RASSEGNA STAMPA

Mercato Mediterraneo – 3^ edizione

(Fiera Roma, 9-12 novembre 2019)

MG Logos di Stefano Carboni & C.
Sede operativa: Lungotevere Testaccio, 9 - 00153 Roma
TELEFONO (+39) 06 45491984 - - 06.45491985 FAX 06.83605250
E-MAIL: info@mglogos.it
www.mglogos.roma.it - press.mglogos.it

INDICE

Uscite stampa

Trova Roma (la Repubblica) del 07/11/2019 pag. 1

Avvenire del 12/11/2019 pag. 3

Repubblica del 10/11/2019 pag. 4

Il Messaggero (ed. Nazionale) del 10/11/2019 pag. 5

Il Tempo (ed. Nazionale) del 09/11/2019 pag. 6

Il Tempo (ed. Nazionale) del 19/10/2019 pag. 7

Alice Cucina del 01/10/2019 pag. 8

Uscite radio-tv

Rai2 TG2 Eat parade del 08/11/2019 pag. 9

Rai3 TGR Officina Italia del 09/11/2019 pag. 10

Radio1 Rai Coltivando il futuro del 09/11/2019 pag. 11

Rai Radio Live Rai GR Live del 11/11/2019 pag. 12

Radio Godot Foodie in town del 07/11/2019 pag. 13

Radio Food - Identity Tripadvoice del 04/11/2019 pag. 14

Uscite agenzia di stampa

Adnkronos del 11/11/2019 pag. 15

Adnkronos del 05/11/2019 pag. 19

Adnkronos del 22/10/2019 pag. 22

Radiocor Il Sole 24 Ore del 08/11/2019 pag. 24

Agi del 11/11/2019 pag. 25

Agi del 06/11/2019 pag. 27

Agi del 18/10/2019 pag. 29

Agrapress del 11/11/2019 pag. 31

Agrapress del 26/10/2019 pag. 33

Uscite web

Ansa.it Terra&Gusto del 11/11/2019	pag. 36
Ansa.it Terra&Gusto del 30/10/2019	pag. 37
Askanews.it del 13/11/2019	pag. 39
Askanews.it del 12/11/2019	pag. 41
Cucinaevini.it del 13/11/2019	pag. 43
Winenews.it del 11/11/2019	pag. 46
Iltempo.it del 11/11/2019	pag. 47
Iltempo.it del 05/11/2019	pag. 50
Agenzianova.com del 08/11/2019	pag. 52
9colonne.it del 08/11/2019	pag. 53
9colonne.it (2° take) del 08/11/2019	pag. 54
Gazzettadelgusto.it del 14/11/2019	pag. 55
Gazzettadelgusto.it del 10/11/2019	pag. 61
Gazzettadelgusto.it del 01/11/2019	pag. 66
Gazzettadelgusto.it del 30/10/2019	pag. 68
Radio-food.it del 11/11/2019	pag. 71
Dire.it del 13/11/2019	pag. 74
Dire.it del 09/11/2019	pag. 81
Dire.it del 22/10/2019	pag. 85
Agrapress.it del 01/11/2019	pag. 87
Mangiaebevi.it del 14/11/2019	pag. 88
Food.firstonline.info del 02/11/2019	pag. 90
Gds.it del 31/10/2019	pag. 92
Altoadige.it del 31/10/2019	pag. 93
Informatutto.info del 02/11/2019	pag. 94
Glonaabot.it del 02/11/2019	pag. 97
Eventiculturalimagazine.com del 03/11/2019	pag. 98
Romatoday.it del 04/11/2019	pag. 101
Romaedintorninotizie.it del 04/11/2019	pag. 104

Cataniaoggi.it del 05/11/2019 pag. 105
Ildenaro.it del 05/11/2019 pag. 107
24x7libero.it del 05/11/2019 pag. 109
Oggitreviso.it del 05/11/2019 pag. 110
Doctorwine.it del 06/11/2019 pag. 112
Theparallelvision.com del 06/11/2019 pag. 114
Informatutto.info del 06/11/2019 pag. 116
Mentelocale.it del 06/11/2019 pag. 119
Romadailynews.it del 06/11/2019 pag. 121
Virgilio.it del 06/11/2019 pag. 124
Olissea.it del 07/11/2019 pag. 125
Prodigus.it del 07/11/2019 pag. 129
Corrieredi roma-news.it del 07/11/2019 pag. 133
Eventidop.com del 07/11/2019 pag. 135
Winenews.it del 08/11/2019 pag. 138
Mentelocale.it del 08/11/2019 pag. 140
Thespot.news del 08/11/2019 pag. 141
Tuacitymag.com del 08/11/2019 pag. 143
Ilmetropolitano.it del 09/11/2019 pag. 146
Mediterraneaonline.eu del 09/11/2019 pag. 148
Radiocolonna.it del 09/11/2019 pag. 151
Romadailynews.it del 09/11/2019 pag. 154
Ufficistampanazionali.it del 10/11/2019 pag. 157
Agricultura.it del 11/11/2019 pag. 159
Cataniaoggi.it del 11/11/2019 pag. 162
Corrieredellumbria.corr.it del 11/11/2019 pag. 164
Corrieredisiena.corr.it del 11/11/2019 pag. 166
Corrieredirieti.corr.it del 11/11/2019 pag. 168
Ildubbio.it del 11/11/2019 pag. 170
Liberoquotidiano.it del 11/11/2019 pag. 172

Lavorolazio.com del 11/11/2019 pag. 174

Mediterraneaonline.eu del 11/11/2019 pag. 176

Radiocolonna.it del 11/11/2019 pag. 179

Senzabarcode.it del 11/11/2019 pag. 181

Virgilio.it del 11/11/2019 pag. 183

24x7libero.it del 12/11/2019 pag. 184

Mondonotizie.it del 12/11/2019 pag. 185

Oggitreviso.it del 12/11/2019 pag. 186

Teatronaturale.it del 12/11/2019 pag. 189

Today.it del 12/11/2019 pag. 192

Yahoo.com del 12/11/2019 pag. 195

Ilterziario.info del 13/11/2019 pag. 196

Radiocolonna.it del 13/11/2019 pag. 197

Yahoo.com del 13/11/2019 pag. 200

Uscite web Roma Food Exhibition

Ansa.it Terra&Gusto del 24/10/2019 pag. 202

Repubblica.it Sapori del 31/10/2019 pag. 203

Porzionicremona.it del 13/11/2019 pag. 207

Porzionicremona.it del 31/10/2019 pag. 210

Iltempo.it del 18/10/2019 pag. 215

Iltempo.it del 22/10/2019 pag. 216

Mangiaebevi.it del 24/10/2019 pag. 219

Cucinaevini.it del 22/10/2019 pag. 222

Ilmessaggero.it del 10/11/2019 pag. 225

Vino.tv del 04/11/2019 pag. 226

Sowinesofood.it del 15/10/2019 pag. 228

Agraeditrice.it del 18/10/2019 pag. 229

Terredeuropa.net del 24/10/2019 pag. 231

Agrodolce.it del 25/10/2019 pag. 232
Salaecucina.it del 26/10/2019 pag. 236
Efanews.eu del 28/10/2019 pag. 237
Agroalimroma.it del 15/10/2019 pag. 239
Noisiamoagricoltura.com del 15/10/2019 pag. 240
10times.com del 15/10/2019 pag. 241
Eventiculturalimagazine.com del 17/10/2019 pag. 242
Laprimapagina.it del 18/10/2019 pag. 245
It.geosnews.com del 18/10/2019 pag. 247
Zazoom.it del 18/10/2019 pag. 248
Atlanticoquotidiano.it del 19/10/2019 pag. 249
Radiocolonna.it del 19/10/2019 pag. 254
Streetfashionfood.it del 19/10/2019 pag. 257
ITkam.com del 20/10/2019 pag. 259
Eroidelgusto.it del 21/10/2019 pag. 261
Lavocedellazio.it del 21/10/2019 pag. 264
Ildenaro.it del 22/10/2019 pag. 267
Ildubbio.it del 22/10/2019 pag. 269
Lestradedellinformazione.it del 22/10/2019 pag. 271
Nuovarassegna.it del 22/10/2019 pag. 273
Olbianotizie.it del 22/10/2019 pag. 274
Sassarinotizie.com del 22/10/2019 pag. 277
Mondonotizie.it del 23/10/2019 pag. 279
Today.it del 23/10/2019 pag. 280
Enolab.altervista.org del 24/10/2019 pag. 283
Gds.it del 24/10/2019 pag. 284
Theparallelvision.com del 28/10/2019 pag. 285
Mediterraneaonline.eu del 29/10/2019 pag. 287
Vinotype.it del 29/10/2019 pag. 290
Notiziedigusto.it del 02/11/2019 pag. 292

Ramonaincucina.com del 04/11/2019 pag. 294

Romaedintorninotizie.it del 04/11/2019 pag. 300

Romatoday.it del 04/11/2019 pag. 301

Economia.uniroma2.it del 04/11/2019 pag. 303

Virgilio.it del 04/11/2019 pag. 305

Ilfaroonline.it del 06/11/2019 pag. 306

Mentelocale.it del 06/11/2019 pag. 310

RE IDOMENEO ALL'OPERA

DEBUTTA L'ALLESTIMENTO DEL CAPOLAVORO MOZARTIANO CON LA REGIA DI ROBERT CARSEN, DIRIGE MICHELE MARIOTTI. INVITI

A PAG. 8

I FASTI DI AQUILEIA PORTA SULL'ORIENTE

A 2200 ANNI DALLA FONDAZIONE L'ARA PACIS OSPITA DA SABATO LA MOSTRA CHE RACCONTA LA CITTÀ CHE HA FATTO STORIA.

A PAG. 9

NEK IN CONCERTO IL POP D'AUTORE

IL CANTANTE SI ESIBISCE VENERDÌ ALL'AUDITORIUM PER LA PRIMA TAPPA DEL TOUR "IL MIO GIOCO PREFERITO". INVITI

A PAG. 10

FOOD EXHIBITION GUSTO ITALIANO

EXCELLENCE E MERCATO MEDITERRANEO DUE EVENTI PER VALORIZZARE LA NOSTRA ENOGASTRONOMIA. INVITI

A PAG. 11

DAL 7 AL 13 NOVEMBRE

la Repubblica

TROVAROMA

La compagnia Les Grandes Personnes in "Les Touristes"

1450 Settimanale. Supplemento gratuito al numero odierno de "la Repubblica". Sped. Abb. Post. articolo 1, legge 46/04 del 27/2/2004

ROMAEUROPA FESTIVAL

NEL MONDO DELLE FAVOLE

SI INAUGURA VENERDÌ LA RASSEGNA "KIDS + FAMILY" INTERAMENTE DEDICATA AI BAMBINI E AI LORO GENITORI CON UN RICCO CALENDARIO DI SPETTACOLI, LABORATORI E ATTIVITÀ LUDICHE. DI **SARA RISINI**

TUTTI GLI INVITI PER I LETTORI.

PRESSToday (grazia.dagata@mglogos.it)

Salvo per uso personale e' vietato qualunque tipo di redistribuzione con qualsiasi mezzo.

LA CURIOSITÀ

Il fuoriprogramma Excellence Off propone delle esclusive cene in compagnia di grandi chef e dei loro piatti abbinati ai vini italiani. Giovedì 7 Cristina Bowerman incontra la cantina Famiglia Cotarella e venerdì 8 Daniele Usai è alle prese con le etichette de La Scolca.

FOOD EXHIBITION

IL GUSTO È TUTTO ITALIANO

IL "FINE SETTIMANA LUNGO" DEDICATO ALL'ENOGASTRONOMIA METTE INSIEME LE KERMESSE EXCELLENCE ALLA NUVOLA DELL'EUR E IL MERCATO MEDITERRANEO ALLA FIERA DI ROMA

di **MARIAVITTORIA BUTERA**

Un lungo weekend dedicato al mondo dell'enogastronomia e alla filiera dell'agroalimentare quello in programma da sabato 9 a martedì 12 con Food Exhibition, la manifestazione che 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. Due macro appuntamenti si svolgeranno in contemporanea nel corso del fine settimana, il primo negli spazi del Roma Convention Center La Nuvola, che da sabato a lunedì ospiterà Excellence, la kermesse dedicata all'alta cucina con protagonisti oltre cento cuochi. In programma cooking show, tavole rotonde, degustazioni, talk show. Saranno tre le aree tematiche che accoglieranno gli chef stellati e gli ospiti, in un susseguirsi di appuntamenti: nella Food Innovation si svolgeranno i "Dialoghi della cucina", con personaggi "fuori dagli schemi" a moderare i cooking show di grandi chef tra cui Roy Caceres, Angelo Troiani, Iside De Cesare, Oliver Glowig e molti altri. Nello spazio Next Cooking Lazio, gli spettacoli di cucina saranno invece a quattro mani, con coppie di cuochi del Lazio pronte a dare risalto ai prodotti della regione. Lo spazio Excellence Academy punterà i riflettori sulla formazione, con i cuochi docenti delle scuole di cucina di Roma impegnati in vere e proprie lezioni ai fornelli. E si prosegue con gli incontri, come quelli in programma nell'Arena PwC, che sabato 9 alle ore 17 ospiterà la presentazione in anteprima della guida di Repubblica "Roma Doc", raccontata dal direttore Giuseppe Cerasa. Ma il Roma Food Exhibition si svolgerà in contemporanea anche alla Fiera di Roma, dove dal 9 al 12 saranno diversi gli appuntamenti in calendario nell'ambito di Mercato Mediterraneo, la terza edizione del salone dedicato ai prodotti agroalimentari del Mare Nostrum. Un'occasione unica per valorizzare cibi, produzioni, tradizioni e culture della civiltà mediterranea in un'ottica di sviluppo economico e di dialogo tra aziende, buyer nazionali e internazionali, rappresentanti istituzionali, studiosi ed esperti che racconteranno le eccellenze del territorio: dall'olio extravergine d'oliva al vino, dalla pasta ai grani antichi, dal caffè alle verdure. Il concept di Mercato Mediterraneo, AgroFoodMed, sarà sviluppato attraverso sei cluster: OlioMed e Polifenolica, dedicati al prodotto chiave della dieta mediterranea; VerdeMare, sulle produzioni ittiche sostenibili; Kaffeina, dove si alterneranno i racconti delle torrefazioni artigianali; 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. ◆

Mercato Mediterraneo, Fiera di Roma, padiglione 4, ingresso Est. Dal 9 al 12. Orari: 9.30-17; martedì 12 dalle 9.30 alle 15. Ingresso gratuito.

Sopra, tre momenti dalle precedenti edizioni di "Excellence" e "Mercato Mediterraneo"

COSÌ GLI NVITI
Roma Convention Center - La Nuvola, viale Asia 40. Sabato 9 ore 12 - 21, domenica 10 ore 11- 19 e lunedì 11 ore 11-17. Inviti singoli sabato 9, telefonando venerdì 8 dalle 10 alle 10,50 all'899.88.44.24.

GRATIS! CON REPUBBLICA

PRESSToday (grazia.dagata@mglogos.it)

Salvo per uso personale e' vietato qualunque tipo di redistribuzione con qualsiasi mezzo.

AGRIFOOD ALLA FIERA DI ROMA

Mediterraneo, il rilancio passa per l'olio

Olio, grano, caffé e pesca. Dall'Italia alla Grecia, dal Libano all'Egitto, fino alla Spagna. Prodotti e culture mescolati insieme in un unico grande contenitore: il Mediterraneo, luogo-chiave dell'agrifood mondiale e mare che abbraccia tre continenti. Sono gli elementi alla base di "Mercato Mediterraneo", terza edizione della manifestazione (coordinata da Francesca Rocchi e in corso fino a oggi alla Fiera di Roma) dedicata all'intera filiera agroalimentare di quest'area. Con un occhio alle potenzialità inespresse e a quelle della fascia nord dell'Africa: parliamo di una macroregione che comprende 450 milioni di abitanti, 200 milioni di viaggiatori registrati ogni anno nelle sue coste, una flotta commerciale che genera circa il 20% del commercio mondiale via mare e due settori - la pesca e l'acquacoltura - che da soli fatturano 12 miliardi di dollari, per oltre un milione di occupati.

È una filiera, essenzialmente quella della dieta mediterranea, che dopo essersi salvata dai dazi Usa imposti dall'amministrazione Trump, è in cerca anche di nuove strategie. Come il primo Expo-forum dell'olio extravergine di oliva che verrà organizzato il prossimo anno dal polo espositivo capitolino assieme a Coldiretti e Unaprol. «Siamo orgogliosi di annunciare – ha detto Pietro Piccinetti, amministratore unico e direttore generale di Fiera Roma – questo appuntamento internazionale che sarà dedicato all'intera filiera, dal campo al frantoio e fino all'imbottigliamento». L'"oro liquido" è stato oggetto di un incontro anche con 2 studiosi giunti apposta dall'ateneo di Yale: l'*import* negli Usa dal 2000 ha segnato una crescita media annua del 3%, che però negli ultimi 7 anni si è ridotta allo 0,5% annuo. Un calo legato non tanto alla flessione di consumatori (negli Usa ci sono ancora 73 milioni di famiglie che non comprano olio d'oliva), quanto ad avvenimenti che hanno esposto il prodotto a scandali e disinformazione.

Eugenio Fatigante

© RIPRODUZIONE RISERVATA

In Germania pensione di base a 1,5 milioni di lavoratori

PRESSToday (grazia.dagata@mglogos.it)
Salvo per uso personale e' vietato qualunque tipo di redistribuzione con qualsiasi mezzo.

Roma *Giorno e Notte*

8:00 — 24:00

Fiera di Roma

Via Portuense 1645, fino a martedì, tel. 06.65074 200

Dall'olio al caffè viaggio nei sapori del Mediterraneo

di **Loredana Tartaglia**

Il bacino mediterraneo: sviluppi, patrimonio agro-alimentare, turismo. Sono i temi di "Mercato Mediterraneo", alla Fiera di Roma fino a martedì, che a dieci anni dal riconoscimento della Dieta Mediterranea come Patrimonio Unesco vuole fare il punto sul Mare Nostrum. Tre continenti - Europa, Asia e Africa - 450 milioni di abitanti, 200 milioni di viaggiatori registrati ogni anno nelle coste, un tasso di occupazione nel settore turismo che potrebbe arrivare a 2,8 milioni di posti di lavoro nel 2027, una flotta commerciale marittima che genera circa il 20% del commercio mondiale via mare, due industrie - pesca e acquacoltura - che da sole fatturano 12 miliardi di dollari per oltre un milione di occupati (fonte: Commissione generale per la pesca nel Mediterraneo): sono solo una parte dei dati che rendono questo mare un bacino che custodisce una civiltà millenaria con una forte identità al plurale.

Se il Mediterraneo è per l'appunto un mercato chiave per la comunità globale grazie al suo posizionamento geografico e alle sue immense risorse, durante i giorni della manifestazione, giunta alla terza edizione, si può conoscere e assaporare il patrimonio agroalimentare che non a caso si associa alla dieta più sana del mondo, in un grande salone di prodotti. In calendario show cooking dello chef Fabio Campoli, tavole rotonde sul food brand Italia, Mediterraneo e Mondo, ma anche un "oil bar" con gli olii prodotti in Italia. Non mancano masterclass come "Food, Wine&Co, quando il cibo si fa marca" promosse dall'Università di Tor Vergata sui food brand. Mediterraneo compreso.

Teatro Belli

Piazza S. Apollonia 11a, da domani a mercoledì, tel. 06.5894875

Due amici inglesi tra politica ed etica in Medio Oriente

Per la rassegna "Trend - Nuove frontiere della scena britannica", "Un intervento" è un testo del drammaturgo inglese Mike Bartlett (tradotto da Jacopo Gasmann), che Fabrizio Arcuri, da domani sera al teatro Belli, mette in scena per Rita Maffei e Gabriele Benedetti. Due amici affrontano questioni importanti di natura geopolitica, con ripercussioni etiche: hanno infatti opinioni differenti sull'intervento militare di un governo in Medio Oriente.

Angelo Mai

Viale Terme di Caracalla 55 ore 21, con tessera Arci + 7 euro

Ivan Talarico beffardo canzoniere

Il cantautore Ivan Talarico porta all'Angelo Mai il suo canzoniere beffardo e sorprendente, raccolto in "Un elefante nella stanza", il nuovo album. La serata propone un vero spettacolo perché le canzoni dell'album saranno alternate a nuove canzoni e note per affrontare con determinazione, poesia e ironia la realtà che ci circonda. Per questo progetto Talarico, e il suo produttore Filippo Gatti, si sono messi alla ricerca di canzoni dimenticate dall'autore e rimaste nei cassetti, negli armadi e perfino perse "nella vasca da bagno". Con Talarico, Edoardo Petretti (tastiere), Paolo Mazziotti (basso) e Paolo Volpini (batteria).
— **fe. li.**

▲ Il sassofonista Archie Sheep domani sera nella Sala Sinopoli dell'Auditorium

Parco della Musica

Sala Sinopoli, domani ore 21, tel. 06.80241281

Archie Shepp sassofono live per il gigante del jazz

di **Felice Liperi**

Si deve evocare la celebre frase del poeta e ideologo della cultura afro americana Amiri Baraka, "Noi siamo il blues", per introdurre il concerto di domani sera al Parco della Musica di un gigante del jazz come Archie Shepp. Perché con Baraka il sassofonista ha condiviso passioni e battaglie per i diritti degli afro americani, conquistando un ruolo di prestigio e un carisma che va ben oltre il suo pur straordinario spessore di musicista che l'ha trasformato nell'incarnazione dell'incontro fra avanguardia e impegno politico.

Ne sono testimonianza i dischi registrati per l'etichetta Impulse!, che includevano letture di brani e citazioni di due protagonisti delle battaglie del popolo afro-americano come James Baldwin e Malcolm X. Un impegno che ha condiviso con molti dei più grandi jazzisti di sempre fra cui è sufficiente citare John Coltrane, Don Cherry e Cecil Taylor. Ma se Shepp viene ricordato soprattutto come musicista radicale, non si deve dimenticare il suo lavoro anche come sceneggiatore di piéce teatrali tra cui "Il comunista" e "Lady Day: a musical tragedy". Certamente la dimensione performativa è però quella che lo ha consegnato alla storia della musica afro-americana, in particolare per i suoi celebri assolo al sax lancinanti, duri ed incontenibili, suonati con impressionante intensità. In tempi più recenti Shepp si è convertito ad un approccio r'n'b basato sullo swing fino ad intrecciare il bebop più tradizionale con ballad e blues. Con Archie Shepp (sax), Pierre-Francois Blanchard (piano), Matyas Szandai (contrabbasso) e Hamid Drake (batteria).

Piccolo Eliseo

Via Nazionale 183 domani alle 20, tel. 06.83510216

"Serata Fantozzi" Le storie del ragioniere più famoso d'Italia

Non poteva mancare, nel ciclo "Risate a regola d'arte" a cura di Pierluigi Battista al Piccolo Eliseo, una "Serata Fantozzi" come quella in programma domani sera. Le avventure del ragioniere più famoso d'Italia, raccontate da Paolo Villaggio in tante imprese cinematografiche di enorme successo, erano nate creando un memorabile clamore editoriale, plasmando una figura unica nel quadro fisiognomico dei personaggi dell'italiano medio. Di questo fenomeno, dei linguaggi cui dette espressione, dei comportamenti che riprodusse e mise in caricatura, si occupano domani Giovanni Benincasa, affiancato dalle letture di testi originari ad opera dell'attore Demo Mura. L'eredità dello humour fantozziano, di per sé, è senza scadenza.
— **r. d. g.**

Altri appuntamenti

Marco Bellocchio
All'Auditorium domani alle 11.30 il regista presenterà il film "Il traditore" con Gaetano Savatteri

Projecto Linda Flor
Scuola popolare di Testaccio, oggi ore 18: choro e samba con il trio guidato da Roberta Piccirillo

Erodoto Project
Alexanderplatz domani ore 21.20: l'ensemble guidato dal sossofonista Bob Salmieri tra jazz e sonorità mediterranee

Teatro Argentina

Luigi Lo Cascio "La chimica di Primo Levi antidoto al fascismo"

di **Rodolfo di Giammarco**

Non è solo un appuntamento di levatura culturale o di senso esemplare, il dare voce a "Il sistema periodico" tratto dall'opera di Primo Levi in cui si impegnerà domani sera all'Argentina Luigi Lo Cascio, su drammaturgia di Domenico Scarpa e di Valter Malosti, artefice, quest'ultimo, del progetto per il Teatro Piemonte Europa, oltre che protagonista-regista, nello stesso Argentina, fino a domenica, di "Se questo è un uomo". Luigi Lo Cascio spiega dall'interno dell'impresa le non comuni coincidenze di apparato, contenuti, lessico. «Affronto cinque delle ventuno storie brevi sugli elementi de *Il sistema periodico* di Levi, un'idea che nasce da Malosti, che m'ha permesso di approfondire la scrittura di Levi così come in passato ho indagato i mondi di Pasolini o di Kafka. Anche gli anglosassoni sono partiti da queste pagine: Saul Bellow le consigliò come strenna di Natale, e solo dopo fu recuperata anche la sua produzione sui campi di concentramento. Qui percorro una traiettoria che si sofferma sulla chimica, sulla pratica universitaria, e vi si elegge la chimica a grande antidoto contro il fascismo». Osservazione di grande importanza. «Sì, la chimica è antidogmatica, antipropagandistica, non diffonde disvalori. Levi cerca le verità, i processi, i riscontri sperimentali sugli elementi, le esperienze,

Interprete Luigi Lo Cascio

l'opposto delle verità intese come fascini immutabili, ed è interessato alla trasformabilità, all'alchimia che muove le conversioni delle formule, privilegiando l'impurezza degli elementi. Contro gli slogan della purezza della razza». E la chimica gli salvò la vita. «Nella prigionia, in Germania, non si sarebbe salvato, se le sue competenze di laboratorio non l'avessero protetto dalle selezioni, dalle soluzioni finali. Ma *Il sistema periodico*, concepito nel 1975, lo promuove anche scrittore dell'osservazione, del bilanciamento e della cristallizzazione delle parole». Cinque gli elementi: idrogeno, zinco, cerio, vanadio e carbonio. «Mi colpisce l'ultimo tema. Lui racconta di un atomo di carbonio che da inorganico si stacca dalla roccia e diventa atomo del cervello dello scrittore. Io nelle letture in genere procedo improvvisando come nel jazz, però ad esempio trovo che la storia del vanadio è potente, perché Levi vi si pone in nuova relazione con uno dei suoi aguzzini, attraverso un rapporto epistolare, senza demonizzazione». Il sonoro è di Gup Alcaro.

