezza però corrisponde un livello di istruzione maggiore che si traduce in un consumo più consapevole e in acquisti di olio determinati da requisiti quali benessere, qualità, certezza del valore del prodotto.

A ricordare infine che l’Italia è il maggior paese per consumi al mondo e il secondo per produzione, ma anche che si tratta di un patrimonio che vanta 350 cultivar differenti, 42 oli Dop, 4 Igp e 76 Presidi Slow Food è stato lo studio *PMI Italiane e Web Marketing – Ricerca sul Settore Oleario*, curata da **Simonetta Pattuglia e Mirko Scaramella** **dell’Università degli Studi di Roma Tor Vergata**. Nel settore, ricorda l’indagine, ci sono più di 800mila imprese, la maggior parte delle quali vede sempre più necessario l’investimento in web marketing per la promozione della propria attività. Dal campione rappresentativo coinvolto dall’indagine (225 micro e piccolo-medie aziende) risulta infatti che l’87% considera importante l’investimento in comunicazione attraverso piattaforme web e social. Anche se, sul fronte pianificazione, soltanto il 24% del campione dichiara di adottare già un piano di marketing e il 30% ha intenzione di implementarlo. In prospettiva comunque il 43% ha intenzione di iniziare a pianificare la propria attività.

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

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

Info e programma: 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](mailto:stefano.carboni@mglogos.it)

Viviana Laudani +39 3381537610 – [info@mglogos.it](mailto:info@mglogos.it)

**Fiera Roma – Ufficio stampa**

Cecilia Moretti +39 389 2756994 - [ceciliamoretti@gmail.com](mailto:ceciliamoretti@gmail.com)

Eleonora Pacilio +39 3332466665- [eleonora.pacilio@yahoo.it](mailto: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.*