©RIPRODUZIONE RISERVATA

PRESSToday (grazia.dagata@mglogos.it) Salvo per uso personale e' vietato qualunque tipo di redistribuzione con qualsiasi mezzo.

L'ATTRICE E MODELLA LILIAN RAMOS HA APPENA INIZIATO UN CORSO DI BOXE NELLA PALESTRA DI VINCENZO CANTATORE

Feste faraoniche in pieno Centro con protagonisti avvocati, manager della finanza e diplomatici arrivati anche dagli Usa

Grande Gatsby amori e sogni

L'EVENTO

Piume, paillettes, perle, oro, sorrisi ammiccanti: il fascino malizioso delle feste faraoniche del Grande Gatsby rivive per una notte nel cuore di Roma. Protagonisti avvocati, manager del mondo finanziario, diplomatici e imprenditori arrivati perfino dagli Stati Uniti per rendere omaggio all'anfitrione dello scintillante party. Nella cornice vintage del palazzo nobiliare di piazza Colonna il backdrop che accoglie i 250 selezionati invitati, con la scritta The Great Antonello, svela subito chi è il misterioso Gatsby della serata. Si tratta dell'avvocato **Antonello Corrado**, "guru" del diritto societario e commerciale a livello internazionale che, affiancato dall'effervescente moglie **Anna Messina**, novella Daisy in abito stile Charleston di pizzo dorato, festeggia i 40 anni di professione in compagnia degli amici e colleghi più cari.

Frizzanti note di musica jazz e swing live, con la band di **Gianluca Galvani**, per allietare gli ospiti. Ecco l'ex ragazza di Non è la Rai **Gaia Camossi**, che sembra arrivare direttamente dal set del film con DiCaprio con il suo vestito lungo di lustrini dorati, il boa nero di piume, i lunghi guanti di seta e la piuma sulla parrucca biondo platino, l'imprenditore **Antimo Sambucci** con la biondissima moglie **Elena Dell'Isola**, il finanziere **Jody Wender** con la consorte **Stefania Quagliata**, imprenditrice di eccellenze siciliane a Milano, **Sergio Brio**. Petali dorati, perle e piume sulla maestosa tavola imperiale del buffet, e riproduzioni di biglietti da cento dollari anni Venti per tutti gli amici. Si riconoscono, fra gli altri, **Webber Ndoro** (direttore del Centro internazionale di studi per la conservazione ed il restauro dei Beni culturali), l'avvocato **Art Furia**, arrivato direttamente da Miami e senior partner del più grande studio della Florida (da cui passano tutti gli investimenti italiani in questo Stato), l'avvocato **David Buchholz**, anche lui americano, general counsel International Developement Law Organization.

Sapori di terra e di mare anche per **Edward Mura** (chairman del Commonwealth Club of Rome), **Giuseppe Albano** (direttore della Keats Shelley Memorial House), il mondanissimo avvocato **Giada Bevacqua**, in abito glitterato giallo, tripudio di frange e perline, **Jane Costello** (direttore del British Council), **Nicholas Stanley Price, Scott Gudgeon** (vicedirettore generale Multinational Force and Observers), **Stephen Milner, Tom Carsten Toberg** arrivato appositamente dalla Norvegia, **Amanda Trustfield.** Si balla fino a notte fonda al ritmo Charleston e Jazz, e si conclude con un trionfo di bollicine intorno al grande buffet di dolci.

Maria Serena Patriarca

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Qui a fianco i padroni di casa Anna Messina e Antonello Corrado Sopra a destra Elena Borroni In alto da sinistra la foto di gruppo delle signore e due invitate che si fanno un selfie (foto: TOIATI/PIRROCCO)

Che ci faccio io qui?

Enrico Vanzina

Il mio faro Ennio Flaiano e il tema "essere italiani"

Chi mi legge lo sa, ho sempre ammirato Ennio Flaiano. E' il mio faro. Per intelligenza e raffinatezza letteraria. Anche lui aveva una rubrica sulla quale annotava i sapori del tempo. Ma lo faceva molto meglio di me. Così, oggi, lascio la parola a lui, sul tema "essere italiani". Capirete cosa significa essere un fuoriclasse.

«Mi telefona un tale per dirmi che sta facendo una piccola inchiesta e vorrebbe che gli rispondessi a questa domanda: di che nazionalità vorrei essere se non fossi italiano. Viviamo nel secolo delle domande. Chiudo gli occhi, aspiro profondamente e rispondo: prima di tutto bisognerebbe provare che sono italiano. Vediamo di riuscirci con una dimostrazione per assurdo, ma ne dispero. Dunque, non sono fascista, non sono comunista, non sono democristiano: ecco che mi restano forse venti probabilità su cento di essere italiano. Non scrivo e non parlo il mio dialetto, non adoro la città dove sono nato, preferisco l'incerto al certo, sono di natura dimissionario, detesto il paternalismo, le dittature, gli oratori. Il gioco del calcio non mi entusiasma, non ascolto la radio e non guardo la televisione. Pago le contravvenzioni, non ho amici negli uffici importanti e mi sarebbe penoso partecipare a un concorso. Non so cantare e non mi piace sentir cantar gli altri se non a teatro. Non scrivo versi».

«Sono italiano? Ho conservato sempre gli stessi amici, mi piace viaggiare per l'Italia e quasi ogni luogo mi incanta e vorrei restarci. Sotto questo aspetto potrei essere un inglese. I grandi problemi mondiali mi lasciano perplesso e non ho per ognuno di essi un giudizio preciso e definitivo: sono forse indiano? Così pure mi stimo abbastanza prudente nel giudicare il prossimo e trovo che la maggior parte delle persone che conosco sono ottime e gli auguro ogni bene. Esquimese? Leggo libri di autori italiani, classici e moderni e ammiro i nostri artisti e qui potrei dirmi americano. Adoro il sole, il mare, il caldo, l'Etruria e la Campania e in questo potrei riconoscermi tedesco. Se visito un museo non parlo ad alta voce, e se vado in una biblioteca non tento di portarmi via un libro o le sue illustrazioni. Sono forse svedese? Non mi interessano i processi, la cronaca nera, la vita mondana. Eremita? Non scrivo il mio nome sulle rovine o sui nomi dei monumenti. Analfabeta? Pago i miei debiti, evito di farne, non ammiro le grandi qualità dei popoli che non conosco, la morte non mi spaventa. Spagnolo? In treno non racconto episodi della mia vita ad estranei, né do giudizi sull'Italia meridionale, gli uomini mi interessano per il loro carattere, nelle donne ammiro molto anche l'intelligenza, che non mi suscita sentimenti di invidia o di disprezzo. Tuttavia che io sia italiano potrebbe essere innegabile: infatti mi piace dormire, evitare le noie, lavorare poco, scherzare, e ho un pessimo carattere perlomeno nei miei riguardi. Se non fossi italiano, a questo punto non saprei che farci. Probabilmente sono e sarei niente e questo dimostra, in fondo, che sono proprio italiano. Allora? La sua domanda è senza risposta. Si consoli pensando che per molti, l'italiana, non è una nazionalità ma una professione».

> LASCIO A LUI LA PAROLA PER DEFINIRE "L'ITALIANITÀ" CHE NON È UNA NAZIONALITÀ MA UNA PROFESSIONE

Tra show cooking e chef stellati

LA RASSEGNA

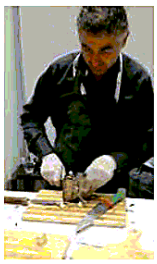
L'eccellenza gastronomica arriva sulla Nuvola. Ha aperto i battenti all'Eur l'edizione 2019 di Excellence, la rassegna enogastronomica organizzata dai fratelli **Ciccotti** che andrà avanti fino a domani. Nel programma un fitto calendario di appuntamenti tra cooking show, tavole rotonde e degustazioni.

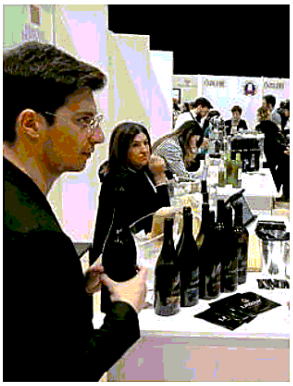
Grandi protagonisti senza dubbio gli chef. Nei tre giorni d'eventi, infatti, ne sono annunciati un centinaio, fra i quali molti stellati, pronti a stupire e a deliziare i palati del pubblico con ricette uniche e originali. Fra i momenti più attesi quello di lunedì pomeriggio quando si svolgerà la finale di Race to the Stars, il contest, in memoria dello chef Alessandro Narducci, dedicato ai cuochi under 30 nati o residenti nel Lazio e organizzato in collaborazione con la Regione Lazio e Arsial.

In contemporanea a "Excellence 2019", presso la Fiera di Roma fino a martedì si svolgerà la terza edizione del "Mercato Mediterraneo", anch'esso organizzato nell'ambito del Roma Food Exhibition. Una sinergia fra due importanti appuntamenti che per qualche giorno faranno di Roma la Capitale del gusto.

Andrea Nebuloso

© RIPRODUZIONE RISERVATA





Due immagini della rassegna enogastronomica in corso all'Eur

PRESSToday (grazia.dagata@mglogos.it)

Salvo per uso personale e' vietato qualunque tipo di redistribuzione con qualsiasi mezzo.

FIERA DI ROMA

Dal 9 al 12 novembre Mercato Mediterraneo

••• Dal 9 al 12 novembre Fiera Roma apre di nuovo le porte di Mercato Mediterraneo. La capitale sarà per quattro giorni il cuore pulsante di Mare Nostrum, un hub dove si fondono cibi, culture, saperi, idee ed esperienze.

PRESSToday (grazia.dagata@mglogos.it)
Salvo per uso personale e' vietato qualunque tipo di redistribuzione con qualsiasi mezzo.

IL TEMPO

diffusione:13408
tiratura:24506

Capitale del gusto

A Fiera di Roma e alla Nuvola «Food Exhibition»

Mercato Mediterraneo, brand di Fiera Roma, ed Excellence si alleano per gettare le basi di un nuovo grande evento diffuso dedicato alla filiera agroalimentare ed enogastronomica che per la prima volta coinvolgerà l'intera Capitale e, nel futuro, anche nuove partnership, a partire da quella con Il Festival della Gastronomia (28 ottobre, alle Officine Farneto) di Luigi Cremona e Lorenza Vitali. A ospitare il calendario di eventi diffusi Roma Food Exhibition saranno la Fiera Roma che dal 9 al 12 novembre aprirà i battenti di Mercato Mediterraneo, mentre il Rome Convention Center La Nuvola sarà la nuova sede di Excellence dal 9 all'11 novembre. Due grandi iniziative che quest'anno si preparano dunque a debuttare sotto un unico «ombrello», facendo di Roma per quattro giorni la Capitale nazionale del gusto.

Annata «memorabile» Per il tartufo di Città di Castello è stata una stagione di grande qualità

La proprietà intellettuale è riconducibile alla fonte specificata in testa alla pagina. Il ritaglio stampa è da intendersi per uso privato

ALLO STUDIO

ROMA

È giunto all'ottava edizione ***Food, Wine & Co., il Seminario di Formazione***, articolato in 6 Master Class e una Tavola Rotonda internazionale organizzato dal Master in Economia e Gestione della Comunicazione e dei Media dell'Università di Roma Tor Vergata. Il tema di questa edizione: il food brand, ovvero quando il cibo diventa marca, cui saranno dedicate tre intense giornate di formazione in cui il concetto di brand si unisce a quello del cibo, della birra e della gastronomia del made in Italy. Appuntamento il ***9-10-11 novembre*** presso la Fiera di Roma, nell'ambito di ***Mercato Mediterraneo, Cibi, Culture, Mescolanze – Fiera dei prodotti agroalimentari del Mediterraneo***. Per info e iscrizioni: pignedoli@economia.uniroma2.it

PRESSToday (grazia.dagata@mglogos.it)

Salvo per uso personale e' vietato qualunque tipo di redistribuzione con qualsiasi mezzo.

Rai2 – Tg2 Eat Parade di venerdì 8 novembre ore 13.30

A cura di Bruno Gambacorta.

Segnalazione Mercato Mediterraneo fino al 12 novembre.

Visibile al seguente link (al minuto 09:18):

http://www.tg2.rai.it/dl/RaiTV/programmi/media/ContentItem-f1f2be9a-1d69-4ca7-b49e-f4ba2a28c6ac-tg2.html#p=0

Rai3 TGR Officina Italia di sabato 09 novembre 2019 ore 11:30

Segnalazione di Mercato Mediterraneo all'interno dell'agenda di Officina Italia a cura di Maria Giovanna Lorena. La ricchezza dei sapori mediterranei: qualità, varietà e mescolanza, i prodotti dall'agricoltura alla tavola da oggi all'appuntamento di Fiera Roma.

Visibile al seguente link:

https://www.rainews.it/tgr/rubriche/officina-italia/index.html?/tgr/video/2019/11/ContentItem-470264d4-3a7f-44ea-87d2-e16780a23e95.html

Radio1 Rai – Coltivando il futuro di sabato 9 novembre ore 13.25

Conduce: Sandro Capitani.

Servizio di Alessandro Maurilli.

Tema: sono i prodotti del mare più antico i protagonisti della 3^ edizione di Mercato Mediteraneo e quella particolare dieta che prende il noe dal Mare Nostrum e la pesca. E poi i forum politici ed economici, i rapporti tra Europa e i Paesi delle diverse sponde, gli accordi commerciali, i progetti di cooperazione e di sviluppo. Un appuntamento internazionale che guarda al futuro e che cerca di dare un contributo al dialogo non facile. Alla Fiera di Roma tre giorni da oggi tutti dedicati al mare più antico.

Intervista a Francesca Rocchi, coordinatrice culturale di Mercato Mediterraneo.

Tra gli interventi anche quelli di Paolo De Castro (parlamento UE), Silvio Greco (Silvio Greco, direttore della sede romana della stazione Marina Anton Dohrn e docente di Sostenibilità ambientale all'Università di Scienze Gastronomiche di Pollenzo), Angelo Fantoni (presidente dell'associazione CiboFuturo), Nicola Di Noia (Coldiretti Olio).

Riascoltabile al seguente link:

https://www.raiplayradio.it/audio/2019/10/COLTIVANDO-IL-FUTURO-d2da3f44-99f1-47bf-98bb-87118aa2ed5a.html

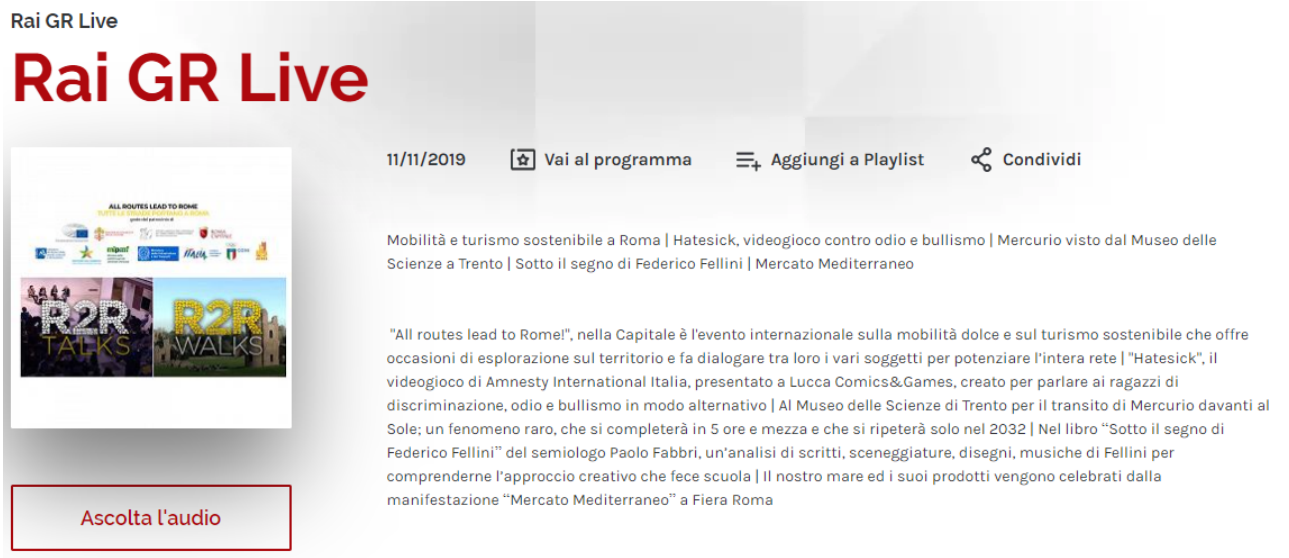
Rai Radio Live - Rai GR Live di lunedì 11 novembre ore 10.00 – 14.00 – 18.00

Conduce Camilla Francisci.

Tema: luogo di incroci e scambi tra culture il nostro mare e i suoi prodotti vengono celebrati dalla manifestazione Mercato Mediterraneo, ancora fino a domani a Fiera Roma. Produzioni e tradizioni legati alla Dieta Mediterranea.

Riascoltabile al seguente link (dal minuto 02:32 al minuto 02:47):

https://www.raiplayradio.it/audio/2019/11/GR-RADIO-LIVE-14c04f72-b025-4682-b2ba-817f4874844a.html



Radio Godot – Foodie in town di giovedì 7 novembre ore 19:00

Conduce: Massimiliano Bianconcini

Tema: dal 9 al 12 novembre a Fiera Roma (padiglione 4 – ingresso gratuito) si svolgerà Mercato Mediterraneo. Cos'è e su cosa si focalizzerà. Il salone è giunto alla terza edizione. Contenitore che vuole aprire il dialogo tra popoli e creare sviluppo, attraverso il cibo. Tra i temi, la Dieta Mediterranea. Tra i partner, istituzioni come Mipaaf, CAR – Centro Agroalimentare Roma, Unaprol, ANAS, Università Tor Vergata. In programma dibattiti ma anche show cooking. Tra gli ospiti, l'Università di Yale – Dipartimento Salute.

Intervista telefonica in diretta a Francesca Rocchi, curatrice culturale di Mercato Mediterraneo.

Puntata riascoltabile al seguente link (dal minuto 1:03:40 al minuto 1:13:35):

https://www.mixcloud.com/massimiliano-bianconcini/foodie-in-town-20sesta-stagione7-nov-2019/

Radio Food - IDENTITY Tripadvoice di lunedì 4 novembre ore 14.00

Conduce: Giusy Ferraina.

Tema: Roma Food Exhibition, il grande evento diffuso che farà di Roma la Capitale del Gusto. Due le manifestazioni capofila: Mercato Mediteraneo (Fiera Roma) e Excellence.

In collegamento telefonico Francesca Rocchi, curatrice culturale di Mercato Mediterraneo, racconta il salone sui prodotti agroalimentari del Mare Nostrum.

Link podcast non ancora disponibile.

OLIO: NEL 2020 A ROMA EXPO-FORUM DELL'EXTRAVERGINE DI OLIVA =

Fiera Roma con Coldiretti e Unaprol punta sul futuro dell'oro liquido

Roma, 11 nov. (**Adnkronos/Labitalia**) - ''Siamo orgogliosi 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''.

(segue)

OLIO: NEL 2020 A ROMA EXPO-FORUM DELL'EXTRAVERGINE DI OLIVA (2) =

(**Adnkronos/Labitalia**) - "Tutto ciò - ha proseguito - 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.

(segue)

OLIO: NEL 2020 A ROMA EXPO-FORUM DELL'EXTRAVERGINE DI OLIVA (3) =

(**Adnkronos/Labitalia**) - 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.

(segue)

OLIO: NEL 2020 A ROMA EXPO-FORUM DELL'EXTRAVERGINE DI OLIVA (4) =

(**Adnkronos/Labitalia**) - 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.

(Tri/Adnkronos)

ISSN 2465 – 1222

FIERE: AL VIA MERCATO MEDITERRANEO, AL CENTRO I PRODOTTI DEL MARE NOSTRUM =

Roma, 5 nov. (**Adnkronos/Labitalia**) - 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.

(segue)

FIERE: AL VIA MERCATO MEDITERRANEO, AL CENTRO I PRODOTTI DEL MARE NOSTRUM (2) =

(**Adnkronos/Labitalia**) - 'Narratori' d'eccezione, relatori dal calibro internazionale come Paolo De Castro, primo vicepresidente 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 di Yale, 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'', aggiunge.

(segue)

FIERE: AL VIA MERCATO MEDITERRANEO, AL CENTRO I PRODOTTI DEL MARE NOSTRUM (3) =

(**Adnkronos/Labitalia**) - 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 destinata alla bevanda più amata al mondo, dove si 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''.

(Tri/Adnkronos)

ISSN 2465 - 1222
05-NOV-19 16:55

Fiere: Mercato Mediterraneo ed Excellence insieme per Roma Food Exhibition

Roma, 22 ott. (**Labitalia**) – Mercato Mediterraneo, brand di Fiera Roma, ed Excellence si alleano per gettare le basi di un nuovo grande evento diffuso dedicato alla filiera agroalimentare ed enogastronomica che per la prima volta coinvolgerà l'intera Capitale e, nel futuro, anche nuove partnership, a partire da quella con 'Il Festival della gastronomia' (in programma il 28 ottobre alle Officine Farneto) di Luigi Cremona e Lorenza Vitali, già saliti 'a bordo'. Si chiama infatti Roma Food Exhibition e, come si evince dal claim "Tutti Insieme. A Roma", ha come scopo principale quello di accendere i riflettori sul business legato all'alta ristorazione e alle tematiche inerenti le produzioni alimentari del Mare Nostrum in un'ottica di lavoro sinergico, internazionalizzazione e rilancio turistico. Driver strategici, in tal senso, risultano quindi la proposta ristorativa e lo straordinario paniere agroalimentare presente in Italia e nel bacino mediterraneo che faranno da fil rouge a tutte le manifestazioni coinvolte.
A ospitare il calendario di eventi diffusi Roma Food Exhibition saranno location di alto profilo con Fiera Roma che dal 9 al 12 novembre aprirà i battenti di Mercato Mediterraneo, mentre il Rome Convention Center La Nuvola sarà la nuova sede di Excellence dal 9 all'11 novembre. Due grandi iniziative che quest'anno si preparano dunque a debuttare sotto un unico 'ombrello', facendo di Roma per quattro giorni la Capitale nazionale del gusto.
"Uniti si vince: crediamo profondamente nel lavoro di squadra – dichiara Pietro Piccinetti, amministratore unico e direttore generale di Fiera Roma – e siamo convinti sia ciò che serve a Roma, a tutti i livelli, per fare esplodere il suo immenso potenziale. La missione delle Fiere è essere volano per lo sviluppo economico e sociale dei territori, anche con sinergie che potenzino le azioni. Con un evento diffuso e condiviso come Roma Food Exhibition, puntiamo a rendere la Città Eterna un riferimento per il mondo dell'agroalimentare e dell'enogastronomia di alta qualità, tanto per gli addetti ai lavori quanto per gli appassionati. E la collaborazione con Excellence completa e rafforza il nostro approccio al settore".
Un salone professionale dal respiro internazionale, dove si fondono affari e cultura, scambi e storie, un luogo dove aziende, portatori di interesse, intellettuali e rappresentati del mondo politico e delle istituzioni possono confrontarsi per creare nuove necessarie opportunità. È questo l'identikit di Mercato Mediterraneo. Un format espositivo originale e innovativo – ideato e organizzato da Fiera Roma – che anche per la sua terza edizione punta i riflettori su produzioni tipiche, tradizioni, cibo e culture del Mare Nostrum in un'ottica di relazioni, scambio di idee e opportunità di business tra aziende espositrici e buyer nazionali e internazionali.
Il tutto senza mai perdere di vista l'importanza di incentivare il dibattito aperto sul tema dei popoli che condividono lo stesso mare al fine di gettare nuovi basi di sviluppo e pace. Non a caso, la quattro giorni di fiera coinvolgerà numerosi enti di promozione e tutela, ambasciatori, rappresentanti istituzionali, esperti e studiosi di livello mondiale, al fine di sottolineare la centralità di questo bacino nello scenario geopolitico internazionale.
In questa edizione verranno esplorati i temi della sostenibilità, in agricoltura e non solo, le sfide del settore ittico, l'intera filiera dell'olio extravergine di oliva, i nuovi sviluppi commerciali che legano Cina e bacino del Mediterraneo, le infrastrutture e le vie di collegamento di questa parte del mondo, come l'Autostrada del Mediterraneo di Anas, che mette in comunicazione le comunità, custodi di tradizione e storia. Non mancherà, infine, lo spazio per la formazione, grazie anche alla presenza del Master in Economia e Gestione della comunicazione e dei media 'Food, Wine&co. Quando il cibo si fa marca' dell'Università di Roma Tor Vergata, 6 master class e una tavola rotonda internazionale previste il 9-10-11 novembre.
Per il terzo anno consecutivo, l'appuntamento crea un contatto privilegiato tra la formazione e il mondo fieristico per rendere ancora più concreta la possibilità di nuove professionalità legate allo sviluppo dei brand in ambito enogastronomico. Farà luce sulle opportunità offerte dalla Unione europea in tema di sviluppo e internazionalizzazione delle aziende il seminario organizzato dallo Studio Valla. Un prezioso aggiornamento verrà offerto dagli ospiti del Dipartimento Salute dell'Università di Yale, che punteranno l'attenzione su Stati Uniti, consumo di extravergine e salute pubblica. Si tratta quindi di una manifestazione ricca di contenuti, a cui quest'anno si aggiunge il plus costituito dal 'gemellaggio' con Excellence.
"Il binomio pubblico e privato – spiega l'organizzatore di Excellence, Pietro Ciccotti – è senza dubbio strategico ed elemento di grande forza, perché capace di creare un importante momento di sintesi tra il mondo istituzionale, rappresentato in questo caso da Fiera Roma, e l'universo creativo che contraddistingue Excellence. Riteniamo quindi assolutamente positivo che due attori come questi optino per la condivisione d'intenti che, a nostro giudizio, può e deve rappresentare un valore aggiunto fondamentale per il nostro territorio. Un territorio che custodisce straordinari prodotti e realtà, ma anche un grande capitale umano che in ogni edizione di Excellence cerchiamo di raccontare, declinandoli attraverso la food experience, lo spettacolo, gli incontri b2b e b2c e le innovazioni. Il tutto seguendo una mission imprescindibile, vale a dire fare cultura enogastronomica".
Si prepara, dunque, ad aprire i battenti anche l'edizione numero 7 di Excellence, manifestazione ormai storica e di

riferimento nel panorama romano e nazionale che per tre giorni celebrerà le eccellenze enogastronomiche italiane e i suoi protagonisti, esaltandone gli elementi chiave come creatività e sostenibilità, cultura e economia, innovazione e sperimentazione. Asset principali – oltre al supporto di un partner di livello mondiale come Pwc per il secondo anno consecutivo – saranno anche il business e la creazione di una sinergica tra le migliori realtà aziendali e gli operatori, in linea con la volontà di Excellence di porsi sin dal suo esordio come una sorta di 'centro di incubazione' delle imprese del food&wine. Tra cooking show, tavole rotonde, degustazioni, talk show e incontri B2B, saranno numerosi gli eventi in agenda rivolti ai professionisti e agli appassionati per valorizzare la qualità del made in Italy e approfondire importanti temi di attualità settoriale. Protagonisti indiscussi, naturalmente, i grandi chef del panorama nazionale, stellati Michelin in testa, gli imprenditori F&B e i ristoratori.

Alimentare: dal 9 al 12 novembre debutta Roma Food Exhibition

(Il Sole 24 Ore Radiocor Plus) - Roma, 08 nov - Si terranno a Roma tra il 9 e il 12 novembre prossimi due importanti eventi del Roma Food Exhibition iniziativa che vuole fare della Capitale il centro del business legato all'alta ristorazione e alle tematiche relative alle produzioni alimentari del Mare Nostrum in un'ottica di internazionalizzazione e di rilancio turistico di una delle metropoli più belle del mondo. Driver strategici, in tal senso, risultano quindi la proposta ristorativa e lo straordinario paniere agroalimentare presente in Italia e nel bacino mediterraneo che faranno da fil rouge a tutte le manifestazioni coinvolte.

A ospitare il calendario di eventi diffusi Roma Food Exhibition saranno location di alto profilo con Fiera Roma che dal 9 al 12 novembre aprirà i battenti di Mercato Mediterraneo, mentre il suggestivo e avveniristico Rome Convention Center La Nuvola sarà la nuova sede di Excellence dal 9 all'11 novembre. Due grandi iniziative che quest'anno si preparano dunque a debuttare sotto un unico 'ombrello', facendo di Roma per quattro giorni la Capitale nazionale del gusto.

"Uniti si vince – dice il direttore generale di Fiera di Roma, Pietro Piccinetti –, crediamo infatti profondamente nel lavoro di squadra e siamo convinti sia ciò che serve a Roma per esprimere il suo immenso potenziale. La missione delle Fiere è essere volano per lo sviluppo economico e sociale dei territori, anche con sinergie che potenzino le azioni. Con un evento diffuso e condiviso come Roma Food Exhibition, puntiamo a rendere la Città Eterna un riferimento per il mondo dell'agroalimentare e dell'enogastronomia di alta qualità, tanto per gli addetti ai lavori quanto per gli appassionati".

Mercato Mediterraneo il format di Fiera di Roma giunto alla sua terza edizione punta i riflettori su produzioni tipiche, tradizioni, cibo e culture del Mare Nostrum in un'ottica di relazioni, scambio di idee e opportunità di business tra aziende espositrici e buyer nazionali e internazionali. Riflettori puntati in particolare sulla filiera ittica e dell'olio extravergine d'oliva.

com-Gdo

Olio: Fiera Roma, edizione 2020 Mercato Mediterraneo su extravergine =

Olio: Fiera Roma, edizione 2020 Mercato Mediterraneo su extravergine = (**AGI**) - Roma, 11 nov. - "Siamo orgogliosi 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. Sara' 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)". Lo ha detto l'amministratore unico e direttore generale di Fiera Roma, Pietro Piccinetti, durante la seconda giornata di Mercato Mediterraneo, che si chiudera' domani, 12 novembre. Dal salone dei prodotti agroalimentari del Mare Nostrum, ideato e organizzato da Fiera Roma, e' 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. (AGI)Mld (Segue)

Olio: Fiera Roma, edizione 2020 Mercato Mediterraneo su extravergine (2)=

Olio: Fiera Roma, edizione 2020 Mercato Mediterraneo su extravergine (2)= (**AGI**) - Roma, 11 nov. - "Vogliamo dare all'Italia - ha dichiarato il presidente di Unaprol e di Coldiretti Lazio, David Granieri - la possibilita' di poter ospitare qualcosa di diverso, dove si puo' evolvere il comparto a livello culturale con dei confronti, dove far comprendere cosa c'e' sul mercato, come si puo' migliorare, e soprattutto come si puo' costruire un modello a disposizione di tutta la filiera con delle risultanze oggettive a disposizione del consumatore. Sara' un grande simposio, dove tutti potranno partecipare, ascoltare, imparare. Tutto cio' per migliorare sia l'ambito della produzione e della trasformazione che quello dei consumi. L'obiettivo quindi non e' 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 piu' le fake news sull'olio e il consumatore sara' indirizzato correttamente nelle scelte, perche' finalmente in grado di comprendere se un olio e' buono o meno. Questo evento sara' la vera celebrazione dell'olio extravergine di oliva di qualita'". A ribadire l'impegno congiunto per la riuscita dell'evento e' stato anche Nicola Di Noia, responsabile Olio Coldiretti: "Daremo il massimo della nostra professionalita' e tutto il nostro supporto perche' 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".(AGI)Mld

Salute: da sabato 9 la Dieta Mediterranea si celebra alla Fiera di Roma =

Salute: da sabato 9 la Dieta Mediterranea si celebra alla Fiera di Roma = (**AGI**) - Roma, 6 nov. - Salute, territorio e biodiversita'. In due parole: Dieta Mediterranea. Un Patrimonio Culturale Immateriale dell'Umanita' che sara' protagonista del taglio del nastro di Mercato Mediterraneo. La terza edizione del salone dedicato ai prodotti agroalimentari del Mare Nostrum, ideata e organizzata da Fiera Roma, si aprira' infatti sabato 9 novembre con il talk 'Buon compleanno Dieta Mediterranea' (ore 10.30) che, in vista del decimo anniversario del riconoscimento Unesco nel 2020, fornira' un prezioso bilancio sugli sviluppi e sui progetti di promozione legati a quattro pilastri di questo elisir di lunga vita: pesce, olio extravergine, agrofood e stile di vita. Asset che faranno da fil rouge a tutti gli appuntamenti in fiera, di scena fino al 12 novembre, attraverso il rilevante programma culturale che ha ottenuto il patrocinio del Ministero delle politiche agricole alimentari e forestali e del Ministero dello sviluppo economico. Un'agenda che vedra' alternarsi sul palco ospiti istituzionali, ricercatori ed esperti internazionali, rappresentanti di associazioni di categoria e operatori del settore agroalimentare per fare il punto sul valore economico e socio-culturale delle produzioni di questo importante bacino e gettare le basi per nuove opportunita' di business in un'ottica di scambio e dialogo. (AGI)Mld (Segue)

Salute: da sabato 9 la Dieta Mediterranea si celebra alla Fiera di Roma (2)=

Salute: da sabato 9 la Dieta Mediterranea si celebra alla Fiera di Roma (2)= (**AGI**) - Roma, 6 nov. - Il salone schierera' anche piccoli e grandi produttori, una rappresentanza di aziende laziali, la cui partecipazione e' sostenuta da Regione Lazio, Camera di Commercio di Roma e Unioncamere Lazio, e diversi spazi gestiti da consorzi, associazioni e istituzioni per favorire la conoscenza delle eccellenze mediterranee e l'incontro tra domanda e offerta, grazie ai numerosi buyer provenienti da Germania, Polonia, Spagna, Usa, Tunisia, Francia, Marocco e Grecia. Si va dallo stand del CAR - Centro Agroalimentare Roma, che organizzera' incontri B2B dedicati al settore ittico insieme agli show cooking a tema con la collaborazione del resident chef Fabio Campoli, a quello di Unaprol Consorzio Olivicolo Italiano, fino a quello del MIPAAF. Uno spazio, quest'ultimo, che valorizzera' la biodiversita' del mare, l'acquacoltura intelligente e sostenibile, ma anche le comunita' che dipendono dalla pesca stessa, come previsto dal Programma Operativo del Fondo Europeo per gli Affari Marittimi e per la Pesca - FEAMP 2014/2020. A iniziare i lavori con 'Buon compleanno Dieta Mediterranea', Riccardo Rigillo, direttore generale a capo della Direzione Generale della Pesca Marittima e Acquacoltura del MIPAAF; Fabio Massimo Pallottini, direttore generale del CAR - Centro Agroalimentare Roma; Nicola Di Noia, responsabile Olio Coldiretti; Luca Agostinelli, segretario dell'associazione Cultura del Viaggio. Saranno loro ad approfondire - con la conduzione di Francesca Rocchi, coordinatrice culturale di Mercato Mediterraneo - lo stato dell'arte delle politiche nazionali sul settore ittico, i trend legati ai gusti dei consumatori, l'evoluzione di questo paradigma alimentare oggi inteso come potente driver turistico, il livello di cooperazione tra i Paesi del Med, con Grecia e Italia in prima fila. E a proposito di cooperazione, in linea con l'anima di Mercato Mediterraneo che sin dal suo esordio punta a valorizzare le opportunita' che quest'immensa area e' in grado di offrire, particolare attenzione sara' dedicata a un prodotto cardine della Dieta Mediterranea, l'olio extravergine d'oliva, nel corso della tavola rotonda 'Il Futuro dell'olio del Med' (10 novembre, ore 15). Un'eccellenza sempre piu' richiesta nel mondo (+6% la crescita dei consumi), che oggi necessita di progetti e politiche condivisi a livello mediterraneo, antico e fondamentale bacino di produzione, per rilanciarne la competitivita' e far fronte all'avanzamento di Paesi produttori emergenti come Australia, Argentina, Cina e Giappone. Ma nella quattro giorni di Mercato Mediterraneo troveranno spazio anche i temi della sostenibilita' marittima e in agricoltura, dell'innovazione in campo energetico, degli investimenti nelle infrastrutture e per la tutela del mare, del binomio salute-alimentazione, del turismo slow con i comuni certificati "Spiga verde". A valorizzare invece il cibo e chi lo produce, saranno i diversi stand dei produttori presenti nel padiglione 4, ma anche i numerosi show cooking e i momenti di degustazione che permetteranno ai visitatori di conoscere da vicino lo straordinario paniere agroalimentare e i prodotti ittici del Mediterraneo. (AGI)Mld

Enogastronomia: dal 9 al 12 novembre c'e' Roma Food Exhibition =

Enogastronomia: dal 9 al 12 novembre c'e' Roma Food Exhibition = (**AGI**) - Roma, 18 ott. - Mercato Mediterraneo, brand di Fiera Roma, ed Excellence si alleano per gettare le basi di un nuovo grande evento dedicato alla filiera agroalimentare ed enogastronomica che per la prima volta coinvolgera' l'intera Capitale. Si tratta di 'Roma Food Exhibition' e, come si evince dal claim "Tutti Insieme. A Roma", ha come scopo principale quello di accendere i riflettori sul business legato all'alta ristorazione e alle tematiche inerenti le produzioni alimentari del Mare Nostrum in un'ottica di lavoro sinergico, internazionalizzazione e rilancio turistico di una delle metropoli piu' belle al mondo. Driver strategici, in tal senso, risultano quindi la proposta ristorativa e lo straordinario paniere agroalimentare presente in Italia e nel bacino mediterraneo che faranno da fil rouge a tutte le manifestazioni coinvolte. A ospitare il calendario di eventi diffusi Roma Food Exhibition saranno location di alto profilo con Fiera Roma che dal 9 al 12 novembre aprira' i battenti di Mercato Mediterraneo, mentre il suggestivo e avveniristico Rome Convention Center La Nuvola sara' la nuova sede di Excellence dal 9 all'11 novembre. (AGI)Red/Mld (Segue)

Enogastronomia: dal 9 al 12 novembre c'e' Roma Food Exhibition (2)=

Enogastronomia: dal 9 al 12 novembre c'e' Roma Food Exhibition (2)= (**AGI**) - Roma, 18 ott. - Due grandi iniziative che quest'anno si preparano dunque a debuttare sotto un unico 'ombrello', facendo di Roma per quattro giorni la Capitale nazionale del gusto. Un salone professionale dal respiro internazionale, dove si fondono affari e cultura, scambi e storie, un luogo dove aziende, portatori di interesse, intellettuali e rappresentati del mondo politico e delle istituzioni, possono confrontarsi per creare nuove necessarie opportunita'. E' questo l'identikit di Mercato Mediterraneo. Un format espositivo originale e innovativo - ideato e organizzato da Fiera Roma - che anche per la sua terza edizione punta i riflettori su produzioni tipiche, tradizioni, cibo e culture del Mare Nostrum in un'ottica di relazioni, scambio di idee e opportunita' di business tra aziende espositrici e buyer nazionali e internazionali. Il tutto senza mai perdere di vista l'importanza di incentivare il dibattito aperto sul tema dei popoli che condividono lo stesso mare al fine di gettare nuovi basi di sviluppo e pace. Non a caso, la quattro giorni di fiera coinvolgera' numerosi enti di promozione e tutela, ambasciatori, rappresentanti istituzionali, esperti e studiosi di livello mondiale, al fine di sottolineare la centralita' di questo bacino nello scenario geopolitico internazionale. In questa edizione verranno esplorati i temi della sostenibilita', in agricoltura e non solo, le sfide del settore ittico, l'intera filiera dell'olio extravergine di oliva, i nuovi sviluppi commerciali che legano Cina e bacino del Mediterraneo, le infrastrutture e le vie di collegamento di questa parte del mondo, come l'Autostrada del Mediterraneo di ANAS, che mette in comunicazione le comunita', custodi di tradizione e storia. Non manchera' infine lo spazio per la formazione, grazie anche alla presenza del Master in Economia e Gestione della Comunicazione e dei Media "Food, Wine&co. Quando il cibo si fa marca" dell'Universita' di Roma Tor Vergata, 6 master class e una tavola rotonda internazionale previste il 9-10-11 novembre. Per il terzo anno consecutivo, l'appuntamento crea un contatto privilegiato tra la formazione e il mondo fieristico per rendere ancora piu' concreta la possibilita' di nuove professionalita' legate allo sviluppo dei brand in ambito enogastronomico. Fara' luce sulle opportunita' offerte dalla Unione europea in tema di sviluppo e internazionalizzazione delle aziende il seminario organizzato dallo Studio Valla. Un prezioso aggiornamento verra' offerto dagli ospiti del Dipartimento Salute dell'Universita' di Yale, che punteranno l'attenzione su Stati Uniti, consumo di extravergine e salute pubblica. Si tratta quindi di una manifestazione ricca di contenuti, a cui quest'anno si aggiunge il plus costituito dal 'gemellaggio' con Excellence. Si prepara dunque ad aprire i battenti anche l'edizione numero 7 di Excellence che per tre giorni celebrera' le eccellenze enogastronomiche italiane e i suoi protagonisti, esaltandone gli elementi chiave come creativita' e sostenibilita', cultura e economia, innovazione e sperimentazione. (AGI) Red/Mld

fondatore: giovanni martirano
direttore responsabile: letizia martirano
agenzia quotidiana di informazioni

agra press

editrice cooperativa OUTSIDER Via in Lucina 15 - 00186 ROMA

www.agrapress.it

Tariffa ROC: "Poste italiane spa - Spedizione in a.p. - DL 353/2003 (convertito in legge 27/02/2004 n. 46) art. 1 comma 1 DCB ROMA"

ANNO LVII - N.315 **lunedì 11 novembre 2019**

È vietata la riproduzione totale o parziale e la distribuzione con qualsiasi mezzo delle notizie di AGRA PRESS, salvo espliciti e specifici accordi in materia con citazione della fonte.
I TESTI CITATI SONO DISPONIBILI CON RIFERIMENTO AL NUMERO DI NOTIZIA
Tel 06/6893000 - fax 06/6871275 - email agrapress@mclink.it
NOTIZIARIO TRASMESSO ALLE 17:57

*** MANOVRA: LUSETTI (ALLEANZA COOP) AUDIZIONE AL SENATO, BENE MA PRESENTI CRITICITA'**

*** MANOVRA: MANTEGAZZA E PELLEGRINI (UILA), NO A PLASTIC E SUGAR TAX A RISCHIO OCCUPAZIONE E PRODUZIONE**

*** MANOVRA: LASAGNA (CONFAGRI), SFORZI PER PRIMARIO NON SIANO ANNULLATI DA DANNI AD AGROALIMENTARE**

*** MANOVRA: VERRASCINA (COPAGRI): PER AGRICOLTURA LUCI E OMBRE, MA STRADA SEMBRA ESSERE QUELLA GIUSTA**

*** INDUSTRIA ALIMENTARE: COLDIRETTI, CON +7,8% VOLA SPINTA DA NATALE IN CONTROTEDENZA**

*** FAI CISL, PRESENTATA TERRA VIVA, ASSOCIAZIONE LIBERI PRODUTTORI AGRICOLI PRESIEDUTA DA CLAUDIO RISSO**

*** LA FAO PREVEDE STRETTA SULLE PROTEINE**

*** VACONDIO (FEDERALIMENTARE) A BERLINO DICE NO AL NUTRISCORE E ALLE ETICHETTE A SEMAFORO**

*** CINGHIALI: COLDIRETTI, AUTOSTRADA CHIUSA CON 10MILA INCIDENTI/ANNO. E' EMERGENZA NAZIONALE**

*** MALTEMPO: COLDIRETTI, 4 NUBIFRAGI AL GIORNO IN AUTUNNO PAZZO**

*** I VERTICI DELL'ALLEANZA DELLE COOPERATIVE INCONTRANO DOMANI GLI EUROPARLAMENTARI ITALIANI**

*** FIERA ROMA ANNUNCIA RASSEGNA SU OLIO EVO NEL 2020 GRANIERI (UNAPROL), SARA' UN GRANDE SIMPOSIO**

*** UIV, NEL MANIFESTO DEI GIOVANI DEL VINO RICHIAMO ALLA COESIONE PER VINCERE LE SFIDE DEL FUTURO**

FIERA ROMA ANNUNCIA RASSEGNA SU OLIO EVO NEL 2020
GRANIERI (UNAPROL), SARA' UN GRANDE SIMPOSIO

9010 - roma (agra press) - "nasce l'expo-forum dell'olio extravergine di oliva che organizzeremo il prossimo anno con coldiretti e unaprol; sara' un appuntamento internazionale dedicato all'intera filiera, dal campo al frantoio e fino all'imbottigliamento", ha affermato l'amministratore unico e direttore generale di fiera roma, pietro PICCINETTI durante il mercato mediterraneo, dove e' stato ufficializzato l'accordo per la realizzazione della nuova rassegna, in calendario per il 2020. nel comunicato che rende nota l'iniziativa, il presidente di unaprol e di coldiretti lazio, david GRANIERI spiega: "vogliamo dare all'italia la possibilita' di ospitare qualcosa dove poter costruire un modello a disposizione di tutta la filiera con delle risultanze oggettive a disposizione del consumatore". "sara' un grande simposio, dove tutti potranno partecipare, ascoltare, imparare, per migliorare sia l'ambito della produzione e della trasformazione che quello dei consumi", ha continuato GRANIERI. 11:11:19/11:44

AGRA PRESS
agenzia quotidiana di informazioni - fondatore: Giovanni Martirano; direttore responsabile: Letizia Martirano
Via in Lucina, 15 - 00186 Roma; tel: 066893000; fax: 066871275

APPUNTAMENTI

MANTOVA: dal 6 ottobre al 6 gennaio 2020, palazzo te, mostra "giulio romano. arte e desiderio".
VALLERANO (VT): 26-27 ottobre, festa della castagna organizzata di associazione amici della castagna di vallerano e pro loco.
MAROSTICA (VI): 26 e 27 ottobre, campo marzio, nell'ambito della fiera di san simeone, 36esima mostra regionale di bovini di razza rendena organizzata da ara veneto con il comune di marostica.
VINADIO (CN): 26 e 27 ottobre, forte albertino, nell'ambito della fiera dei santi, 34esima mostra ovina di razza sambucana organizzata da istituzioni locali e ara piemonte.
PIACENZA: 26-27 ottobre, piacenza expo, forestalia 2019, esposizione di macchinari forestali.
MILANO: dal 26 al 28 ottobre, mico fieramilanocity, 14esima edizione di golosaria.
ROMA: 26 ottobre, h.09:00, piazza di sant'anastasia, mercato delle specialita' contadine coldiretti "la terra non trema: la riscossa dei contadini", con prandini.
CREMONA: 26 ottobre, h.09:30 fiera zootecnia, sala monteverdi cremonafiere convegno cia lombardia "la nostra qualita' e' la vostra sicurezza: la filiera latte e la nuova pac".
CREMONA: 26 ottobre, h.09:30, cremonafiere, sala stradivari, nell'ambito delle fiere zootecniche internazionali, convegno "agricoltura sostenibile e produttiva a garanzia della salute umana" di libera associazione agricoltori cremonesi, con bellanova, giansanti.
CREMONA: 26 ottobre, h.10:30, giardini piazza roma, inaugurazione "festa del salame", interviene assessore rolfi.
ANCONA: 26 ottobre, h.10:30, palaprometeo estra "liano rossini", assemblea nazionale della cna "la nostra sfida per l'italia", con vaccarino, conte, patuanelli.
MILANO: 26 e 27 ottobre, h.11:00, via orobia 15, fabbrica di orobia, "la citta' della pizza" ideata da vinoforum.
CREMONA: 26 ottobre, h.13:30, cremonafiere, sala amati, nell'ambito delle fiere zootecniche internazionali, conferenza stampa di presentazione "craft+latte.news = latte, una comunicazione certificata e di qualita'", con crotti, morelli, piervittori.
MILANO: 27 ottobre, dalle h 10:00, piazza del cannone, parco del castello sforzesco, "la fattoria nel castello", XIX mostra-mercato dei prodotti tipici della lombardia organizzata da confagricoltura lombardia, cia-agricoltori italiani della lombardia, confagricoltura donna lombardia e donne in campo lombardia con il patrocinio del comune di milano.
ROMA: 27 ottobre, dalle h.14:30, hotel raddison blu, via filippo turati 171, VIII edizione "life of wine", evento degustrazione del mondo del vino ideato e curato da studio umami.

ROMA: 28 ottobre, mipaaf, riunione operativa filiera grano pasta.
ROMA: 28 ottobre, h.11:00, piazza sallustio 21, unioncamere, conferenza stampa di presentazione del rapporto greenitaly 2019 realizzato da symbola e unioncamere.
BRESCIA: 28 ottobre, h.14:00, via caprera 5, auditorium sede brixia forum, conferenza stampa di presentazione di "futura economia x l'ambiente", con prandini.
ALESSANDRIA: 29 ottobre, h.15:00, piazza de andre' 76, centro congressi, celebrazione dei 100 anni di confagri alessandria e de l'aratro, con giansanti.
ROMA: 29 ottobre, h.18:00, via della lungara 19, sala simonetta tosi della casa internazionale delle donne, presentazione della seconda edizione aggiornata e ampliata del volume "le leggi delle donne che hanno cambiato l'italia" a cura della fondazione nilde iotti, con koch, turco, bonetti, feci, iacovelli.
FIRENZE: dal 30 ottobre al 15 novembre, logge uffizi corti, accademia georgofili, mostra "intreccio di radici" organizzata da accademia dei georgofili e associazione italia-cina.
TREVISO: 30 ottobre, h.09:20, piazza delle istituzioni 34a, sede t2i, seminario su opportunita' dell'agroalimentare veneto in svezia, danimarca e norvegia organizzato da coldiretti veneto con il centro estero veneto.
ROMA: 30 ottobre, h.10:00, viale manzoni 1, auditorium antonianum, assemblea nazionale dell'alleanza cooperative italiane settore agroalimentare e pesca "una storia che si fa futuro", con buonfiglio, mercuri, bellanova, de micheli, di stefano, lusetti, gardini, schiavone, sgroi.
RIMINI: dal 5 all'8 novembre, riminifiera, ecomondo.
BOLOGNA: 6 novembre, h.10:30, via paolo canali 8, spazio arena fico eataly world, conferenza stampa di presentazione del progetto "coltivatori di valori: la patata di bologna d.o.p. e il perfetto connubio tra produttore e consumatore" del consorzio tutela patata bologna dop.
MATERA: dal 7 al 9 novembre, 17esimo congresso nazionale dell'ordine dei dottori agronomi e dottori forestali "#agrofor2030: the global goals".
VERONA: dal 7 al 10 novembre, fiera di verona, fieracavalli.
MILANO: 7 novembre, h.9.00, auditorium universita' degli studi di milano-bicocca, iniziativa "l'agricoltura e' un gioco da ragazzi", organizzata da casa dell'agricoltura e criet.
VERONA: 8 novembre, h.13:30, sala rossini, fieracavalli (fiera di verona), convegno "gli asini negli interventi assistiti con gli animali. l'attenzione che si meritano", in collaborazione con aia.
BOLZANO: 8 novembre, h.14:30, fiera di bolzano, sala südtirol lounge, nell'ambito della fiera agrialp, convegno codipra su "la gestione del rischio in agricoltura - nuovi scenari e strategie per la difesa del reddito".
ROMA: dal 9 all'11 novembre, convention center la nuvola, nell'ambito della rome food exhibition, excellence food innovation.
ROMA: dal 9 al 12 novembre, fiera roma, nell'ambito della rome food exhibition, mercato mediterraneo, cibi/culture/mescolanze-fiera dei prodotti agroalimentari del mediterraneo.
ROMA: 11-13 novembre, piazza sallustio 21, corso federquality food export managing controller di unioncamere. programma disponibile qui.
HANNOVER: 11 novembre, fiera di hannover, padiglione 2, stand e40, agritechnica, conferenza stampa di climmar-associazione europea dei concessionari di macchine agricole con presentazione risultati europei sondaggio dsi-dealer satisfaction index.
PIACENZA: 11 novembre, via giuseppe mazzini 14, palazzo galli, confagricoltura festeggia i suoi primi 100 anni.

TORINO: 11 novembre, h.11:00, corso vittorio emanuele ii 58, sede confagri piemonte, "situazione e prospettive dell'agricoltura piemontese - il bilancio dell'annata 2019: produzione e mercato".
ROMA: 12 novembre, h.10:00, via di campo marzio 78, palazzo dei gruppi parlamentari, "aurelio peccei lecture" su "natura, clima, economia: il patto mondiale per il futuro" con lettura di sir robert watson organizzato da the club of rome e wwf, maggiori dettagli qui.
ROMA: 12 novembre, h.16:00, sala serviana di via antonio salandra n.44, incontri "i martedi' della natura", presentazione del libro "la ragazza dei lupi" di mia canestrini, organizzato dal comando unita' forestali ambientali e agroalimentari - carabinieri.
CREMONA: 13 novembre, via castelleone 62, sala congressi del cremona palace hotel, giornata della suinicoltura 2019 incentrata sul tema "gestire l'antibioticoresistenza per garantire anche la redditivita' aziendale" organizzata da expo consulting srl.
CREMONA: 13 novembre, h.09:00, sala congressi del palace hotel, giornata della suinicoltura dal titolo "antibioticoresistenza e redditivita' aziendale, una sfida a tutto campo".
ROVERETO: 16 novembre, h.8:30, teatro zandonai, nell'ambito del festival meteorologia, convegno codipra su "l'agricoltura cosa chiede ai meteorologi? il ruolo della ricerca, della tecnologia e della politica".
BRUXELLES: 18 novembre consiglio "agricoltura e pesca".
OZZANO EMILIA (BO): 21 novembre, aula messieri del dipartimento di scienze mediche veterinarie dell'universita' di bologna, convegno "il sorgo, la risposta a un'agricoltura che guarda al futuro" promosso dall'organizzazione interprofessionale europea sorghum id.
MILANO: dal 19 al 22 novembre, fiera milano rho, 28esima edizione del simei, salone internazionale macchine per enologia e imbottigliamento.
ROMA: 21 novembre, h.09:30, viale castello della magliana 65, hotel holiday inn, conferenza nazionale confeuro "un altro mondo e' sostenibile".
RIETI: 23 novembre, ristorante la foresta, settima edizione del "giro d'italia" iniziativa di promozione prodotti agroalimentari e cultura gastronomica di copagri lazio e associazione italiana sommelier-ais rieti.
SALUZZO: 29 novembre, h.9.00, cassa di risparmio, incontro "la difesa delle colture ortofrutticole", di agroinnova.

http://www.agrapress.it/index.php/appunta

Nel 2020 alla Fiera Roma prima rassegna su olio extravergine

La manifestazione è realizzata con Coldiretti e Unaprol

Redazione ANSA ROMA
11 novembre 201913:54

Nel 2020 alla Fiera Roma prima rassegna su olio extravergine - RIPRODUZIONE RISERVATA

ROMA - Prenderà il via nel 2020, nello spazio della Fiera di Roma, una rassegna internazionale interamente dedicata all'olio extravergine di oliva. L'annuncio è dell'amministratore unico e direttore generale di Fiera Roma Pietro Piccinetti con la seconda giornata di "Mercato Mediterraneo", manifestazione in programma nel polo fieristico fino al 12 novembre. La rassegna sull'olio extravergine sarà realizzata con Coldiretti e il Consorzio olivicolo italiano Unaprol.

"Siamo orgogliosi di annunciare - dice Piccinetti - 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 - aggiunge - 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".

"Vogliamo dare all'Italia - afferma 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".

A Roma dal 9 torna Mercato Mediterraneo su cibo e tradizioni

Alla Fiera di Roma fino al 12 novembre, le sfide future a tavola

- Stampa
- Scrivi alla redazione

Redazione ANSA ROMA
*31 ottobre 2019*15:27

- *RIPRODUZIONE RISERVATA*

+CLICCA PER INGRANDIRE

(ANSA) - ROMA - La Capitale sarà per quattro giorni il cuore del "Mare Nostrum", un hub dove si fondono cibi, culture, mescolanze, ma anche saperi, idee ed esperienze per raccontarne l'immenso patrimonio agroalimentare e la sua millenaria civiltà.

Dal 9 al 12 novembre, infatti, alla Fiera Roma apre di nuovo le porte il 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. "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". (ANSA)

Mercoledì 13 novembre 2019 - 15:25

Cala il sipario su Mercato Mediterraneo, forum sul Mare Nostrum

Il salone ideato e organizzato da Fiera Roma

Roma, 13 nov. (askanews) – Cooperazione, progetti di sviluppo economico, best practice, scambi di idee, casi di studio su sostenibilità e economia circolare, proposte in campo energetico e investimenti sul fronte turistico. Il tutto sotto un unico denominatore: le eccellenze agroalimentari del Mare Nostrum. E' questo lo scenario raccontato da Mercato Mediterraneo, il salone ideato e organizzato da Fiera Roma che si è chiuso ieri, dopo quattro giorni intensi di dibattiti, tavole rotonde, cooking show e presentazioni con il coinvolgimento attivo di Ministero delle politiche agricole, alimentari e forestali (che ha patrocinato la manifestazione insieme al Ministero dello sviluppo economico), CAR – Centro Agroalimentare Roma, Unaprol – Consorzio Olivicolo Italiano, Coldiretti, Università degli Studi di Roma Tor Vergata, ANAS e gli ospiti speciali del Dipartimento Salute dell'Università di Yale.

"La filiera agroalimentare – dichiara l'amministratore unico e direttore generale di Fiera Roma, Pietro Piccinetti – è il più universale ambasciatore dell'Italia nel mondo. Roma, Capitale del Mediterraneo per elezione e sede delle principali agenzie ONU che si occupano di Food, non può non avere un appuntamento che accenda l'attenzione sul settore agroalimentare in tutta la sua ricchezza e complessità, anche culturale. Da questa consapevolezza tre anni fa è nato Mercato Mediterraneo, che a conclusione di questa terza edizione vogliamo rilanciare con un messaggio importante sull'agrofood: occorre fare rete e lavorare in un'ottica di sinergie per valorizzare un comparto economico chiave per i nostri territori e per far sì che la nostra città torni finalmente ad avere un ruolo centrale

dentro e fuori dai confini nazionali. In tal senso, abbiamo gettato con Excellence le basi del nuovo grande evento diffuso, Roma Food Exhibition, che punta a coinvolgere un numero crescente di partner con la Città Eterna a fare da teatro".

Ad animare il palco della fiera dedicata all'agroalimentare del Mediterraneo, tanti portatori d'interesse, tra ricercatori, rappresentanti istituzionali, operatori e imprenditori dal calibro nazionale e internazionale che, attraverso le loro testimonianze, hanno fornito interessanti spunti di riflessioni e possibili soluzioni per affrontare le sfide future di questo grande bacino, unico al mondo. Presenti invece tra gli stand, diverse aziende espositrici, a partire da quelle laziali la cui partecipazione è sostenuta da Regione Lazio, Camera di Commercio di Roma e Unioncamere Lazio, e associazioni come Cibo Futuro, Spighe Verdi, IUS Gustando e IUS Disputando, che hanno arricchito il programma della manifestazione con le loro iniziative a tema, rivolte sia al grande pubblico che ai buyer arrivati da Germania, Polonia, Spagna, Usa, Tunisia, Francia, Marocco e Grecia. Senza dimenticare case history come il progetto Food Smile (che punta a sensibilizzare e formare realtà ristorative sul tema degli interventi di primo soccorso verso i propri clienti e che vede già Fiera Roma come realtà certificata) e il rivoluzionario processore di rifiuti alimentari di Envice (una macchina in grado di trasformare gli scarti alimentari in fertilizzante che si adatta alle esigenze di famiglie, aziende e ristoranti).

Fiera Roma, Coldiretti e Unaprol: in 2020 nuova rassegna su olio

Sull'intera filiera dell'extravergine

Roma, 12 nov. (askanews) – “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”.

Vent'anni di CUCINA & VINI
ENOGASTRONOMIA • ATTUALITÀ • CULTURA • DAL 1999

Con Mercato Mediterraneo, Fiera Roma si candida a diventare polo fieristico di riferimento per l'agroalimentare

In News, Notizieby editor13 Novembre 2019Leave a Comment

Shares

Il punto con l'amministratore unico e direttore generale di Fiera Roma, Pietro Piccinetti, che proprio dal salone sui prodotti agroalimentari del Mare Nostrum ha annunciato la nascita nel 2020 della nuova rassegna internazionale dedicata all'olio EVO, organizzata dal polo fieristico con Coldiretti e Unaprol

È andata in scena da sabato 9 a martedì 12 novembre la terza edizione di Mercato Mediterraneo, il salone sui prodotti agroalimentari del Mare Nostrum, ideata e organizzata da Fiera Roma, che per quattro giorni ha ospitato produttori, buyer internazionali, rappresentanti istituzionali, ricercatori e esperti di livello mondiale per accendere i riflettori sulle produzioni dei Paesi che si affacciano su questo grande bacino, oggi più che mai strategico e di crescente centralità. Volendo riassumere qualche numero, parliamo di tre Continenti (Europa, Asia e Africa); 450 milioni di abitanti; 200 milioni di viaggiatori registrati ogni anno nelle sue coste; un tasso di occupazione nel settore turismo che potrebbe arrivare a quota 2,8 milioni di posti di lavoro nel 2027; una flotta commerciale marittima che genera circa il 20% del commercio mondiale via mare; due industrie, quelle della pesca e dell'acquacoltura, che da sole fatturano 12 miliardi di dollari per oltre un milione di occupati (fonte: Commissione generale per la pesca nel Mediterraneo). Ma parliamo anche di una civiltà millenaria e di una forte identità al plurale, che rendono il Mediterraneo uno straordinario laboratorio culturale. Senza dimenticare che è anche e soprattutto un mercato chiave per la comunità globale grazie al suo posizionamento geografico e alle sue immense risorse, a partire dal patrimonio agroalimentare che non a caso si associa alla dieta più sana del mondo. L'olio EVO, ad esempio, è stata una delle eccellenze protagoniste del salone e presto anche la "star" assoluta del primo expo-forum che debutterà nel 2020 negli spazi fieristici della Capitale. Il punto con l'amministratore unico e direttore generale di Fiera Roma, Pietro Piccinetti.

Come nasce l'idea di una fiera dedicata al Mediterraneo?

Nasce perché siamo a Roma, Capitale del Mediterraneo sotto tutti i punti di vista e motore economico d'Italia. L'agroalimentare, insieme a moda e design, sono i principali biglietti da visita del nostro Paese. Perciò Roma non poteva non avere una manifestazione del genere, anche perché all'interno del Lazio ci sono tante realtà del comparto. Da tre anni stiamo cercando di fare sistema e piano piano stiamo ottenendo risultati. Quest'anno infatti abbiamo creato Roma Food Exhibition, il grande evento diffuso sull'agroalimentare e l'enogastronomia che punta a coinvolge tutta la città e più partner, sotto il claim 'Tutti Insieme. A Roma'. Prima tra tutte la collaborazione con Excellence, la manifestazione che in contemporanea con la nostra è andata in scena negli spazi della Nuvola di Fuksas.

Roma è il centro anche dal punto di vista storico, però negli anni precedenti non sono state avviate azioni così importanti. Questo primo passo quindi come proseguirà?

Già dal prossimo anno lanceremo insieme a Coldiretti e Unaprol il primo vero expo-forum sull'olio extravergine di oliva che valorizzerà non solo il prodotto, ma l'intera filiera dal campo ai frantoi, fino all'imbottigliamento. Ciò dimostra che stiamo crescendo e che finalmente Roma, ora dotata anche di un Convention Bureau (aggregatore e

promotore della meeting industry nel nostro territorio), si sta organizzando al meglio. A livello fieristico, la situazione di Fiera Roma sta migliorando a grandi passi grazie allo sforzo di tutto il mio team che ci ha permesso di sviluppare dieci manifestazioni interne, a dimostrazione che non siamo solo un centro di esibizione tra i più grandi d'Europa ma anche un fondamentale gestore venue, un grande organizzatore di eventi.

Dopo Mercato Mediterraneo, quali sono le manifestazioni fieristiche che aprirete a breve?

A fine novembre partirà RO.ME – Museum Exhibition, la nostra manifestazione sui musei, sui luoghi e le destinazioni culturali, che lo scorso anno ha avuto un successo enorme. A dicembre, invece, aprirà l'Expo-Forum sulla New Space Economy (Nse), la prima fiera al mondo dedicata a questo ambito che vedrà come nostro partner l'ASI – Agenzia Spaziale Italiana. Insomma stiamo procedendo bene, anche se occorrerebbero più fondi e risorse, come accade per tanti altri poli fieristici d'Italia che possono contare su aiuti importanti.

Di fronte a questo scenario, non si può prescindere dal binomio agroalimentare-turismo. Il programma di Mercato Mediterraneo è infatti ricchissimo in questo senso. Ci può raccontare qualcosa? Quali messaggi emergono

L'impegno è stato enorme e nel caso di Mercato Mediterraneo lo sforzo fatto non è rappresentato dai numeri, perché parlando dal punto di vista fieristico è un salone piccolo, ma è ricchissimo sul fronte dei contenuti scientifici e culturali. Ampio spazio è stato a temi quali la blue economy, i rapporti commerciali con la Cina alla luce della Nuova Via delle Seta, i progetti europei per lo sviluppo dell'agricoltura, la Dieta Mediterranea come potente drive turistico, la sostenibilità ambientale e il patrimonio ittico del Mare Nostrum, senza dimenticare il valore economico e sociale dei prodotti agroalimentare, a partire dall'olio extravergine di oliva. Ed è proprio da questo appuntamento che sono state gettate le basi per l'evento che realizzeremo il prossimo anno sull'olio EVO con Coldiretti e Unaprol, ad esempio. Porremo l'accento, come dicevo, su tutta la filiera. Quindi macchine, produzione, export, storia, cultura e scienza. Un aspetto, quello scientifico, che accompagna tutte le nostre manifestazioni. A Mercato Mediterraneo è stato inoltre ribadito il binomio imprescindibile distribuzione-produzione per fare sistema nella promozione dell'agroalimentare made in Italy. Vale a dire, grazie ad attori di peso come il CAR – Centro Agroalimentare Roma -, punto di distribuzione d'eccellenza, e Coldiretti si possono mettere in campo azioni concrete per difendere e valorizzare le nostre produzioni e garantirne l'unicità a livello mondiale.

WineNews
THE POCKET WINE WEB SITE IN ITALY

Olio extravergine di oliva: dal 2020 a Fiera Roma kermesse firmata Coldiretti & Unaprol

Obiettivi: valorizzare il prodotto e diffonderne la cultura. Evento che, implicitamente, entra in competizione con lo storico “Sol” (VeronaFiere)

ROMA, 11 NOVEMBRE 2019, ORE 19:01

Olio extravergine di oliva: dal 2020 a Fiera Roma kermesse firmata Coldiretti & Unaprol

L’olio extravergine di oliva, per l’Italia, è uno dei prodotti più importanti, non solo dal punto di vista economico ma, come accade per il vino, anche da quello ambientale, paesaggistico, sociale, storico e della biodiversità. Olio “Evo” che, dal 2020, avrà una nuova kermesse tutta suo, un “expo-forum” che sarà di scena a Roma, firmato da Coldiretti & Unaprol. Ad annunciarlo l’amministratore unico e dg Fiera Roma, Pietro Piccinetti. Una nuovo evento che, nelle parole degli organizzatori, si candida ad essere evento non solo di valorizzazione del prodotto, ma anche di diffusione della cultura di un prodotto - anche attraverso la lotta alle “fake news” il cui valore, nel più ampio senso possibile, è spesso sottovalutato. E che, più o meno implicitamente, entra in “competizione” con la rassegna Sol & Agrifood, concorso Sol d’Oro ed il Forum Evoo Days, firmati da VeronaFiere.

IL TEMPO.it
QUOTIDIANO INDIPENDENTE

Olio: nel 2020 a Roma Expo-forum dell'extravergine di oliva

Fiera Roma con Coldiretti e Unaprol punta sul futuro dell'oro liquido

di AdnKronos

11 Novembre 2019

Roma, 11 nov. (Labitalia) - “Siamo orgogliosi 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 - ha proseguito - 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.

IL TEMPO.it
QUOTIDIANO INDIPENDENTE

Fiere: al via Mercato Mediterraneo, al centro i prodotti del Mare Nostrum

di AdnKronos

5 Novembre 2019

Roma, 5 nov. (Adnkronos/Labitalia) - 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 vicepresidente 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 di Yale, 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", aggiunge.

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 destinata alla bevanda più amata al mondo, dove si 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".

Gli appuntamenti per domani a Roma e nel Lazio

Roma, 08 nov 20:58 - (Agenzia Nova) - Di seguito un quadro dei principali appuntamenti previsti per domani:

VARIE

- In occasione dei 30 anni dalla caduta del Muro di Berlino, il Ministro per gli Affari europei, Vincenzo Amendola, sarà al liceo classico Torquato Tasso di Roma per un incontro-dibattito con gli studenti insieme alla Presidente della Commissione Esteri della Camera, Marta Grande, la deputata di Fi, Laura Ravetto, componente del Comitato Schengen e della Commissione Affari Costituzionali, e L' editorialista del Corriere della Sera, Maurizio Caprara.
via Sicilia 187

- Flash mob di protesta promosso da Forza Italia sul cavalcavia "Giulio Rocco", a Garbatella.
Cavalcavia "Giulio Rocco" (ore 10)

- Al via Mercato Mediterraneo. La terza edizione del salone dedicato ai prodotti agroalimentari del Mare Nostrum, ideata e organizzata da Fiera Roma.
Fiera di Roma, padiglione 4 (ore 10:30)

- Corteo promosso da "Energie in Movimento" e "Forum invisibili e solidali" per l'abrogazione delle Leggi Sicurezza Salvini-Minniti-Orlando, contro il razzismo e la xenofobia, a fianco della lotta del popolo curdo, contro la barbarie del governo turco.
Colosseo (ore 14)

- In occasione della III giornata mondiale dei Poveri concerto Con i Poveri e per i Poveri, diretta dal oremio Oscar Nicola Piovani e da Mons. Marco Frisina con il coro della Diocesi di Roma
Aula Paolo VI (Città del Vaticano) (ore 18)
(Rer)

© *Agenzia Nova - Riproduzione riservata*

Digita
bigITALY
e SCARICA L'APP

STUDY in ITALY
Study in Italy, parola ai giovani stranieri
che hanno scelto di studiare nel nostro Paese
Segui la rubrica sui profili social del Ministero Affari Esteri, su studyinitaly.it e sul no

AGROALIMENTARE: A ROMA "MERCATO MEDITERRANEO", FOCUS SU CINA (1)

Roma, 8 nov - 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 Mercato Mediterraneo che si tiene da domani al 12 novembre alla Fiera di Roma e che, attraverso un fitto progra... (© 9Colonne - citare la fonte)

Digita bigITALY e SCARICA L'APP

SI STUDY in ITALY
Study in Italy, parola ai giovani stranieri che hanno scelto di studiare nel nostro Paese
Segui la rubrica sui profili social del Ministero Affari Esteri, su studyinitaly.it e sul nos

AGROALIMENTARE: A ROMA "MERCATO MEDITERRANEO", FOCUS SU CINA (2)

Roma, 8 nov - Focus poi su 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 ... (© 9Colonne - citare la fonte)

La Gazzetta del Gusto
Informazione per Buongustai

Gazzetta del Gusto

Mercato Mediterraneo chiude i battenti tra ricerca e mercato, eccellenze e trend futuri

gazzettadelgusto.it/eventi/concluso-mercato-mediterraneo-2019-unedizione-ricchissima/

Redazione

November 14, 2019

> Cala il sipario sulla quattro giorni organizzata da Fiera Roma per raccontare e condividere progetti e scambi di idee, business e networking, con la partecipazione di rappresentanti istituzionali provenienti da tutto il mondo. Un ricco programma culturale che conferma la validità di un salone in continua crescita

Mercato Mediterraneo ha approfondito cultura e produzione alimentare del Mare Nostrum.

Roma al centro del *Mare Nostrum*, portavoce di un bacino unico al mondo e cuore pulsante dell'immenso patrimonio agroalimentare e di una civiltà millenaria. Quattro giorni di incontri, progetti e tavole rotonde, buyer e studiosi di livello mondiale, cooking show e aziende espositrici: è questo lo scenario raccontato da **Mercato Mediterraneo**, il salone ideato e organizzato da **Fiera Roma** che si è chiuso il 12 novembre. Un grande appuntamento professionale dedicato alle produzioni, alla qualità del cibo, alle sue prospettive economiche e il consolidamento delle relazioni tar i Paesi del bacino del Mediterraneo, all'insegna della sostenibilità e innovazione.

Concluso Mercato Mediterraneo 2019: un evento con grandi partner

L'evento ha coinvolto attivamente **Ministero delle politiche agricole, alimentari e forestali** (che ha patrocinato la manifestazione insieme al Ministero dello sviluppo economico), **CAR – Centro Agroalimentare Roma**, **Unaprol** – Consorzio Olivicolo Italiano, Coldiretti, **Università degli Studi di Roma Tor Vergata**, **ANAS** e gli ospiti speciali del **Dipartimento Salute dell'Università di Yale**.

Tanti i panel e gli incontri tematici nel corso dei quattro giorni (Foto © Malinda Sassu).

> *«La filiera agroalimentare* – dichiara l'amministratore unico e direttore generale di Fiera Roma, **Pietro Piccinetti** – *è il più universale ambasciatore dell'Italia nel mondo. Roma, Capitale del Mediterraneo per elezione e sede delle principali agenzie ONU che si occupano di Food, non può non avere un appuntamento che accenda l'attenzione sul settore agroalimentare in tutta la sua ricchezza e complessità, anche culturale. Da questa consapevolezza tre anni fa è nato Mercato Mediterraneo, che a conclusione di questa terza edizione vogliamo rilanciare con un messaggio importante sull'agrofood: occorre fare rete e lavorare in un'ottica di sinergie per valorizzare un comparto economico chiave per i nostri territori e per far sì che la nostra città torni finalmente ad avere un ruolo centrale dentro e fuori dai confini nazionali. In tal senso, abbiamo gettato con Excellence le basi del nuovo grande evento diffuso, Roma Food Exhibition, che punta a coinvolgere un numero crescente di partner con la Città Eterna a fare da teatro».*

Giovani promesse della ristorazione seguono un incontro di approfondimento (Foto © Facebook.

Sul palco la valorizzazione di cibi, luoghi e tradizioni legati ai territori che si affacciano su questo storico bacino, culla di antiche civiltà e che ancora oggi gode della considerazione mondiale proprio grazie al suo inestimabile patrimonio enogastronomico.

> «*Per il terzo anno* – spiega la curatrice culturale di Mercato Mediterraneo, **Francesca Rocchi** – *abbiamo cercato di sintetizzare in solo quattro giornate di salone tutto ciò che questo immenso mare può raccontare in termini di risorse economiche, culturali e sociali. Ma soprattutto abbiamo voluto puntare i riflettori sulle enormi potenzialità che può ancora esprimere per ribadire la sua centralità a livello globale e sulle tante sfide da affrontare, a partire da quella della sostenibilità, che rappresenta ormai una priorità non solo per i Paesi del Mediterraneo ma per l'intero Pianeta*».

Tantissime e tutte importanti le iniziative che in quattro giorni, dal 9 al 12 novembre, hanno animato i padiglioni della Fiera di Roma, a partire dall'ottava edizione di **Food, Wine & Co** organizzato dal Master in Economia e Gestione della Comunicazione e dei Media dell'Università di Roma "Tor Vergata" nella persona del suo Direttore **Simonetta Pattuglia**, in collaborazione con la giornalista **Paola Cambria**: tre giornate intense di formazione sul tema *"Food Brand, quando il cibo diventa marca"* che hanno ospitato 6 Master Class dedicate, esposizioni di partner e sponsor e la Tavola Rotonda Internazionale. Un'occasione per comprendere e analizzare, anche da un punto di vista manageriale, come creare e gestire esperienze uniche, durevoli e di successo in questo settore ancora così potenzialmente attrattivo del nostro Paese. Hanno completato l'offerta formativa presentazioni, show cooking e degustazioni.

Da sx: Ermanno Russo, Paola Cambria, Raoul Romoli Venturi, Simonetta Pattuglia, Alexandra Devarenne, Claudia Guadagni, Anna Flavia Pascarelli, Mirko Scaramella.

A chiudere la fiera, infine, il seminario **"Il Cibo del Mare"** con la partecipazione di un centinaio di cuochi di **APCI** – **Associazione Professionale Cuochi Italiani**, all'opera inoltre con divertenti cooking show. Spettacoli tra i fornelli che durante Mercato Mediterraneo sono andati in scena anche presso la cooking station del **CAR** (a cura di **Fabio Campoli** e il suo gruppo di Azioni Gastronomiche e Prodigus.it) e l'area del **MIPAAF**, declinando le straordinarie risorse ittiche nel piatto.

Spazio, infine, alla consegna del premio **Roma Food Exhibition** *"Critico enogastronomico 2019"* – curato **da Fiera Roma, Excellence** e Emergente del critico enogastronomico **Luigi Cremona** – che nasce nell'ambito dell'omonimo evento lanciato quest'anno. Il riconoscimento, frutto di un'accurata selezione dello stesso Cremona e dell'APCI, ha eletto **Sonia Ricci** di Repubblica come migliore giornalista enogastronomico dell'anno per il suo impegno nella divulgazione dei temi legati al Food&Wine. Un comparto, quest'ultimo, che conferma Roma come Capitale mondiale e, secondo TripAdvisor, anche regina d'Italia per gli utenti a caccia di esperienze a tavola.

Mercato Mediterraneo, infatti, 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, 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.

Gazzetta del Gusto

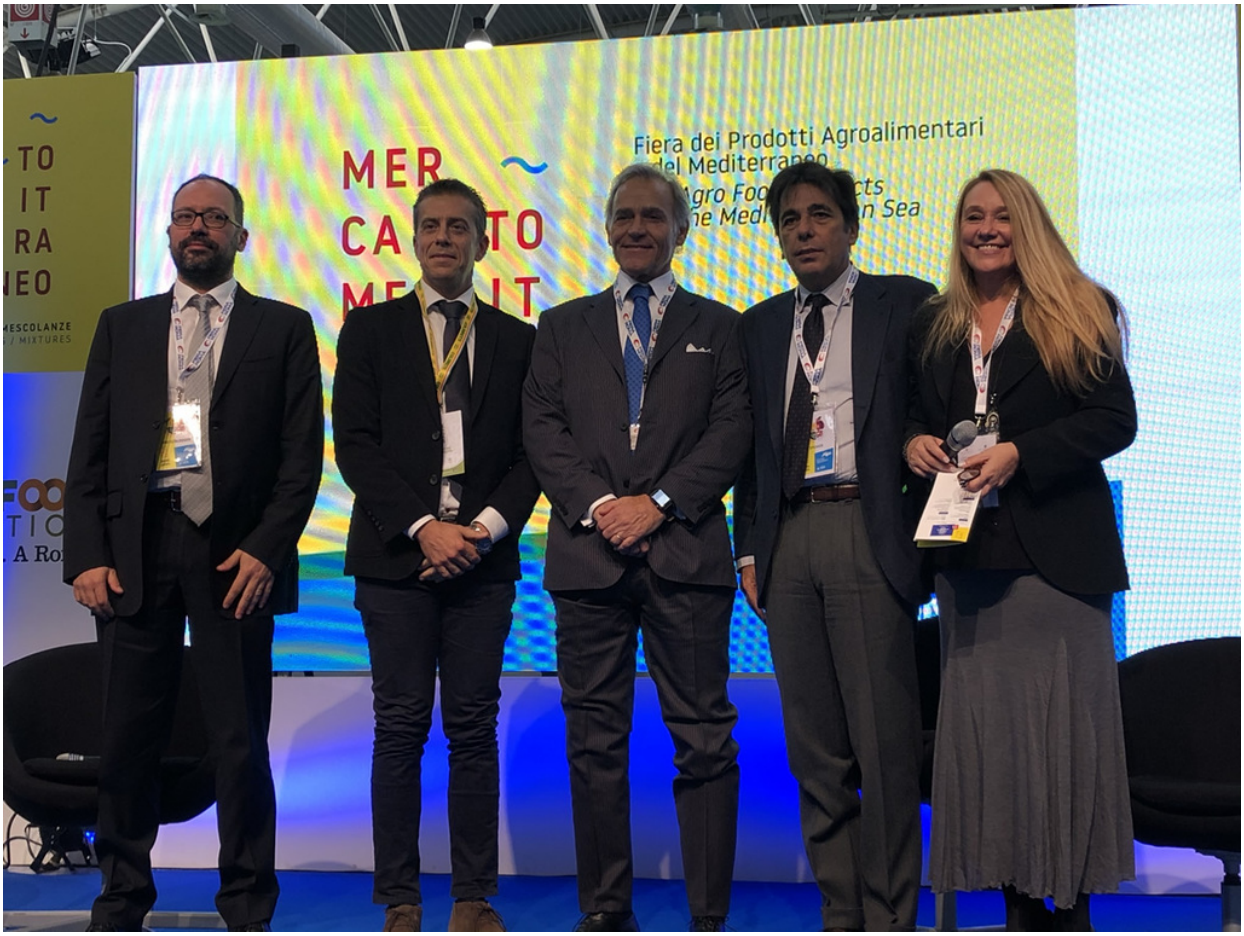
Mercato Mediterraneo: cibo, cultura, storia e tradizioni in quattro giorni di incontri ed emozioni

gazzettadelgusto.it/eventi/inaugurazione-mercato-mediterraneo-dalla-dieta-mediterranea-in-poi/

Malinda Sassu

November 10, 2019

> La Dieta Mediterranea e il suo riconoscimento Unesco hanno inaugurano la terza edizione del Salone agroalimentare ideato da Fiera Roma: produzioni e opportunità del Mediterraneo, momenti di interscambio, workshop, eccellenze del territorio e cooking show sono solo alcuni degli appuntamenti in scena a Roma fino al 12 novembre



Mercato Mediterraneo è partito sabato 09 novembre (Foto © Malinda Sassu).

Era il 16 novembre 2010 quando a Nairobi, in Kenya, la **Dieta Mediterranea** veniva proclamata **Patrimonio Culturale Immateriale dell'umanità** da parte dell'Unesco, a tutela dell'importanza di uno stile alimentare, teorizzato negli anni Cinquanta dallo scienziato americano **Ancel Keys**. Non un semplice elenco di alimenti, come dichiarato nella sua Carta dei Valori, piuttosto uno stile di vita, rispetto per le biodiversità ma soprattutto espressione e identità di popoli e territori del Mare Nostrum.

In prossimità del decimo anniversario dall'importante riconoscimento mondiale, la **Dieta Mediterranea** è diventata quindi protagonista dell'inaugurazione di **Mercato Mediterraneo**, la fiera agroalimentare organizzata dall'ente **Fiera Roma**, fino al 12 novembre.

Inaugurazione Mercato Mediterraneo: si parla di Dieta Mediterranea

Un grande talk di apertura ideato e condotto da **Francesca Rocchi**, vicepresidente di Slow Food e curatrice culturale della manifestazione che da tre anni si propone come porta d'ingresso e momento di interscambio delle tradizioni agroalimentari del bacino del Mediterraneo. Un tema d'apertura importantissimo che abbraccia e coinvolge produzioni e territori, popoli e tradizioni di Italia, Grecia, Spagna, Marocco, Cipro, Portogallo e le isole di Brač e Hvar in Croazia.

Francesca Rocchi, vicepresidente di Slow Food e curatrice di Mercato Mediterraneo (Foto © Malinda Sassu).

L'occasione è quella giusta per trattare bilanci e sviluppi sui progetti di promozione che ruotano intorno ai quattro pilastri della Dieta Mediterranea, ovvero pesce, olio extravergine, agrofood e stile di vita e con un parterre d'eccezione: a partire da **Fabio Massimo Pallottini**, direttore generale del **CAR**, Centro Agroalimentare di Roma, il più grande di tutta Europa che ha evidenziato l'importanza della Capitale come bacino di consumo e della filiera ittica legata alla sana alimentazione secondo i paradigmi della Dieta della "lunga vita". A seguire, l'intervento di **Nicola Di Noia**, responsabile **Olio Coldiretti**, incentrato sul trend di consumo dell'extravergine d'oliva, la sua salvaguardia e la diffusione reale sulle tavole italiane, dall'acquisto delle vere eccellenze italiane sparse sul territorio fino alla sue contraffazioni nel panorama mondiale. Proprio alle proprietà e all'importanza dell'Oro Verde sarà dedicata un'importante Tavola Rotonda, il 10 novembre dal titolo *Il Futuro dell'olio del Med*, alla presenza di importanti nomi del mondo accademico dell'Università di Yale. Per finire, il segretario **dell'Associazione Cultura del Viaggio Luca Agostinelli** relatore sul cibo come identità, cultura e stile di vita, insieme alla bellissima narrazione multimediale di **Antonio Politano** dedicato al tema con immagini realizzate per **National Geographic**.

In linea con lo spirito di cooperazione di Mercato Mediterraneo, l'intervento di **Pietro Piccinetti**, amministratore unico e direttore generale di Fiera Roma, sulle novità che vedono l'ente al centro di importanti collaborazioni: a partire dalla nascita 3 anni fa di

Convention Bureau, l'organizzazione mista tra pubblico e privato nata per promuovere l'Italia e Roma in particolare, come MICE destination. Per arrivare alla "nuova casa", un nuovo abito dal nome **Roma Food Exhibition**, dove grandi iniziative si riuniranno sotto un unico ombrello nella volontà di fare squadra.

Nel programma della manifestazione, anche diversi cooking show (Foto © Malinda Sassu).

Sotto il claim "**Tutti insieme. A Roma**" si accenderanno i riflettori sulla visione globale del Food Business in un contesto importante come la Città Eterna: un nuovo grande evento che vede già coinvolti in questi giorni e nelle stesse date, **Mercato Mediterraneo** ed **Excellence**, la grande manifestazione capofila della ristorazione made in Italy. E nel futuro prossimo, anche il coinvolgimento del **Festival della Gastronomia** di **Luigi Cremona** e **Lorenza Vitali**.

Il ricco calendario di Mercato Mediterraneo

Molto fitta l'agenda degli appuntamenti che si terranno fino a martedì 12 novembre, nel ricco programma culturale patrocinato dal Ministero delle Politiche Agricole Alimentari e forestali e del Ministero dello Sviluppo Economico: piccoli e grandi produttori nei diversi spazi espositivi incontreranno buyers di tutto il mondo mentre incontri dedicati B2B dedicati al settore ittico si alterneranno ai cooking show a tema con il resident chef **Fabio Campoli**, nello stand del **CAR- Centro Agroalimentare** di Roma, fino ai focus sull'olio extravergine d'oliva ideati e organizzati da **Unaprol Consorzio Olivicolo Italiano**, fino allo stand del **MIPAAF** che valorizzerà la biodiversità del mare e le comunità che

dipendono dalla pesca.

Ma nel mirino della quattro giorni di Mercato Mediterraneo ci saranno anche i temi di sostenibilità marittima e in agricoltura, il turismo slow con i comuni certificati **"Spiga verde"** e l'importantissimo programma culturale, condotto **dall'Università di Tor Vergata** con il corso "**Food, Wine & Co. Quando il cibo si fa marca"**, il *Master in Economia e Gestione della Comunicazione e dei Media*, ideato dalla prof.ssa **Simonetta Pattuglia**, e che tratterà domani la Tavola Rotonda Internazionale dal titolo *"Food Brand: l'Italia, il Mediterraneo, il Mondo".*

La Gazzetta del Gusto
Informazione per Buongustai

Mercato Mediterraneo: alla Fiera di Roma sfila l'eccellenza agroalimentare del Mare Nostrum

01/11/2019

Cibi, produzioni, tradizioni e culture della civiltà mediterranea al centro della 3^ edizione del Salone in scena dal 9 al 12 novembre. Quattro giornate intense tra appuntamenti business, approfondimenti e networking

450 milioni di abitanti e un mercato strategico di crescente centralità, dall'olio extravergine d'oliva al vino, dalla pasta ai grani antichi, dal caffè ai superfood alle verdure conservate: l'eccellenza agroalimentare del **Mare Nostrum** sarà protagonista anche quest'anno, nella 3^ edizione di **Mercato Mediterraneo**, il concept ideato e organizzato dall'ente **Fiera Roma**, in programma dal **9 al 12 novembre**.

La Capitale sarà quindi il cuore pulsante di saperi, cibi, culture e idee del bacino mediterrano, attraverso un fitto programma di **incontri**, **seminari** e **masterclass** in un'ottica di sviluppo economico e di valorizzazione, tra buyer nazionali ed internazionali, rappresentanti delle istituzioni e studiosi provenienti da tutto il mondo.

Mercato Mediterraneo 2019: temi attuali e relatori importanti

Numerosi i temi che verranno trattati nei quattro giorni di **Mercato Mediterraneo 2019** negli spazi appositamente allestiti presso la **Fiera di Roma**: dalle future sfide del settore ittico e della filiera dell'olio EVO, ai canali commerciali che legano la Cina al Mediterraneo, fino ai temi della **sostenibilità in agricoltura**.

«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».

Relatori dal calibro internazionale sono attesi durante lo svolgimento della rassegna, 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; **Kyriakides Tassos** e **Vasilis Vasiliou** dell'Università di Yale; **Emanuele Dughera**, di Slow Food International e **Michele Bungaro**, capo comunicazione Consiglio Olivicolo Internazionale.

Il concept di Mercato Mediterraneo sarà quindi **AgroFoodMed** che sarà sviluppato attraverso vari cluster:

1. **OlioMed** e **Polifenolica**, dedicati al prodotto chiave del paradigma della dieta mediterranea e ai suoi effetti benefici per la salute;
2. **VerdeMare**, sulle produzioni ittiche sostenibili;
3. **Kaffeina,** area destinata alla bevanda più amata al mondo, dove si alterneranno i racconti delle torrefazioni artigianali, compreso quello dello storico Caffè Florian 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;
4. **Organic** stimolerà i consumatori sulla conoscenza dell'origine delle materie prime biologiche e sui metodi per ottenere cibi salutari
5. **Fuori Casa**, che prevede anche l'organizzazione del seminario "Il Cibo del Mare".

Importanti ed esplicative la parole di **Francesca Rocchi**, curatrice culturale di Mercato Mediterraneo:

«Culla di civiltà millenarie e di prodotti dalle radici antichissime, 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 Mediterreneo».

I contributi istituzionali all'evento

Importanti i contributi del **Ministero delle politiche agricole alimentari e forestali**, che patrocina il programma culturale della manifestazione e che partecipa con uno stand dedicato alla biodiversità e alle risorse del mare Mediterraneo; la **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; il **CAR – Centro Agroalimentare Roma**, che, oltre a incontri B2B riservati al settore ittico, curerà, con la collaborazione del **resident chef Fabio Campoli**, dei cooking show a base di prodotti ittici del Mediterraneo; **Unaprol – Consorzio Olivicolo Italiano** e lo **Studio Valla,** con il workshop dedicato alle modalità di accesso ai fondi della Commissione europea per il settore agro-food del Med.

Infine il **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**".

Numerosissimi gli altri appuntamenti che si terranno nella rassegna di Mercato Mediterraneo 2019, dal 9 al 12 novembre presso il padiglione 4, ingresso Est della Fiera di Roma.

Gazzetta del Gusto

“Food, Wine, & Co”: alla Fiera di Roma l’evento sul Food Branding

gazzettadelgusto.it/eventi/food-wine-co-seminario-sul-food-branding-alla-fiera-di-roma/

Malinda Sassu

October 30, 2019

> Sei Masterclass e una Tavola rotonda tnternazionale, cooking show e degustazioni: è il concept del seminario di formazione organizzato dal Master in Economia e Gestione della Comunicazione e dei Media dell’Università di Roma Tor Vergata. In programma il 9 – 10 e 11 novembre alla Fiera di Roma

In principio era il cibo, ovvero l'acquisto di un bene primario da consumare ai pasti, l'acquisto funzionale per soddisfare un bisogno. Oggi, la sua valenza va ben oltre: non si mangia solo per vivere ma per socializzare, condividere le esperienze legate al consumo di quel "prodotto" e far parte della sua storia.

Abbiamo quindi smesso di parlare di "cibo" per arrivare al "food" e al suo *branding,* alla sua marca, non intesa solo come etichetta ma come esperienza, identità e, soprattutto, qualità piuttosto che quantità. Nascono quindi i nuovi *foodie,* ovvero gli appassionati di cibo che ricercano dimensioni esperienziali da condividere sui social, siano essi momenti o prodotti legati al settore ed è proprio intorno a queste figure che si rivolgono le nuove tendenze di marketing e le nuove ricerche di posizionamento sui mercati.

Food, Wine, & Co: seminario sul Food branding alla Fiera di Roma

Quanto sia importante il branding nel food e la cultura della materia prima è il tema portante di "**Food, Wine, & Co**", il seminario di formazione giunto ormai alla sua ottava edizione, organizzato dal **Master in Economia e Gestione della Comunicazione e dei Media dell'Università di Roma Tor Vergata**. Tre intense giornate di formazione, dal **9 all' 11 novembre** presso la **Fiera di Roma**, dedicate ai brand italiani, prodotti, servizi, imprese, territori e, soprattutto, all'eccellenza che essi esprimono quale ricchezza distintiva e strategica, in ottica di sviluppo sostenibile e nel confronto con gli altri paesi e i trend internazionali.

Insomma, qualità, internazionalità, professionalità e Made in Italy saranno i valori su cui punterà l'intero lavoro ideato, organizzato e curato da **Simonetta Pattuglia**, Direttore del Master in Economia e Gestione della Comunicazione e dei Media dell'Università degli Studi di Roma "Tor Vergata", Docente di Marketing presso la stessa Università e da **Paola Cambria**, giornalista, Sommelier e Responsabile Comunicazione e Immagine della CIA-Agricoltori Italiani.

Un concept dedicato al settore agroalimentare mediterraneo, voluto in collaborazione con **Mercato Mediterraneo – Fiera di Roma** e **AliceTV** e con il patrocinio di **FERPI** e **ANSA**, dove il concetto di brand si unisce a quello del cibo, della birra e della gastronomia del made in Italy.

La struttura del seminario

Tre giornate suddivise tra 6 Masterclass e una Tavola rotonda internazionale, che si ampliano e si arricchiscono di numerosi momenti dedicati a presentazioni, cooking show con lo chef **Giulia Steffanina** di Alice Tv e **Alain Rosica**, Ristorante Belvedere dal 1933 (Frascati), insieme a degustazioni appositamente selezionati e presentati da esperti e responsabili di aziende partner o sponsor dell'evento presenti con spazi dedicati.

L'appuntamento, ospitato da Mercato Mediterraneo, progetto dedicato al settore agroalimentare mediterraneo presso la Fiera di Roma, sarà quindi un'occasione formativa per comprendere e analizzare, anche da un punto di vista manageriale, cibo, vino e dintorni e il loro posizionamento branding nel mercato attuale.

Per maggiori informazioni: **www.economia.uniroma2.it**

Mercato Mediterraneo e il Mare Nostrum

By Luca Sessa07/11/2019Eventi

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 di Yale, Educational Department; **Emanuele Dughera**, di Slow Food International; **Michele Bungaro**, capo comunicazione Consiglio Olivicolo Internazionale.

Fiera di Roma

"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 del Mercato Mediterraneo

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 destinata alla bevanda più amata al mondo, dove si 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.

Le parole di Francesca Rocchi

"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".*

Il programma dei panel

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 quella a tema energetico sulla **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.

I contributi istituzionali

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.

Le case history

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 promuove 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

DiRE
AGENZIA DI STAMPA NAZIONALE

“Quando il cibo diventa marca”: un successo l’evento di Tor Vergata

Redazione 13/11/2019 Scuola e Università

redazioneweb@agenziadire.com

Tre giornate di formazione in cui il concetto di brand si è unito a quello del cibo, della birra e della gastronomia del made in Italy

https://www.dire.it/13-11-2019/390037-quando-il-cibo-diventa-marca-un-successo-levento-di-tor-vergata/

ROMA – Si è conclusa "con grande successo" l'ottava edizione di **"Food, Wine & Co.",** il Seminario di Formazione, articolato in 6 Master Class e una Tavola Rotonda internazionale, **organizzato dal Master in Economia e Gestione della Comunicazione e dei Media dell'Università di Roma Tor Vergata.**

Anche quest'anno "Food, Wine & Co." ha dedicato tre intense giornate di formazione in cui il concetto di **brand** è unito a quello del cibo, della birra e della gastronomia del made in Italy.

Il tema della VIII edizione di "Food, Wine & Co." è stato **'Food brand: quando il cibo diventa marca'.** Un'occasione "per comprendere e analizzare, anche da un punto di vista manageriale, come creare e gestire esperienze uniche, durevoli e di successo in questo settore ancora così potenzialmente attrattivo del nostro Paese- spiegano gli organizzatori, in un comunicato-. Hanno completato l'offerta formativa presentazioni, **show cooking** con lo chef Giulia Steffanina di Alice Tv e Alain Rosica, Ristorante Belvedere dal 1933, Frascati, e degustazioni di cibi e bevande appositamente selezionati e presentati da esperti e responsabili di aziende partner o sponsor dell'evento presenti con spazi dedicati.

Le 6 Master Class hanno trattato **temi relativi all'esperienza nell'ambito agroalimentare ed eno- gastronomico:** le giornate di sabato 9 e lunedì 11 novembre sono state dedicate a sessioni tematiche su prodotti, servizi, sapori, luoghi, tradizioni, eventi e nuove tendenze.

https://www.dire.it/13-11-2019/390037-quando-il-cibo-diventa-marca-un-successo-levento-di-tor-vergata/

La mattina di domenica 10 novembre invece è stata destinata alla Tavola Rotonda Internazionale su **"Food Brand: l'Italia, il Mediterraneo, il Mondo"**, a cui hanno partecipato ospiti nazionali e internazionali.

Il Seminario è organizzato dal Master in Economia e Gestione della Comunicazione e dei Media dell'Università di Roma Tor Vergata in collaborazione con **Mercato Mediterraneo** – Fiera di Roma, Alice Tv e con il patrocinio di Ferpi e Ansa. I partners dell'evento sono Ega Worldwide Congresses & Events, CIA – Agricoltori Italiani, Acqua Filette, Alce Nero, ALET – Associazione Laureati Economia Tor Vergata, Alfio Neri, Birra del Borgo, Casata Mergè, Data Stampa, Istituto Marchigiano di Tutela Vini e Archi's Comunicazione.

"Quest'anno il focus di Food, Wine & Co. è **la marca** – afferma il curatore Simonetta Pattuglia –. È infatti sempre più interessante approfondire quali siano gli strumenti del marketing e della comunicazione adatti a far uscire il cibo dalla mera funzione materiale di prodotto commodity e farlo diventare un brand denso di valori e portatore anche di una visione come di uno stile di vita. Il cibo – prosegue il curatore – **abbandona la funzione puramente fisiologica per entrare in una dimensione esperienziale.** È una tendenza che oggi troviamo, per esempio, nel consumo del vino e delle birre sia industriali sia artigianali, nel consumo biologico e collegato al benessere, ma anche nei nuovi layout dei luoghi dove si mangia e dove si beve, sempre più spazi multifunzionali e collegati a forme di intrattenimento diverse dal consumo alimentare. Dunque quello del cibo – conclude Pattuglia – non è più visto come un settore industriale verticale ma un settore in grado di integrarsi con altri, come quello mediatico, che anche dal punto di vista industriale sono più forti sul mercato e sono quindi in grado di trainare il settore agroalimentare verso un futuro ancor più promettente".

https://www.dire.it/13-11-2019/390037-quando-il-cibo-diventa-marca-un-successo-levento-di-tor-vergata/

"Il Food ancora oggi è sinonimo di **italianità**, vuol dire territorio, heritage, longevità nel produrre qualità" ha affermato la professoressa Pattuglia. Paola Cambria, Responsabile Comunicazione e Immagine CIA – Agricoltori Italiani, ha spiegato invece come da parte del consumatore è "sempre più importante per i prodotti agroalimentari la filiera della **tracciabilità**, poiché i consumatori vogliono sapere da dove viene il prodotto prima di acquistarlo".

Lo speech di Raoul Romoli Venturi, Direttore Comunicazione e Pubbliche Relazioni Ferrero, invece ha posto sotto la lente quanto "La brand social responsibility è valida ed efficace solo se è all'interno del quadro della corporate responsibility, essa quindi non deve uscire dal Dna dell'impresa".

Domenica 10 novembre, nell'ambito della Tavola Rotonda Internazionale è stata inoltre presentata la Ricerca **"PMI italiane e Web Marketing: una ricerca sul settore oleario"** a cura di Simonetta Pattuglia, Direttore, Master in Economia e Gestione della Comunicazione e dei Media – Università degli studi di Roma "Tor Vergata", e Mirko Scaramella, Master in Economia e Gestione della Comunicazione dei Media, Università di Roma Tor Vergata & Food blogger, thedeliverdish.com.

Lo scopo della ricerca, iniziativa di Generazione Olio (attività che nell'ambito di Food, Wine & Co è dedicata al settore dell'olio extra vergine di oliva) realizzata in collaborazione con Slow Food Italia, è quello di analizzare quanto le piccole e medie imprese italiane, in particolar modo del settore oleario, siano consapevoli e utilizzino la comunicazione digitale e i suoi principali strumenti di promozione oggi

https://www.dire.it/13-11-2019/390037-quando-il-cibo-diventa-marca-un-successo-levento-di-tor-vergata/

a disposizione per presentare e posizionare appropriatamente le aziende sul proprio mercato. Alla ricerca, effettuata tramite la somministrazione di un questionario online, hanno risposto circa 225 aziende afferenti a Slow Food Italia, il 41% del campione. I risultati emersi hanno rilevato come **l'87% delle imprese considera fondamentale l'investimento in comunicazione**; a dimostrazione di ciò, anche il trend crescente degli investimenti che ha raggiunto quote del fatturato superiori al 2% in un arco temporale di tre anni.

Forte attenzione viene data anche al marchio: **più del 70% del campione sostiene che una confezione identificativa sia importante.** È emerso inoltre che la maggior parte imprese del settore oleario analizzate risultino orientate verso il web marketing, ma questo viene spesso gestito in maniera poco efficace causando quindi un mancato sfruttamento delle sue potenzialità. Solo il 24% del campione infatti dichiara di adottare già un piano di marketing mentre il 46%, invece, non ne fa utilizzo.

Date poi le domande più dettagliate e ficcanti, il campione della ricerca si è ristretto a 174 aziende che hanno dichiarato di essere presenti sul web. Per quanto riguarda gli strumenti online e la loro implementazione, il 90% delle aziende ha un sito web e un buon 70% si occupa di ottimizzarlo adottando strategie SEO e SEM. Per quanto riguarda l'utilizzo dei social, l'80% delle aziende ne fa uso, mentre sono meno della metà quelle che effettuano campagne promozionali del sito web tramite Google Ads. **Un dato allarmante che emerge dal questionario è l'attività "home made"**: spesso infatti, per circa il 70% delle risposte, è il proprietario dell'azienda ad occuparsi delle attività di

https://www.dire.it/13-11-2019/390037-quando-il-cibo-diventa-marca-un-successo-levento-di-tor-vergata/

marketing digitale. Solo il 7% delle aziende ha al proprio interno risorse dedicate a questo tipo di attività.

La Professoressa Pattuglia ha affermato nelle conclusioni della ricerca che **è essenziale effettuare un lavoro di sensibilizzazione verso le PMI del settore oleario** per approfondire le potenzialità offerte dal marketing digitale, sia per la comunicazione che per la vendita. Lunedì 11 novembre si è ripartiti con la terza master class, dedicata al Mondo dell'impresa. Hanno portato la loro esperienza Thomas Marino, Comunicazione e sviluppo strategico The Circle;
Leonardo Di Vincenzo, Birra del Borgo; Stefano Caccavari, Fondatore Mulinum Srl. Ha chiuso la sessione Pina Terenzi, Presidente Donne in campo-Cia. Durante la sessione è stato sottolineato quanto la ricerca dell'italianità, della storia, e delle antiche tradizioni, unito ad un'intuizione imprenditoriale, hanno permesso di diffondere brand e concept italiani nel panorama internazionale.

La quarta master class si è soffermata su **I Luoghi,** elemento che riesce a rendere esperienziale il concetto di food brand; sono intervenuti Alberto Mazzoni, Direttore Istituto Marchigiano di Tutela Vini; Bruno Bertero, Direttore Marketing PromoTurismo FVG; Luisa Piazza, Managing Director Visit Piemonte; Maria Luisa Caringella, Funzionario Puglia promozione, e Giuseppe Pagoto, Sindaco di Favignana.

Dopo lo showcooking dello chef Alain Rosica, **Ristorante Belvedere dal 1933,** Frascati, la giornata è proseguita con la quinta master class in programma focalizzata su **I Paesi** per esplorare la cultura alimentare italiana e il brand made in Italy in una dimensione internazionale

https://www.dire.it/13-11-2019/390037-quando-il-cibo-diventa-marca-un-successo-levento-di-tor-vergata/

La quarta master class si è soffermata su **I Luoghi,** elemento che riesce a rendere esperienziale il concetto di food brand; sono intervenuti Alberto Mazzoni, Direttore Istituto Marchigiano di Tutela Vini; Bruno Bertero, Direttore Marketing PromoTurismo FVG; Luisa Piazza, Managing Director Visit Piemonte; Maria Luisa Caringella, Funzionario Puglia promozione, e Giuseppe Pagoto, Sindaco di Favignana.

Dopo lo showcooking dello chef Alain Rosica, **Ristorante Belvedere dal 1933,** Frascati, la giornata è proseguita con la quinta master class in programma focalizzata su **I Paesi** per esplorare la cultura alimentare italiana e il brand made in Italy in una dimensione internazionale

. I relatori sono stati: Fabio Ventoruzzo, Direttore Reputation Institute Milano; Iacopo Florio, Sake Sommelier; Silvia Aloe, PR & External Communication Manager, Birra Peroni e Mario Liguori, Executive Director New Business & Broad Member, Ega Worldwide Congresses and Events.

La sesta ed ultima master class del Seminario ha interessato **i Food Trends,** per esplorare e far conoscere le nuove tecnologie e il futuro del made in Italy. Sono intervenuti Diego Pepini e Massimo Mearini, Founder e CEO di Albicchiere; Matteo Rettagliati, Bartender Roma; Laura Di Renzo, Professore di Nutrizione Clinica e Nutrigenomica; Antonio Natale, COO Agricolus; Graziana Grassini, Enologo consulente Tenuta San Guido e Mila Fumini Coordinatrice, RAGU.

Il concept di Food Wine & Co. è ideato da Simonetta Pattuglia, Responsabile Scientifico e Organizzativo di Food, Wine & Co., Direttore del Master in Economia e Gestione della Comunicazione e dei Media dell'Università degli studi di Roma "Tor Vergata", Docente di Marketing all'Università degli studi di Roma "Tor Vergata", con Paola Cambria, Comunicatrice, Giornalista, Sommelier e Responsabile Comunicazione e Immagine CIA – Agricoltori Italiani.

https://www.dire.it/13-11-2019/390037-quando-il-cibo-diventa-marca-un-successo-levento-di-tor-vergata/

Apre il ‘Mercato Mediterraneo’, la cultura incontra il cibo

- Erika Primavera
- 09/11/2019
- Lazio
- e.primavera@agenziadire.com

Esposizioni, presentazioni, temi e dibattiti caratterizzeranno i quattro giorni dell'evento fino alla conclusione di martedì

ROMA – Olio, caffè, grano e tradizione ittica. Dall’Italia alla Grecia, dal Libano all’Egitto, fino alla Spagna. Culture, Paesi e prodotti mescolati insieme nel grande contenitore del Mediterraneo. Sono questi gli elementi alla base della manifestazione dedicata all’intera filiera agroalimentare, finalizzata a valorizzare i cibi, le produzioni, le tradizioni e i valori del territorio e del mare: apre oggi alla Fiera di Roma ‘Mercato Mediterraneo’, l’appuntamento professionale internazionale rivolto agli operatori del settore che vogliono accrescere business e competenze nell’Area. Esposizioni, presentazioni, temi e dibattiti caratterizzeranno i quattro giorni dell’evento fino alla conclusione di martedì.

Tutta la filiera agroalimentare del Mediterraneo è racchiusa nel concept AgroFoodMed, un ambiente dinamico di confronto sull’agricoltura moderna e sperimentale. L’obiettivo è evidenziare e far conoscere metodi e processi che

salvaguardino prima di tutto la qualità, per una produzione responsabile sia sul piano industriale sia commerciale e distributivo, favorendo gli scambi commerciali.

“Vogliamo parla della cultura del Mediterraneo- spiega all’agenzia Dire la coordinatrice di Mercato Mediterraneo, Francesca Rocchi- di questo mare incredibile su cui si affacciano tre continenti e dove è praticamente è stato generato quello che si può considerare cultura dell’Occidente. Probabilmente mancava un evento dedicato proprio al cibo del Mediterraneo: non si parla molto delle possibilità di sviluppo e delle potenzialità di questo bacino che si potrebbero generare se solo iniziassimo a dialogare. Il cibo è un collante incredibile anche tra culture totalmente diverse”.

Diversi i temi si cui si sviluppa AgroFoodMed: – OlioMed, un approfondimento sul prodotto cardine della dieta mediterranea, rigorosamente extravergine d’oliva, che proseguirà con ‘Polifenolica’, il luogo degli incontri su tutto ciò che è benessere del Mediterraneo;
– Verde Mare, un nuovo modo di concepire la sostenibilità; – Kaffeina, un cluster dedicato all’energia vitale; – Organic, per approfondire l’origine delle materie prime biologiche; – Il Fuori Casa, un focus che indagherà su un mondo emergente e di grande attualità, caratterizzato da una crescita culturale che accompagna il cibo e l’enogastronomia.

“Ci concentriamo in particolare sui temi dell’extravergine e dell’ittico- sottolinea Rocchi- perché vorremmo farne parlare sempre di più”.

Mission di Mercato Mediterraneo è mettere in contatto i più importanti buyer dall’Italia e dal mondo, fornendo occasioni di incontro con operatori e utilizzatori finali, ma anche acquisire nuove prospettive e ispirazioni, grazie alla partecipazione di protagonisti eccellenti come Ministero delle Politiche Agricole, alimentari e forestali, l’Università di Tor Vergata di Roma e il Centro Agroalimentare Roma. Il tutto, ovviamente, raccontato anche attraverso la degustazione.

FIERA ROMA: ‘MERCATO MEDITERRANEO’ RACCONTA UNICITA’ LAZIO

“L’obiettivo è quello di portare all’attenzione di tutti l’unicità del Lazio e di Roma delle eccellenze enogastronomiche, a cominciare dal vino e dall’olio. In Italia ci sono tantissimi eventi dedicati all’agroalimentare ma noi abbiamo spinto moltissimo sulla parte scientifica e di ricerca, sviluppando collaborazioni interessanti con Unaprol e Car”. A dirlo all’agenzia Dire è Pietro Piccinetti, direttore generale di Fiera Roma, dove si è aperta oggi la quattro giorni di ‘Mercato Mediterraneo’, dedicata all’intera filiera agroalimentare e finalizzata a valorizzare i cibi, le produzioni, le tradizioni e i valori del mare e dei territori che vi si affacciano.

“L’appuntamento è cruciale anche perché offre un quadro d’insieme sulle produzioni e sulle opportunità del Mediterraneo, ponendo l’accesso sulle occasioni di business legato al comparto agroalimentare che, per l’Italia e soprattutto per il Lazio, rappresenta un asset produttivo importante”.

Infine, “quest’anno, abbiamo coniato ‘Tutti insieme per Roma’”, mettendo in relazione ‘Mercato Mediterraneo con ‘Excellence 2019’, l’evento enogastronomico che sempre oggi ha preso il via al Convention Center ‘La Nuvola’ dell’Eur.

CAR A ‘MERCATO MEDITERRANEO’: DOBBIAMO INNOVARE

“Siamo qui perché ci sentiamo coinvolti come sistema romano nel tentativo di organizzare nella Capitale una iniziativa sull’agroalimentare: non potevamo non esserci. E’ un processo non facile, di innovazione in un settore in cui Roma sconta purtroppo un ritardo storico”. Così Fabio Massimo Pallottini, direttore generale del Centro Agroalimentare Roma, presente alla Fiera di Roma dove si è aperta oggi la quattro giorni di ‘Mercato Mediterraneo’, dedicata all’intera filiera agroalimentare e finalizzata a valorizzare i cibi, le produzioni, le tradizioni e i valori del mare e dei territori che vi si affacciano.

“All’interno della manifestazione- continua- abbiamo provato a declinare un ragionamento soprattutto sulla filiera ittica, che il Car presidia, un mondo particolarmente importante per i ristoratori: da questo punto di vista possiamo vantare una eccellenza, una qualità e una varietà della gamma veramente unica, per questo ci sembra fondamentale poterla raccontare in questo contesto”.

Ma qual è lo stato di salute del settore ittico nel Lazio? “Il Lazio storicamente ha alcune marinerie come Anzio, Fiumicino, Civitavecchia, Terracina, dove ancora esiste una flotta di pescherecci importante. Certo, tutti scontano la scarsità delle risorse ittiche dei nostri mari- evidenzia Pallottini- Per quanto riguarda invece il consumo, è in crescita ma probabilmente ha bisogno di essere ‘raccontato’ e ‘spiegato’, perché c’è l’abitudine a consumare sempre gli stessi prodotti nonostante l’offerta impressionante sul mercato: anche questo è il senso di ‘Mercato Mediterraneo'”.

VIDEO | Pattuglia: “Tor Vergata porta alla Fiera di Roma il master ‘Food Wine & Co'”

- Nicoletta Di Placido
- 22/10/2019
- Lazio, Roma
- n.diplacido@agenziadire.com

In programma dal 9 al 12 novembre

ROMA – Dalle aule di **Tor Vergata** ai padiglioni della **Fiera di Roma**. Food Wine & Co, il Corso del Master in Economia e Gestione della Comunicazione e dei Media, sbarca a Mercato Mediterraneo, la manifestazione dedicata all’intera filiera agroalimentare in programma **dal 9 al 12 novembre**. A raccontare all’agenzia Dire i tre giorni dedicati a enogastronomia e agroalimentare è Simonetta Pattuglia, direttore del master.

– Il master di Tor Vergata esiste da otto anni, ma per la prima volta l’Università sceglie di svolgerlo all’interno di una fiera. Può spiegarci come nasce quest’idea?

“Eravamo partner di Mercato Mediterraneo già da due anni sulla base di una scelta culturale. Come Mercato Mediterraneo, anche Food Wine & Co aveva pensato di riscoprire il settore agroalimentare e di trasformazione alimentare in modo da poterlo portare verso le nuove generazioni. Si tratta di un settore di grande cultura, molto radicato in Italia, direi il primo per quanto riguarda il tanto famoso e anche osannato made in Italy. E dunque abbiamo pensato che non bastasse la partnership, ma che Mercato Mediterraneo potesse essere un contesto assolutamente facilitatore e anche molto coerente con le mission delle nostre masterclass e della nostra tavola rotonda internazionale”.

– Come sono organizzati questi tre giorni di formazione alla Fiera di Roma?

“Food Wine & Co consta di sei masterclass e percorre un tradizionale filone di management, marketing e comunicazione. Siamo una facoltà di Economia, quella di Tor Vergata, che si occupa anche di questo. I corsi percorreranno il filone dei prodotti, dei servizi, delle imprese e dei nuovi trend che osserviamo nel settore agroalimentare ed enogastronomico. In più, ci sarà un focus sui Paesi: non solo sull’Italia rispetto al Mediterraneo e al mondo, ma anche sul ruolo che assumono gli altri Paesi come sistemi nel momento in cui propongano le loro migliori produzioni dal punto di vista agroalimentare. Completa il tutto una tavola rotonda internazionale in cui poniamo a confronto ciò che succede in Italia con quello che accade negli altri Paesi. A partire dagli Stati Uniti, che per noi sono sempre uno stimolo molto interessante anche per riscoprire alcuni filoni tipicamente italiani di food che lì sono molto apprezzati. Penso alla dieta mediterranea, studiata a Yale e anche in altre realtà universitarie americane. Un confronto che ci aiuterà anche a capire in che termini l’Italia si posizioni nell’offerta della propria migliore produzione anche a livello di marketing e comunicazione”.

– Negli ultimi anni, si è parlato molto di una ripresa di questo settore, a partire dai molti giovani che scelgono di tornare a coltivare la terra. È davvero così?

A che punto è l’Italia? “Il nostro Paese ha vissuto verso il mondo agricolo e agroalimentare un rapporto a fasi alterne. Siamo un Paese a tradizione agricola, ma per troppi anni lo abbiamo dimenticato a favore di altri settori industriali. Poi, a inizio anni Duemila, abbiamo vissuto una seconda fase di grande rispolvero di questa tradizione anche grazie alle trasmissioni come Masterchef, che hanno avuto in realtà il merito di aver fatto riscoprire agli italiani quanto fosse importante la nostra tradizione agricola e le cucine regionali che tanto ci connotano nel mondo. Adesso siamo in una fase in cui per certi versi il settore sta risalendo, ma i numeri non sono esattamente quelli che potrebbero immaginarsi pensando al successo televisivo. Se dovessimo andare a vedere effettivamente le cifre di quanti giovani stanno tornando alla terra, vedremmo che dopo una piccola fiammata nel 2016-2017, in realtà oggi abbiamo di nuovo una forma di stasi. Il fenomeno certamente esiste e l’Italia si posiziona sempre tra i grandi per la sua agricoltura e per la sua produzione. Ma c’è anche un altro aspetto, che è quello degli attacchi verso il prodotto italiano. Il nostro Paese non è ancora salvo da fenomeni come l’italian sounding e i dazi, tornati ora in auge, ma rispetto ad alcuni anni fa forse comincia a essere più consapevole dell’importanza dei suoi prodotti agroalimentari. E proprio sulla consapevolezza, della popolazione ma anche della classe dirigente, potremmo forse cominciare a riequilibrare anche le sorti di questo settore così importante per il nostro Paese”.

– Può anticipare quali sono i trend che caratterizzano l’agroalimentare e l’enogastronomia in Italia e nel mondo?

“Uno dei nuovi trend è l’unione tra questo settore e quello dell’intrattenimento. Il cibo abbandona la funzione puramente fisiologica per entrare in una dimensione esperienziale. È una tendenza che oggi troviamo per esempio nel consumo del vino e delle birre sia industriali sia artigianali, che saranno peraltro presenti nelle nostre masterclass, ma anche nei nuovi layout dei luoghi dove si mangia e dove si beve, sempre più spazi multifunzionali dove si può degustare, ma anche leggere, conversare e magari vedere un film o una mostra d’arte. Dunque quello del cibo non è più visto come un settore verticale, ma in grado di mettere insieme altri settori che anche dal punto di vista industriale sono più forti sul mercato. Il settore mediatico e intrattenitivo, per esempio, abbiamo visto che sono capaci di valorizzare il cibo, la produzione e le marche italiane. E parlo di marche non a caso, perché quest’anno il focus di Food Wine & Co al Mercato Mediterraneo è proprio su questo: quali sono gli strumenti del marketing e della comunicazione per far uscire il cibo dalla funzione materiale di mero prodotto e farlo diventare una marca densa di valore e portatrice anche di una visione di vita”.

AGRA PRESS

agenzia quotidiana di informazioni - fondatore: Giovanni Martirano; direttore responsabile: Letizia Martirano
Via in Lucina, 15 - 00186 Roma; tel: 066893000; fax: 066871275

APPUNTAMENTI

ROMA: dal 9 al 12 novembre, fiera roma, nell'ambito della rome food exhibition, mercato mediterraneo, cibi/culture /mescolanze-fiera dei prodotti agroalimentari del mediterraneo.

PADOVA: 9 novembre, h.08:00-13:00, mercato coperto di campagna amica, prima appuntamento nell'ambito del gemellaggio tra coldiretti campagna amica padova e casoni della fogolana di codevigo, degustazione di sarde fresche alla griglia della societa' agricola alissa.

CASINA (RE): 9 novembre, h.09:00, via marconi 7, sala civica - biblioteca sincero bresciani, quarto appuntamento della scuola del paesaggio del parmigiano reggiano di montagna "disciplinare di produzione e managing del paesaggio agrario".

TREVISO: 9 novembre, h.09:00, via cal di breda 116, sede provincia di treviso, seminario l'economia elicoidale della chiocciola organizzato da istituto internazionale di elicicoltura cherasco.

BOLOGNA: 9 dicembre, h.10:00, sala fondazione di fico, convegno anabio-cia "nuova lex biologico – le opportunita'".

MONCALIERI (TO): 9 novembre, h.10:30, castello reale, nell'ambito di "coldiretti in castello, incontro "la campagna e' amica. l'agricoltura sociale e il cibo civile come nuovo modello di sviluppo dei territori" organizzato da coldiretti piemonte, con ferrero, ciampolini, di iacovo, curto, icardi, moncalvo, troccoli.

ROMA: 9 novembre, h.10:30, fiera roma, mercato mediterraneo, padiglione 4, palco, incontro di apertura dal titolo "buon compleanno dieta mediterranea!".

MERANO (BZ): 9 novembre, h.14:00, piazza teatro 2, teatro puccini, nell'ambito del merano wine festival, presentazione del "manifesto dei giovani del vino italiano" dell'associazione giovani produttori vinicoli italiani-unione italiana vini e milano wine week.

ROMA: 10 novembre, piazza san silvestro, seconda edizione della festa dei piccoli comuni del lazio a cura di legambiente lazio in collaborazione con regione lazio.

OVADA (AL): 10 novembre, h.10:30, parrocchia nostra signora dell'assunta, celebrazione giornata del ringraziamento 2019 organizzata da coldiretti alessandria e apertura del mercato degli agricoltori di campagna amica.

ZOGNO (BG): 10 ottobre, h.10:30, parrocchia di san lorenzo martire, messa per celebrazione giornata del ringraziamento di coldiretti bergamo.

ROMA: 10 novembre, h.15:00, viale asia 40, roma convention center la nuvola, nell'ambito di excellence-food innovation, presentazione del "manuale di gastrosofia, approccio multidisciplinare alla felicita' alimentare" con gli autori alex revelli sorini e susanna cutini.

ROMA: 10 novembre, h.15:00, fiera roma, mercato mediterraneo, padiglione 4, palco, tavola rotonda "il futuro dell'olio del med".

mangiaebevi

Appuntamenti

Mercato Mediterraneo: alla Fiera di Roma cala il sipario sulla terza edizione

REDAZIONE 2 SETTIMANE FA

TEMPO DI LETTURA STIMATO 2 MINUTI

Si spengono le luci sulla fiera dedicata alle eccellenze agroalimentari del Mare Nostrum

Cooperazione, progetti di sviluppo economico, best practice, scambi di idee, casi di studio su sostenibilità ed economia circolare, proposte in campo energetico e investimenti sul fronte turistico. Il tutto sotto un unico denominatore: le eccellenze agroalimentari del Mare Nostrum. È questo lo scenario raccontato da **Mercato Mediterraneo**, il salone ideato e organizzato da **Fiera Roma** che si è concluso dopo quattro giorni intensi di dibattiti, tavole rotonde, cooking show e presentazioni.

Ad animare il palco della fiera, organizzata nell'ambito della ***Roma Food Exhibition***, il nuovo grande evento diffuso dedicato alla filiera agroalimentare ed enogastronomica, ricercatori, rappresentanti istituzionali, operatori e imprenditori dal calibro nazionale e internazionale che, attraverso le loro testimonianze, hanno fornito interessanti spunti di riflessioni e possibili soluzioni per affrontare le sfide future di questo grande bacino, unico al mondo.

Tra gli stand, diverse aziende espositrici, a partire da quelle laziali la cui partecipazione è sostenuta da Regione Lazio, Camera di Commercio di Roma e Unioncamere Lazio, e associazioni come Cibo Futuro, Spighe Verdi, IUS Gustando e IUS Disputando, che hanno arricchito il programma della manifestazione con le loro iniziative a tema, rivolte sia al grande pubblico che ai buyer arrivati da Germania, Polonia, Spagna, Usa, Tunisia, Francia, Marocco e Grecia.

https://www.mangiaebevi.it/mercato-mediterraneo-alla-fiera-di-roma-cala-il-sipario-sulla-terza-edizione/

"La filiera agroalimentare – **dichiara l'amministratore unico e direttore generale di Fiera Roma, Pietro Piccinetti** – *è il più universale ambasciatore dell'Italia nel mondo. Roma, Capitale del Mediterraneo per elezione e sede delle principali agenzie ONU che si occupano di Food, non può non avere un appuntamento che accenda l'attenzione sul settore agroalimentare in tutta la sua ricchezza e complessità, anche culturale. Da questa consapevolezza tre anni fa è nato Mercato Mediterraneo, che a conclusione di questa terza edizione vogliamo rilanciare con un messaggio importante sull'agrofood: occorre fare rete e lavorare in un'ottica di sinergie per valorizzare un comparto economico chiave per i nostri territori e per far sì che la nostra città torni finalmente ad avere un ruolo centrale dentro e fuori dai confini nazionali. In tal senso, abbiamo gettato con Excellence le basi del nuovo grande evento diffuso, Roma Food Exhibition, che punta a coinvolgere un numero crescente di partner con la Città Eterna a fare da teatro".*

"Per il terzo anno – **spiegala curatrice culturale di Mercato Mediterraneo, Francesca Rocchi** – *abbiamo cercato di sintetizzare in solo quattro giornate di salone tutto ciò che questo immenso mare può raccontare in termini di risorse economiche, culturali e sociali. Ma soprattutto abbiamo voluto puntare i riflettori sulle enormi potenzialità che può ancora esprimere per ribadire la sua centralità a livello globale e sulle tante sfide da affrontare, a partire da quella della sostenibilità, che rappresenta ormai una priorità non solo per i Paesi del Mediterraneo ma per l'intero Pianeta".*

A chiudere la fiera, in particolare, il seminario "Il Cibo del Mare" con la partecipazione di un centinaio di cuochi di APCI – Associazione Professionale Cuochi Italiani, all'opera inoltre con divertenti show cooking. Spettacoli tra i fornelli che durante Mercato Mediterraneo sono andati in scena anche presso la cooking station del CAR (a cura di Fabio Campoli e il suo gruppo di Azioni Gastronomiche e Prodigus.it) e l'area del MIPAAF, declinando le straordinarie risorse ittiche nel piatto.

Spazio, inoltre, alla consegna del **premio Roma Food Exhibition "Critico enogastronomico 2019"** – curato da Fiera Roma, Excellence e Emergente del critico enogastronomico Luigi Cremona – che nasce nell'ambito dell'omonimo nuovo grande evento diffuso lanciato quest'anno. Il riconoscimento, frutto di un'accurata selezione dello stesso Cremona e dell'APCI, ha eletto **Sonia Ricci di Repubblica** come migliore giornalista enogastronomico dell'anno per il suo impegno nella divulgazione dei temi legati al Food&Wine.

https://www.mangiaebevi.it/mercato-mediterraneo-alla-fiera-di-roma-cala-il-sipario-sulla-terza-edizione/

FIRST & Food
Presidente: Ernesto Auci Direttore: Franco Locatelli

Mercato Mediterraneo: a Roma food, business e cultura

2 Novembre 2019 | by Giuliano De Risi |

Un mercato che interessa un bacino di 450 milioni di persone ed è fortemnente strategico. Esperti italiani ed esteri, buyers selezionati, aziende per approfondire le prospettive di crescita e di scambi. Ma anche appuntamenti enogastronomici

Business, approfondimento e networking per valorizzare cibi, produzioni, tradizioni e culture della civiltà mediterranea in un'ottica di sviluppo economico e di dialogo: questo in sintesi è "Mercato Mediterraneo", salone dell'agroalimentare mediterraneo che si terrà a Fiera di Roma dal 9 al 12 novembre.

A parlare di cibi, culture e mescolanze, ma anche saperi, idee ed esperienze per raccontare l'immenso patrimonio agroalimentare e la millenaria civiltà del mediterraneo saranno 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 di Yale, 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".

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 destinata alla bevanda più amata al mondo, dove si 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.

"Accanto all'aspetto puramente espositivo, proporremo – sottolinea la curatrice culturale di Mercato Mediterraneo, Francesca Rocchi – 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".

GIORNALE DI SICILIA

A Roma dal 9 torna Mercato Mediterraneo su cibo e tradizioni

31 Ottobre 2019

© ANSA

(ANSA) - ROMA - La Capitale sarà per quattro giorni il cuore del "Mare Nostrum", un hub dove si fondono cibi, culture, mescolanze, ma anche saperi, idee ed esperienze per raccontarne l'immenso patrimonio agroalimentare e la sua millenaria civiltà.

Dal 9 al 12 novembre, infatti, alla Fiera Roma apre di nuovo le porte il 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. "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". (ANSA)

ALTO ADIGE

A Roma dal 9 torna Mercato Mediterraneo su cibo e tradizioni

- 31 ottobre 2019

(ANSA) - ROMA - La Capitale sarà per quattro giorni il cuore del "Mare Nostrum", un hub dove si fondono cibi, culture, mescolanze, ma anche saperi, idee ed esperienze per raccontarne l'immenso patrimonio agroalimentare e la sua millenaria civiltà. Dal 9 al 12 novembre, infatti, alla Fiera Roma apre di nuovo le porte il 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. "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"

TORNA LA FIERA DEDICATA AI PRODOTTI AGROALIMENTARI DEL MARE NOSTRUM
dal 09/11/2019 al 12/11/2019

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 culturedella civiltàmediterranea in un'ottica di sviluppo economico e dialogo

La Capitale sarà per quattro giorni il cuore pulsante del Mare Nostrum, unhub 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 mercatostrategico e di crescente centralità. Dall'olio extravergine d'oliva al vino, dalla pasta aigrani antichi, dal caffèaisuperfoodalle verdure conservate,saranno numerosi i prodotti del Medal 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 lacrescitaagricola 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, relatoridal calibro internazionalecomePaolo De Castro, Primo Vice Presidente della CommissioneAgricoltura e Sviluppo rurale del Parlamento europeo; Alexandra Devarrenne, fondatrice dell'associazioneCalathena e di Olive Oil Alliance in California – YaleUniversity; KyriakidesTassoseVasilisVasilioudell'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 disalone 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 perchéin 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 delsistema 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 culturaleed economico".

Il concept di Mercato Mediterraneosarà 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 dellostorico Caffè Florian (la prima caffetteria in Italia), e gli incontri con i "caffettieri" del Med, con un occhio attentoalle 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 esui 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 aiprogetti 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’eventoCop 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’attuazionedi 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 saràin 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’Autostradadel 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; ilprogetto 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 virtuosadel 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

GLONAABOT.it

Cerca

SCABIN APPRODA | TORNA ROMA | ROMA CAPITALE | PALAZZO CIPOLLA | ROMA ANTOLOGICA | TORNA OLIMPICO | MOSTRA DI PIÙ

Articoli correlati: **A Roma dal 9 torna Mercato Mediterraneo su c ...**

GDS.IT — 8 GIORNI FA

A Roma dal 9 torna Mercato Mediterraneo su cibo e tradizioni

(ANSA) - ROMA - La Capitale sarà per quattro giorni il cuore del "Mare Nostrum", un hub dove si fondono cibi, culture, mescolanze, ma anche saperi, idee ed... Leggi l'articolo completo: A Roma dal 9 torna Mercato Mediterraneo ...→

2019-11-02 — - / -

ILGIORNALE.IT — 38 MINUTI FA

Suez, Cairo e Roma e i 150 anni di storia che hanno cambiato il Mediterraneo

ILSOLE24ORE.COM — 50 MINUTI FA

Torna la Music Week: perché Milano è la capitale della musica

Torna la settimana dedicata alla filiera del settore. Che ai piedi del Duomo continua a crescere: boom di pubblico ai concerti e discografia in crescita. La kermesse diventa

LIBEROQUOTIDIANO.IT — 13 ORE FA

Terremoto a Roma, parla l'esperto: "La natura fa il suo corso, perché ora la capitale rischia"

Dopo la scossa dell'altro giorno, Roma si interroga: il pericolo sismico è elevato? Delle risposte arrivano da Carlo Doglioni, presidente dell'Istituto N... Leggi l'articolo completo: Terremoto a Roma, parla l'esperto: "La n...→

2019-11-09 — 3 / 200

TODAY.IT — 1 GIORNI FA

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

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

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 di Yale, 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 destinata alla bevanda più amata al mondo, dove si 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 quella a tema energetico sulla **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 promuove 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

ROMATODAY ≡ Sezioni De Magna e beve Segnala Evento

Eventi / Cibo e Vino

Mercato Mediterraneo, a Roma la fiera sui prodotti agroalimentari del Mare Nostrum

★★★★★

DOVE

Fiera di Roma - Padiglione 4, ingresso Est

Via Portuense, 1645

QUANDO

Dal 09/11/2019 al 12/11/2019

Orario non disponibile

PREZZO

GRATIS

ALTRE INFORMAZIONI

Redazione
04 NOVEMBRE 2019 12:59

Mercato Mediterraneo, fiera Mare Nostrum | 9-12 novembre 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 mercatostrategico 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 Medal 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 lacrescitaagricola 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

I Narratori di Mercato Mediterraneo

‘Narratori’ d’eccezione, relatori dal calibro internazionale comePaolo 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 – YaleUniversity; Kyriakides Tassose Vasilis Vasiliou dell’Università di Yale, 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 disalone 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 perchéin 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 delsistema 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 culturaleed 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 dellostorico Caffè Florian (la prima caffetteria in Italia), e gli incontri con i "caffettieri" del Med, con un occhio attentoalle 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 esui 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*".

Focus sulla dieta mediterranea

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 aiprogetti 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'eventoCop 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'attuazionedi 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 promuove 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; ilprogetto 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 virtuosadel 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

ROMA E DINTORNI NOTIZIE

Mercato Mediterraneo, a Roma la fiera sui prodotti agroalimentari del Mare Nostrum

Posted By: admin_notizie 4 Novembre 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…

...continua la lettura dell'articolo >> http://www.romatoday.it/eventi/de-magna-e-beve/mercato-mediterraneo-fiera-9-12-novembre-2019.html

Fonte: Roma Today

CataniaOggi

Fiere: al via Mercato Mediterraneo, al centro i prodotti del Mare Nostrum

05 novembre 2019

Roma, 5 nov. (Adnkronos/Labitalia) - 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 vicepresidente 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 di Yale, 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”, aggiunge. 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 destinata alla bevanda più amata al mondo, dove si 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".

ilDenaro.it

Ildenaro.it

Fiere: al via Mercato Mediterraneo, al centro i prodotti del Mare Nostrum

5 Novembre 2019

Roma, 5 nov. (Adnkronos/Labitalia) – 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 vicepresidente 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 di Yale, 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", aggiunge.

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 destinata alla bevanda più amata al mondo, dove si 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”.

Fiere: al via Mercato Mediterraneo, al centro i prodotti del Mare Nostrum

Catania Oggi | 1 | 5-11-2019

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 ...

Leggi la notizia

Persone: mercato mediterraneo alexandra devarrenne
Organizzazioni: fiera roma congresso
Prodotti: med
Luoghi: mare nostrum roma
Tags: centro prodotti

ALTRE FONTI (4)

Fiere: al via Mercato Mediterraneo, al centro i prodotti del Mare Nostrum.

OGGI Treviso www.oggitreviso.it

Roma, 5 nov., Adnkronos/Labitalia, - 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 ...

Oggi Treviso - 5-11-2019

Persone: mercato mediterraneo alexandra devarrenne
Organizzazioni: fiera roma congresso
Prodotti: med
Luoghi: mare nostrum roma
Tags: centro prodotti

Fiere: al via Mercato Mediterraneo, al centro i prodotti del Mare Nostrum

Roma, 5 nov., Adnkronos/Labitalia, - 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 ...

il Denaro.it - 5-11-2019

Persone: mercato mediterraneo alexandra devarrenne
Organizzazioni: fiera roma agrofoodmed
Prodotti: med
Luoghi: mare nostrum roma

OGGI Treviso

Fiere: al via Mercato Mediterraneo, al centro i prodotti del Mare Nostrum.

Roma, 5 nov. (Adnkronos/Labitalia) - 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 vicepresidente 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 di Yale, 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", aggiunge.

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 destinata alla bevanda più amata al mondo, dove si 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".

Mercato Mediterraneo - Roma

Locandina

Categoria Fiera

Data Sabato 9 Novembre 2019 (Tutto il giorno)

Durata 6 novembre

Dettagli

Mercato Mediterraneo: dal 9 al 12 novembre, Fiera Roma, padiglione 4.

Dalla pesca del futuro alla lotta alla plastica, passando per i nuovi trend a tavola, gli esperti della blu economy salgono sul palco del salone dedicato ai prodotti agroalimentari del Mare Nostrum.

Tre Continenti (Europa, Asia e Africa); 450 milioni di abitanti; 200 milioni di viaggiatori registrati ogni anno nelle sue coste; un tasso di occupazione nel settore turismo che potrebbe arrivare a quota 2,8 milioni di posti di lavoro nel 2027; una flotta commerciale marittima che genera circa il 20% del commercio mondiale via mare; due industrie, quelle della pesca e dell'acquacoltura, che da sole fatturano 12 miliardi di dollari per oltre un milione di occupati; un bacino che custodisce una civiltà millenaria e una forte identità al plurale, che lo rendono uno straordinario laboratorio culturale; un mercato chiave per la comunità globale grazie al suo posizionamento geografico e alle sue immense risorse, a partire dal patrimonio agroalimentare che non a caso si associa alla dieta più sana del mondo.

Il Mare Nostrum si racconta dal 9 fino al 12 novembre nel corso di **Mercato Mediterraneo**, salone che per quattro giorni celebrerà l'agrifood di questa macroregione attraverso le testimonianze dei suoi produttori e le voci di alcuni dei più autorevoli esperti nazionali e internazionali, con un occhio sempre attento al business to business, alle opportunità di sviluppo di quest'area e ai temi legati alla blu economy.

Verterà sulle **sfide future del settore ittico** ma anche sulla **lotta alla plastica** e sui **nuovi possibili trend a tavola**, ad esempio, la tavola rotonda "**Med Mare Verde, da sempre per sempre**" (11 novembre, ore 15.00) che vedrà insieme studiosi come il biologo Silvio Greco, direttore della sede romana della stazione Marina Anton Dohrn, per raccontare i mari del Med al tempo dell'Antropocene, e Antonella Leone, ricercatore Ispra e presidente Marevivo Puglia, per fornire una fotografia sulla crescente presenza di meduse in quest'area che in un'ottica di economia circolare

potrebbero rappresentare una risorsa intelligente e sostenibile se riconosciuti come cibo innovativo.

Sul palco saliranno inoltre il direttore conservazione WWF Italia, Isabella Pratesi, che porrà l'accento su specie chiave per il Mediterraneo ma a rischio estinzione come gli squali; il responsabile progetti sostenibilità di Eataly Group, Michela Blengetti, che racconterà l'iniziativa congiunta con il consorzio Polieco sull'utilizzo di cassette per la pesca in polietilene in sostituzione di quelle polistirolo; il direttore generale del CAR - Centro Agroalimentare Roma, Fabio Massimo Pallottini, che fornirà un interessante punto di vista sul commercio ittico tra i grossisti in un'ottica di valorizzazione del made in Italy intesa come proposta unica al mondo per la qualità; il direttore della Fondazione Univerde, Giuseppe Di Duca, con la campagna nazionale "Mediterraneo da remare" #PlasticFree; il responsabile comunicazione del Consorzio Ricrea, Roccandrea Iascone, con il progetto Cuore Mediterraneo sul corretto riciclo di imballaggi in acciaio come barattoli e scatolette; la fotografa Ivana Puleo, che ha documentano la raccolta della plastica in mare ad opera dei pescatori nella mostra Fisher for Litter (presente in fiera).

Sarà un confronto aperto sugli accordi commerciali nell'ambito della grande Belt and Road Initiative e sui necessari investimenti in campo energetico, invece, la tavola rotonda "**L'energia del Med. La Nuova Via della Seta** (11 novembre, ore 11.30) che accenderà i riflettori sul rinnovato rapporto tra i popoli del Mare Nostrum e la Cina e sulle future soluzioni di tipo energy-oriented da sviluppare al fianco delle infrastrutture. Nuovi impianti e possibili scenari che saranno discussi con Angelo Raffaele Consoli, presidente del CETRI-TIRES Circolo Europeo per la Terza Rivoluzione Industriale (ipotizzata dal professor Jeremy Rifkin); Michele De Gasperis, presidente e fondatore dell'Istituto Italiano OBOR in prima linea nella cooperazione commerciale e culturale tra Italia e Repubblica popolare cinese; il Colonnello Luigi Cortellessa, a capo del Comando Carabinieri per la Tutela Agroalimentare, che farà un intervento su come si sta organizzando il reparto sul lavoro di monitoraggio in virtù di questi nuovi accordi; Salvatore Torrisi, amministratore delegato di Oranfresh (marchio con sede a Catania ma presente in tutto il mondo), che fornirà la sua visione di imprenditore da anni presente sul mercato cinese. Non mancherà lo spazio dedicato a uno dei prodotti "energetici" per antonomasia, il caffè.

Per conoscere infine il patrimonio ittico del Mare Nostrum, ma questa volta nel piatto, basterà fare una visita **negli spazi del CAR** - Centro Agroalimentare Roma e del Ministero delle politiche agricole agroalimentari e forestali. Lo chef Fabio Campoli e il suo gruppo di Azioni Gastronomiche e Prodigus.it penseranno a '**entusiasMare**' le menti e i palati.

Sul palco del MIPAAF invece, sabato 9 e domenica 10 si alternano gli **show cooking** a cura degli chef della Squadra Nazionale Associazione Professionale Cuochi Italiani "APCI Chef Italia", mentre lunedì 11 è la volta dell'associazione culturale "Cibo Futuro" e martedì 12 degli studenti dell'istituto alberghiero "A. Farnese" di Montalto di Castro.

The Parallel Vision

STORIE DI CULTURA DA ROMA

BY THE PARALLEL VISION ON 6 NOVEMBRE 2019 · (LASCIA UN COMMENTO)

Olio extravergine d'oliva, vino, pasta, grani antichi, caffè, superfood e verdure conservate: saranno questi i protagonisti del **Mercato Mediterraneo 2019**, la terza edizione del festival dedicato ai prodotti agro alimentari del nostro mare che si terrà alla **Fiera di Roma** da sabato 9 a martedì 12 novembre.

Il *concept* di **Mercato Mediterraneo** sarà sviluppato attraverso 6 *cluster*: **OlioMed**, **Polifenolica**, **VerdeMare**, **Kaffeina**, **Organic** e **Fuori Casa**. Quest'ultimo prevede anche l'organizzazione del seminario "**Il Cibo del Mare**" con la partecipazione di oltre 150 cuochi di **APCI – Associazione Professionale Cuochi Italiani**.

https://theparallelvision.com/2019/11/06/cibi-culture-e-mescolanze-torna-il-mercato-mediterraneo-alla-fiera-di-roma/

Ma non solo. A **Mercato Mediterraneo** si approfondiranno 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.

"*Culla di civiltà millenarie e di prodotti dalle radici antichissime*" racconta 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*".

La terza edizione del **Mercato Mediterraneo** si svolgerà all'interno del Padiglione 4 (ingresso est) della **Fiera di Roma** (Via Portuense 1645). L'ingresso è gratuito. Di seguito gli orari della manifestazione, il cui programma completo potete trovate su **mercatomediterraneo.it**:

– Sabato 9, domenica 10, lunedì 11 novembre: dalle 9.30 alle 17
– Martedì 12 novembre: dalle 9.30 alle 15

(© **The Parallel Vision** ⚭ _ Redazione)

https://theparallelvision.com/2019/11/06/cibi-culture-e-mescolanze-torna-il-mercato-mediterraneo-alla-fiera-di-roma/

MERCATO MEDITERRANEO ACCENDE I RIFLETTORI SULLA DIETA MEDITERRANEA A 10 ANNI
dal 09/11/2019 al 12/11/2019

Dal 9 al 12 novembre, Fiera Roma - padiglione 4 (ingresso gratuito)

MERCATO MEDITERRANEO ACCENDE I RIFLETTORI SULLA DIETA MEDITERRANEA A 10 ANNI DAL RICONOSCIMENTO UNESCO

Grande talk di apertura con parterre di rilievo per fare il punto sui progetti di promozione dei quattro pilastridell'elisir di lunga vita: pesce, olio extravergine, agrofood e stile di vita (9 novembre, ore 10.30). Nell'agenda della 3^ edizione del salone sui prodotti agroalimentari del Mare Nostrum anche la tavola rotonda sul futuro dell'oro verde (10 novembre, ore 15).

Salute, territorio e biodiversità. In due parole: Dieta Mediterranea. Un Patrimonio Culturale Immateriale dell'Umanità che sarà protagonista del taglio del nastro di Mercato Mediterraneo. La 3^ edizione del salone dedicato ai prodotti agroalimentari del Mare Nostrum, ideata e organizzata da Fiera Roma, si aprirà infatti sabato 9 novembrecon il talk 'Buon compleanno Dieta Mediterranea'(ore 10.30) che, in vista del decimo anniversario del riconoscimento Unesco nel 2020, fornirà un prezioso bilancio sugli sviluppi e sui progetti di promozione legati a quattro pilastri di questo elisir di lunga vita: pesce, olio extravergine, agrofood e stile di vita.
Asset che faranno da fil rouge a tutti gli appuntamenti in fiera, di scena fino al 12 novembre, attraverso il rilevante programma culturale che ha ottenuto il patrocinio del Ministero delle politiche agricole alimentari e forestali e del Ministero dello sviluppo economico. Un'agenda che vedrà alternarsi sul palco ospiti istituzionali, ricercatori ed esperti internazionali, rappresentanti di associazioni di categoria e operatori del settore agroalimentare per fare il punto sul valore economico e socio-culturale delle produzioni di questo importante bacino e gettare le basi per nuove opportunità di business in un'ottica di scambio e dialogo. Non a caso, il salone schiererà anche piccoli e grandi produttori, una rappresentanza di aziende laziali, la cui partecipazione è sostenuta da Regione Lazio, Camera di Commercio di Roma e Unioncamere Lazio, e diversi spazi gestiti da consorzi, associazioni e istituzioni per favorire la conoscenza delle eccellenze mediterranee e l'incontro tra domanda e offerta, grazie ai numerosi buyer provenienti da Germania, Polonia, Spagna, Usa, Tunisia, Francia,Marocco e Grecia. Si va dallo stand del CAR - Centro Agroalimentare Roma, che organizzerà incontri B2B dedicati al settore ittico insieme agli show cooking a tema con la collaborazione del resident chef Fabio Campoli, a quello di Unaprol Consorzio Olivicolo Italiano, fino a quello del MIPAAF. Uno spazio, quest'ultimo, che valorizzerà la biodiversità del mare, l'acquacoltura intelligente esostenibile, ma anche le 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.

A iniziare i lavori con 'Buon compleanno Dieta Mediterranea', Riccardo Rigillo, direttore generale a capo della Direzione Generale della Pesca Marittima e Acquacoltura del MIPAAF; Fabio Massimo Pallottini, direttore generale del CAR – Centro Agroalimentare Roma; Nicola Di Noia, responsabile Olio Coldiretti; Luca Agostinelli, segretario dell'associazione Cultura del Viaggio. Saranno loro ad approfondire - con la conduzione di Francesca Rocchi, coordinatrice culturale di Mercato Mediterraneo – lo stato dell'arte delle politiche nazionali sul settore ittico, i trend legati ai gusti dei consumatori, l'evoluzione di questo paradigma alimentare oggi inteso come potente driver turistico, il livello di cooperazione tra i Paesi del Med, con Grecia e Italia in prima fila. E a proposito di cooperazione, in linea con l'anima di Mercato Mediterraneo che sin dal suo esordio punta a valorizzare le opportunità che quest'immensa area è in grado di offrire, particolare attenzione sarà dedicata a un prodotto cardine della Dieta Mediterranea, l'olio extravergine d'oliva,nel corso della tavola rotonda'Il Futuro dell'olio del Med' (10 novembre, ore 15). Un'eccellenza sempre più richiesta nel mondo (+6% la crescita dei consumi), che oggi necessita di progetti e politiche condivisi a livello mediterraneo, antico e fondamentale bacino di produzione, per rilanciarne la competitività

e far fronte all'avanzamento di Paesi produttori emergenti come Australia, Argentina, Cina e Giappone. Il punto con Michele Bungaro, capo comunicazione Consiglio Olivicolo Internazionale; David Granieri,presidente di Unaprole presidente di Coldiretti Lazio; Duccio Morozzo Della Rocca, direttore e founder di Olive Bureau (società specializzata in consulenza internazionale nella produzione di olio extra vergine di oliva); Marco Sarandrea, componente Comitato Scientifico del Progetto Greco Aristoleo; Enrico Lupi, presidente dell'Associazione Città dell'Olio (in collegamento da Imperia). Con loro anche Alexandra Devarrenne, fondatrice dell'Associazione Calathena e di Olive Oil Alliance in California, Kyriakides Tassose Vasilis Vasiliou, dell'Educational Department dell'Università di Yale, che forniranno un importante aggiornamento sulla crescita dei consumi di olio extravergine negli Stati Uniti, legata non tanto alla quotidianità in cucina, quanto piuttosto agli effetti benefici per la salute.

Ma nel 'mirino' della quattro giorni di Mercato Mediterraneo ci saranno anche i temi della sostenibilità marittima e in agricoltura, dell'innovazione in campo energetico, degli investimenti nelle infrastrutture e per latutela del mare, del binomio salute-alimentazione, del turismoslow con i comuni certificati "Spiga verde", dei progetti europei a sostegno dell'agricoltura e della pesca, delle nuove professionalità legate allo sviluppo dei brand in ambito enogastronomico(con il corso "Food, Wine&Co. Quando il cibo si fa marca" Master in Economia e Gestione della Comunicazione e dei Media dell'Università di Roma Tor Vergata) fino ai nuovi trend del futuro a tavola, a partire dell'uso delle medusecome alimento. A declinarli, un parterre di ospiti che spazia dal campo della ricerca a quello dell'università, dal mondo politico a quello imprenditoriale, dalle associazioni e i consorzi di settore alle organizzazioni internazionali e di categoria. Tra questi: Paolo De Castro, Primo Vice Presidente della Commissione Agricoltura e sviluppo rurale del Parlamento europeo; Luigi Mupo, responsabile Area Gestione Rete Autostrada del Mediterraneo; Sandro Calmanti, Enea - coordinatore progetto Med-Gold; Emanuele Dugheradi Slow Food International; Claudio Bogliotti, capo ufficio UE/consigliere senior direttore, CIHEAM Bari; Colonnello Luigi Cortellessa, capo Carabinieri Tutela Agroalimentare; Livio De Santoli, prorettore Università La Sapienza Roma; Salvatore Torrisi, AD di Oranfresh; Michele De Gasperis, Istituto Italiano OBOR; Renato Costantini, direttore Florian; Isabella Pratesi, direttore Conservazione WWF Italia; Giuseppe Di Duca, direttore Fondazione Univerde; Antonella Leone, ricercatore Ispra e presidente di Marevivo Puglia; Silvio Greco, direttore della sede romana della stazione Marina Anton Dohrn e docente di Sostenibilità ambientale all'Università di Scienze Gastronomiche di Pollenzo; Michela Blengetti, responsabile progetti sostenibilità Eataly Group; Roccandrea Iascone, Consorzio Ricrea - Progetto Cuore Mediterraneo; Ivana Puleo, fotografa mostra Fishering for Littering; Simonetta Pattuglia, curatrice del corso Food Wine & Co. E direttrice del Master in Economia e Gestione della Comunicazione e dei Media dell'Università di Roma Tor Vergata; Sandra Ianni, sociologa e storica del cibo; Valentina Quattro, TripAdvisor; Ambra Grisotto, TripAdvisor; Nerina Di Nunzio, Food Confidential; Ernesto Di Renzo, Università di Tor Vergata; Antonello Lanzellotto, Uvet; Giordano Cioccolini, ristorante Jacopa; Luciano Sbraga, FIPE.

A valorizzare invece il cibo e chi lo produce saranno i diversi stand dei produttori presenti nel padiglione 4, ma anche i numerosi show cookinge i momenti di degustazione, che permetteranno ai visitatori di conoscere da vicino lo straordinario paniere agroalimentare e i prodotti ittici del Mediterraneo, comprese chicche gastronomiche come il riccio di mare di Santa Marinella o i finger food creati sulle ricette originali di Apicio e dell'uso del Garum (la salsa degli antichi Romani, a base di interiora di pesce e pesce salato) a cura dell'associazione CiboFuturo. A chiusura di Mercato Mediterraneo, infine, spazio al premio Roma Food Exhibition "Critico enogastronomico 2019", che sarà consegnato alla Fiera di Roma martedì 12 novembre alle ore 12.30. Un riconoscimento - frutto di un'accurata selezione a cura del critico enogastronomico Luigi Cremona e dell'APCI Associazione Professionale Cuochi Italiani - che eleggerà il migliore giornalista enogastronomico tra 5 finalisti.

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

Mercato mediterraneo, fiera dei prodotti agroalimentari - Fiera di Roma - Roma

06/11/2019

Fino a martedì 12 novembre 2019

Tutti gli eventi di Food a RomaEventi, spettacoli, concerti, mostre, sagre a RomaFiera di Roma

© pixabay.com

Roma - Da sabato 9 a martedì 12 novembre la **Fiera di Roma** si trasforma in un mercato alimentare con ***Mercato mediterraneo***, la fiera dei prodotti agroalimentari del Mare Nostrum. *Mercato mediterraneo* è un **luogo di esperienza, scambio, confronto**: sapori, profumi e suoni.

Roma - *Mercato mediterraneo* per il terzo anno consecutivo riunisce aziende, *buyer* nazionali e internazionali, rappresentanti istituzionali, studiosi ed esperti per portare in primo piano le produzioni dei paesi che si affacciano sul Mediterraneo, un bacino che ad oggi conta **450 milioni di abitanti**, con un mercato a dir poco strategico.

Roma - In mostra perciò il Mediterraneo con la **sua varietà di prodotti**, dall'olio extravergine di oliva al vino, dalla pasta ai grani antichi, dal caffé ai superfood, alle verdure conservate. Tanti i prodotti esposti nel salone del *Mercato mediterraneo*, e attraverso un fitto programma di incontri, si approfondiranno molti argomenti come: le sfide future del settore ittico e della filiera dell'olio Evo, in 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.

Tanti i narratori che si alterneranno nelle diverse sezioni della quattro giorni di *Mercato Mediterraneo*, tra cui **Paolo De Castro**, primo vice presidente della Commissione agricola e sviluppo rurale del Parlamento europeo, **Alexandra Dervarenne**, fondatrice dell'associazione Calathena e di Olive oil alliance in California, **Dyriakides Tassose Vasilis Vasiliou** dell'Università di Yale, **Emanuele Dughera**, Slow food international, **Michele Bungaro**, capo comunicazione Consiglio olivicolo internazionale.

Il cuore del *Mercato mediterraneo* sarà l'**AgroFoodMed**, il *concept* che racchiude in sé l'insieme dei prodotti che compongono la filiera agroalimentare mediterranea. Un ambiente dinamico di **confronto sull'agricoltura moderna** e sperimentale. Qui potranno trovare spazio un gran numero di produzioni, di mescolanze, quei processi che sono al centro della discussione quando si parla di cibo, e di Mediterraneo in particolare. Un segmento necessario per una riflessione sul ciclo del prodotto trasformato, dall'agricoltura alla tavola.

L'obiettivo dell'AgroFoodMed è quello di porre in evidenza e far conoscere **metodi e processi che salvaguardino per prima la qualità**, per una produzione responsabile sia sul piano industriale sia commerciale e distributivo, favorendo gli scambi commerciali. A completare una consapevole e innovativa connessione tra le caratteristiche **natura-qualità-business** ci sarà il coinvolgimento delle principali reti distributive nazionali e internazionali dell'agroalimentare.

AgroFoodMed si svilupperà su cinque importanti temi: **OlioMed**, un approfondimento sul prodotto cardine della dieta mediterranea e polifenolica, il luogo degli incontri su tutto ciò che è benessere del Mediterraneo. **Verde Mare**, un nuovo modo di concepire la sostenibilità del Med. **Kaffeina**, un cluster dedicato all'*Energia del Med*. **Organic**, dedicato all'origine delle materie prime biologiche. Un nuovo Focus dedicato al mondo emergente e di grande attualità de **Il fuori casa**.

Mercato Mediterraneo, 9-12 novembre padiglione a Fiera di Roma

di Redazione - 06 Novembre 2019 - 17:09

Roma – Salute, territorio e biodiversità. In due parole: Dieta Mediterranea. Un Patrimonio Culturale Immateriale dell'Umanità che sarà protagonista del taglio del nastro di Mercato Mediterraneo. La 3^ edizione del salone dedicato ai prodotti agroalimentari del Mare Nostrum, ideata e organizzata da Fiera Roma, si aprirà infatti sabato 9 novembre con il talk 'Buon compleanno Dieta Mediterranea' (ore 10.30) che, in vista del decimo anniversario del riconoscimento Unesco nel 2020, fornirà un prezioso bilancio sugli sviluppi e sui progetti di promozione legati a quattro pilastri di questo elisir di lunga vita: pesce, olio extravergine, agrofood e stile di vita.

Asset che faranno da fil rouge a tutti gli appuntamenti in fiera, di scena fino al 12 novembre, attraverso il rilevante programma culturale che ha ottenuto il patrocinio del Ministero delle politiche agricole alimentari e forestali e del Ministero dello sviluppo economico. Un'agenda che vedrà alternarsi sul palco ospiti istituzionali, ricercatori ed esperti internazionali, rappresentanti di associazioni di categoria e operatori del settore agroalimentare per fare il punto sul valore economico e socio-culturale delle produzioni di questo importante bacino e gettare le basi per nuove opportunità di business in un'ottica di scambio e dialogo. Non a caso, il salone schiererà anche piccoli e grandi produttori, una rappresentanza di aziende laziali, la cui partecipazione è sostenuta da Regione Lazio, Camera di Commercio di Roma e Unioncamere Lazio, e diversi spazi gestiti da consorzi, associazioni e istituzioni per favorire la conoscenza delle eccellenze

mediterranee e l'incontro tra domanda e offerta, grazie ai numerosi buyer provenienti da Germania, Polonia, Spagna, Usa, Tunisia, Francia, Marocco e Grecia.

Si va dallo stand del CAR – Centro Agroalimentare Roma, che organizzerà incontri B2B dedicati al settore ittico insieme agli show cooking a tema con la collaborazione del resident chef Fabio Campoli, a quello di Unaprol Consorzio Olivicolo Italiano, fino a quello del MIPAAF. Uno spazio, quest'ultimo, che valorizzerà la biodiversità del mare, l'acquacoltura intelligente e sostenibile, ma anche le 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.

A iniziare i lavori con 'Buon compleanno Dieta Mediterranea', Riccardo Rigillo, direttore generale a capo della Direzione Generale della Pesca Marittima e Acquacoltura del MIPAAF; Fabio Massimo Pallottini, direttore generale del CAR – Centro Agroalimentare Roma; Nicola Di Noia, responsabile Olio Coldiretti; Luca Agostinelli, segretario dell'associazione Cultura del Viaggio. Saranno loro ad approfondire – con la conduzione di Francesca Rocchi, coordinatrice culturale di Mercato Mediterraneo – lo stato dell'arte delle politiche nazionali sul settore ittico, i trend legati ai gusti dei consumatori, l'evoluzione di questo paradigma alimentare oggi inteso come potente driver turistico, il livello di cooperazione tra i Paesi del Med, con Grecia e Italia in prima fila.

E a proposito di cooperazione, in linea con l'anima di Mercato Mediterraneo che sin dal suo esordio punta a valorizzare le opportunità che quest'immensa area è in grado di offrire, particolare attenzione sarà dedicata a un prodotto cardine della Dieta Mediterranea, l'olio extravergine d'oliva, nel corso della tavola rotonda 'Il Futuro dell'olio del Med' (10 novembre, ore 15). Un'eccellenza sempre più richiesta nel mondo (+6% la crescita dei consumi), che oggi necessita di progetti e politiche condivisi a livello mediterraneo, antico e fondamentale bacino di produzione, per rilanciarne la competitività e far fronte all'avanzamento di Paesi produttori emergenti come Australia, Argentina, Cina e Giappone.

Il punto con Michele Bungaro, capo comunicazione Consiglio Olivicolo Internazionale; David Granieri, presidente di Unaprol e presidente di Coldiretti Lazio; Duccio Morozzo Della Rocca, direttore e founder di Olive Bureau (società specializzata in consulenza internazionale nella produzione di olio extra vergine di oliva); Marco Sarandrea, componente Comitato Scientifico del Progetto Greco Aristoleo; Enrico Lupi, presidente dell'Associazione Città dell'Olio (in collegamento da Imperia). Con loro anche Alexandra Devarrenne, fondatrice dell'Associazione Calathena e di Olive Oil Alliance in California, Kyriakides Tassos e Vasilis Vasiliou, dell'Educational Department dell'Università di Yale, che forniranno un importante aggiornamento sulla crescita dei consumi di olio extravergine negli Stati Uniti, legata non tanto alla quotidianità in cucina, quanto piuttosto agli effetti benefici per la salute.

Ma nel 'mirino' della quattro giorni di Mercato Mediterraneo ci saranno anche i temi della sostenibilità marittima e in agricoltura, dell'innovazione in campo energetico, degli investimenti nelle infrastrutture e per la tutela del mare, del binomio salute-alimentazione, del turismo slow con i comuni certificati "Spiga verde", dei progetti europei a sostegno dell'agricoltura e della pesca, delle nuove professionalità legate allo sviluppo dei brand in ambito enogastronomico (con il corso "Food, Wine&Co. Quando il cibo si fa marca" Master in Economia e Gestione della Comunicazione e dei Media dell'Università di Roma Tor Vergata) fino ai nuovi trend del futuro a tavola, a partire dell'uso delle meduse come alimento.

A declinarli, un parterre di ospiti che spazia dal campo della ricerca a quello dell'università, dal mondo politico a quello imprenditoriale, dalle associazioni e i consorzi di settore alle organizzazioni internazionali e di categoria. Tra questi: Paolo De Castro, Primo Vice Presidente della Commissione Agricoltura e sviluppo rurale del Parlamento europeo; Luigi Mupo, responsabile Area Gestione Rete Autostrada del Mediterraneo; Sandro Calmanti, Enea – coordinatore progetto Med-Gold; Emanuele Dughera di Slow Food International; Claudio Bogliotti, capo ufficio UE/consigliere senior direttore, CIHEAM Bari; Colonnello Luigi Cortellessa, capo Carabinieri Tutela Agroalimentare; Livio De Santoli, prorettore Università La Sapienza Roma; Salvatore Torrisi, AD di Oranfresh; Michele De Gasperis, Istituto Italiano OBOR; Renato Costantini, direttore Florian; Isabella Pratesi, direttore Conservazione WWF Italia; Giuseppe Di Duca,

direttore Fondazione Univerde; Antonella Leone, ricercatore Ispra e presidente di Marevivo Puglia; Silvio Greco, direttore della sede romana della stazione Marina Anton Dohrn e docente di Sostenibilità ambientale all'Università di Scienze Gastronomiche di Pollenzo; Michela Blengetti, responsabile progetti sostenibilità Eataly Group; Roccandrea Iascone, Consorzio Ricrea – Progetto Cuore Mediterraneo; Ivana Puleo, fotografa mostra Fishering for Littering; Simonetta Pattuglia, curatrice del corso Food Wine & Co. E direttrice del Master in Economia e Gestione della Comunicazione e dei Media dell'Università di Roma Tor Vergata; Sandra Ianni, sociologa e storica del cibo; Valentina Quattro, TripAdvisor; Ambra Grisotto, TripAdvisor; Nerina Di Nunzio, Food Confidential; Ernesto Di Renzo, Università di Tor Vergata; Antonello Lanzellotto, Uvet; Giordano Cioccolini, ristorante Jacopa; Luciano Sbraga, FIPE.

A valorizzare invece il cibo e chi lo produce saranno i diversi stand dei produttori presenti nel padiglione 4, ma anche i numerosi show cooking e i momenti di degustazione, che permetteranno ai visitatori di conoscere da vicino lo straordinario paniere agroalimentare e i prodotti ittici del Mediterraneo, comprese chicche gastronomiche come il riccio di mare di Santa Marinella o i finger food creati sulle ricette originali di Apicio e dell'uso del Garum (la salsa degli antichi Romani, a base di interiora di pesce e pesce salato) a cura dell'associazione CiboFuturo. A chiusura di Mercato Mediterraneo, infine, spazio al premio Roma Food Exhibition "Critico enogastronomico 2019", che sarà consegnato alla Fiera di Roma martedì 12 novembre alle ore 12.30. Un riconoscimento – frutto di un'accurata selezione a cura del critico enogastronomico Luigi Cremona e dell'APCI Associazione Professionale Cuochi Italiani – che eleggerà il migliore giornalista enogastronomico tra 5 finalisti.

Fiere: al via Mercato Mediterraneo, al centro i prodotti del Mare Nostrum

Condividi con gli amici
Invia agli amici

Roma, 5 nov., Adnkronos/Labitalia, - 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...

Leggi tutta la notizia

il Denaro.it | 05-11-2019 18:22

Categoria: ECONOMIA

OLISSEA™

NOTIZIE

OLISSEA ALLA MOSTRA MERCATO MEDITERRANEO CON 10 GIOVANI OLIVICOLTORI ITALIANI

7 NOVEMBRE 2019 • OLISSEA

http://www.olissea.it/olissea-sara-alla-mostra-mercato-mediterraneo-con-10-giovani-olivicoltori-italiani/

I giovani olivicoltori stanno affinando sempre di più le loro conoscenze dell'intera filiera dell'olio. Tuttavia, succede spesso che, dopo aver tanto studiato, investito nell'acquisto di macchinari di ultima generazione e aver finalmente prodotto un olio di suprema qualità, buona parte della produzione rimanga invenduta. Questo accade sia perché il mercato nazionale non è ancora consapevole della qualità esistente prodotta, sia perché per i produttori è complicato occuparsi contemporaneamente della produzione e della vendita. Per questa ragione Olissea ha invitato 10 produttori al suo stand presso la Mostra Mercato Mediterraneo, col proposito di stabilire nuovi contatti e aiutarli a trovare solidi canali di vendita. Durante i giorni della fiera sarà presente anche la stampa internazionale alla quale Olissea presenterà gli olivicoltori invitati perché possano raccontare direttamente le proprie storie.
#MercatoMediterraneo è la Fiera dei prodotti agroalimentari e del #Mediterraneo che mette al centro opportunità di business, di approfondimento e di networking. Vi aspettiamo dunque alla Fiera di Roma il 9-10-11-12 novembre 2019 – #MM19

AgroFoodMed è il concept che racchiude in sé l'insieme dei prodotti che compongono la filiera agroalimentare mediterranea.

Sarà un ambiente dinamico di confronto sull'agricoltura moderna e sperimentale. Qui potranno trovare spazio un gran numero di produzioni, di mescolanze, quei processi che sono al centro della discussione quando si parla di cibo, e di Mediterraneo in particolare. Un segmento necessario per una riflessione sul ciclo del prodotto trasformato, dall'agricoltura alla tavola.
L'obiettivo? Porre in evidenza e far conoscere

http://www.olissea.it/olissea-sara-alla-mostra-mercato-mediterraneo-con-10-giovani-olivicoltori-italiani/

metodi e processi che salvaguardino per prima la qualità, per una produzione responsabile sia sul piano industriale sia commerciale e distributivo, favorendo gli scambi commerciali. A completare una consapevole e innovativa connessione tra le caratteristiche natura-qualità-business ci sarà il coinvolgimento delle principali reti distributive nazionali e internazionali dell'agroalimentare.

AgroFoodMed si svilupperà su cinque importanti temi:

OlioMed, un approfondimento sul prodotto cardine della dieta mediterranea e Polifenolica, il luogo degli incontri su tutto ciò che è benessere del Mediterraneo. /Verde Mare, un nuovo modo di concepire la sostenibilità del Med. /Kaffeina, un cluster dedicato all'"Energia" del Med./Organic, dedicato all'origine delle materie prime biologiche./Un nuovo Focus dedicato al mondo emergente e di grande attualità de "Il Fuori Casa".

OlioMed

L'olio EXTRA VERGINE DI OLIVA non è solo un bene prezioso, è l'elemento chiave del paradigma della dieta mediterranea. A questo prodotto, Mercato Mediterraneo, dedica un ruolo centrale, rispondendo a precise richieste dal mercato interno e internazionale: l'olio è infatti il prodotto più ricercato e richiesto da professionisti e buyer.

Ecco perché il Salone si pone l'obiettivo di sviluppare le enormi potenzialità dell'Olio Extra Vergine, di valorizzare e dare spazio a produzioni di qualità di Olio Mediterraneo che soddisfino le esigenze più diverse di consumatori da tutto il mondo.

http://www.olissea.it/olissea-sara-alla-mostra-mercato-mediterraneo-con-10-giovani-olivicoltori-italiani/

Visitatori professionali dalla ristorazione, dalle collettività e dalle varie tipologie di dettaglio e distribuzione potranno assaggiare e acquistare in fiera. Premi e degustazioni, eventi ed educational completeranno la proposta.

Polifenolica – La nuova strada dell'extravergine.

In un mondo che scopre l'OLIO EXTRA VERGINE DI OLIVA, il Mediterraneo continua a essere il vero luogo di interesse soprattutto perché l'attenzione si è focalizzata sui benefici legati alla stretta relazione tra assunzione quotidiana di olio extra vergine di oliva e la forza vitale dei polifenoli.
La sessione dedicata vorrà stimolare i temi portati alla ribalta dai protagonisti dell'alta produzione di olio extra vergine di oliva e da coloro che hanno progettato nuove start up legate al tema, disseminati nei vari paesi del Med, coinvolgendo il mondo accademico, scientifico e politico.
Polifenolica sarà anche il contenitore per tutte quelle produzioni ad alto apporto di antiossidanti, come l'olio, gli agrumi, il pomodoro, alcune spezie, piante dalle proprietà straordinarie come l'aloe o come le alghe del MED. Non solo Food ma anche prodotti di alta cosmesi naturale per imparare a vivere in armonia con ciò che la natura del MED ci offre con generosità.

Info http://mercatomediterraneo.it/

http://www.olissea.it/olissea-sara-alla-mostra-mercato-mediterraneo-con-10-giovani-olivicoltori-italiani/

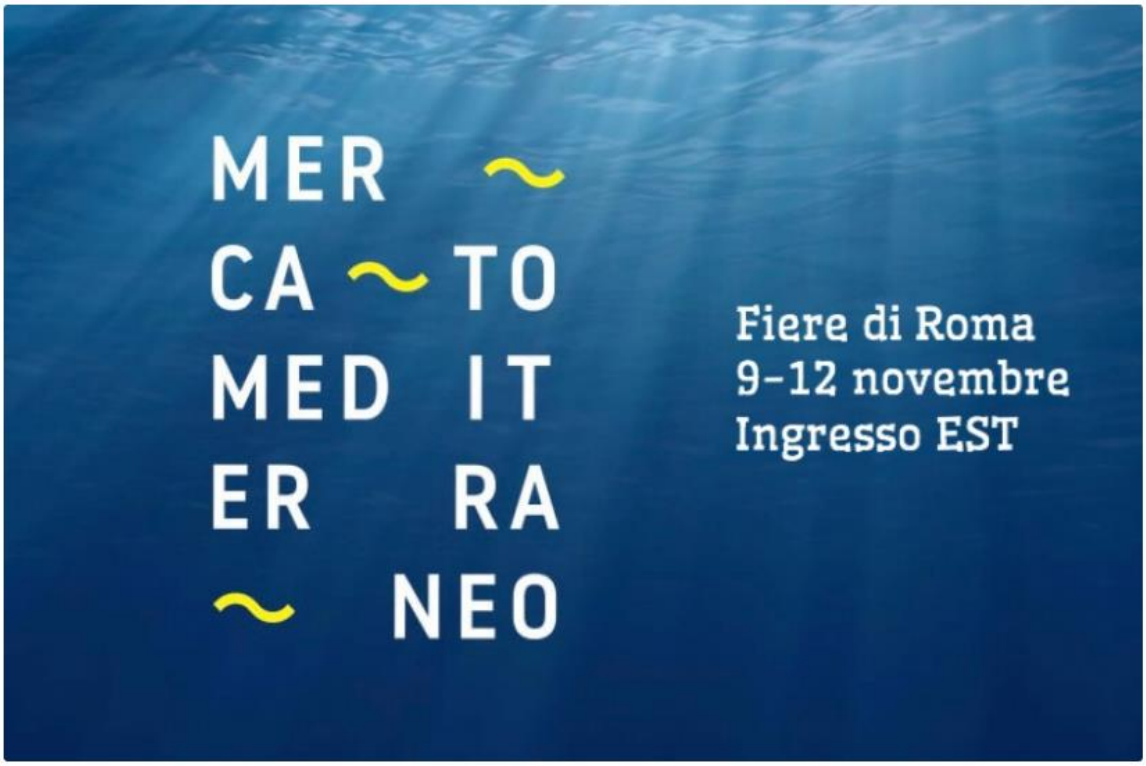
/PRO/DI/GUS
PROMOTORI DI GUSTO

MERCATO MEDITERRANEO 2019

Hom

DAL 9 AL 12 NOVEMBRE ALLA FIERA DI ROMA CON UN PROGRAMMA FIRMATO CAMPOLI CHE PROMETTE DI ENTUSIASMARE

07 nov 2019 • Redazione ProDiGus • Comunicati • 0 Commenti



http://www.prodigus.it/articoli/comunicati/mercato-mediterraneo-2019

Roma, 7 novembre 2019 – **Dal 9 al 12 novembre** la **Fiera di Roma** sarà sede del **Mercato Mediterraneo**, salone dell'agroalimentare dedicato alla **valorizzazione di culture, cibi e tradizioni** legati ai territori che affacciano su questo storico bacino, che è stato culla di numerose civiltà e che ancora oggi gode delle attenzioni del mondo intero grazie al suo patrimonio enogastronomico.

Un'occasione unica per **entrare in contatto con aziende, buyer nazionali e internazionali, rappresentanti istituzionali, studiosi ed esperti** e per celebrare questo mercato strategico e di crescente centralità, attraverso **seminari, tavole rotonde, cooking show e degustazioni** dedicate a scoprire, approfondire e innovare i nostri valori mediterranei.

A partire dagli stand del **Centro Agroalimentare Roma** e del **Ministero delle Politiche Agricole Agroalimentari e Forestali**, che quest'anno godranno di un **ricco programma d'intrattenimento** che promette di entusiasMare le menti e i palati. **Fabio Campoli** e il suo gruppo di **Azioni Gastronomiche** e **Prodigus.it** hanno messo a punto per loro un susseguirsi di incontri tematici ai quali non si potrà davvero mancare. Presso la cooking station del CAR, ad esempio, si disquisirà sul "temutissimo" **abbinamento gastronomico tra prodotti ittici e lattiero-caseari**, si potranno imparare con lo chef tutti i segreti per ottenere **zuppe di pesce perfette e "semplicemente differenti"**, e molto altro ancora.

Il palco del MIPAAF sarà invece animato nelle giornate di sabato 9 e domenica 10 dai cooking show degli **chef della Squadra Nazionale Associazione Professionale Cuochi Italiani "APCI Chef Italia"**; mentre lunedì 11 sarà la volta dell'**associazione culturale "Cibo Futuro"** e martedì 12 saranno gli studenti dell'**istituto alberghiero "A. Farnese" di Montalto di Castro** a proporre le loro ricette dedicate ai doni del mare.

Il concept di Mercato Mediterraneo 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 destinata alla bevanda più amata al mondo, dove si alterneranno i racconti delle torrefazioni artigianali e gli incontri con i "caffettieri"; **Organic**, che stimolerà i consumatori alla conoscenza dell'origine delle materie prime biologiche e sui metodi per ottenere cibi salutari.

Non per ultimo, il cluster **Fuori Casa**, dove martedì 12 novembre dalle 10.30 si terrà la tavola rotonda intitolata "**Il Cibo e il mare**", un'occasione d'incontro tra gli operatori del settore ittico e quelli del settore ristorativo, per confrontarsi sulle reciproche esigenze e costruire un futuro fatto di fiducia, collaborazione e nuovi servizi, a cura del Centro Agroalimentare Roma – con la presenza del direttore generale **Fabio Massimo Pallottini** - dell'Associazione Professionale Cuochi Italiani "APCI" e Campoli Azioni Gastronomiche.

Ed ecco a seguire il programma completo di Mercato Mediterraneo 2019!
Per maggiori informazioni visitate il sito www.mercatomediterraneo.it

Mercato Mediterraneo, 9-12 Novembre 2019

Fiere di Roma - Ingresso EST

Dal 9 al 11 novembre dalle 9.30 alle 17.00

Il 12 novembre dalle 9.30 alle 15.00

PROGRAMMA INTRATTENIMENTO STAND CENTRO AGROALIMENTARE ROMA

SABATO 9 NOVEMBRE 2019

ORA	INTERVENTO
11.00	Alici delle Meraviglie A cura di Patrizia Forlin e Angelica Amodei *Con Gusto Magazine*
12.40	Cooking Show A cura del Master in Economia e Gestione della Comunicazione e dei Media *Università degli studi di Roma Tor Vergata*
16.00	Le mie rotte del gusto A cura di Fabio Campoli *Azioni Gastronomiche*

http://www.prodigus.it/articoli/comunicati/mercato-mediterraneo-2019

DOMENICA 10 NOVEMBRE 2019

ORA	INTERVENTO
12.30	Pesce: zuppa contro zuppa A cura di Fabio Campoli *Azioni Gastronomiche*
16.00	Fish News A cura di Sara Albano *Prodigus.it – Promotori Di Gusto*

LUNEDI 11 NOVEMBRE 2019

ORA	INTERVENTO
10.30	Sgombro tutto! A cura di Fabio Campoli *Azioni Gastronomiche*
12.15	Cooking Show A cura del Master in Economia e Gestione della Comunicazione e dei Media *Università degli studi di Roma Tor Vergata*
16.00	Pesce e formaggio: si può fare? A cura di Prodigus.it – Promotori Di Gusto

MARTEDI 12 NOVEMBRE 2019

ORA	INTERVENTO
10.30 12.00	Tavola Rotonda: Il cibo del mare a cura di Centro Agroalimentare Roma, APCI Associazione Professionale Cuochi Italiani e Campoli Azioni Gastronomiche
14.00	La mia Accademia delle Stagioni A cura di Fabio Campoli *Clubacademy.it*

http://www.prodigus.it/articoli/comunicati/mercato-mediterraneo-2019

PROGRAMMA INTRATTENIMENTO STAND MIPAAF

SABATO 9 NOVEMBRE 2019

ORA	INTERVENTO
11.30	Cooking Show a cura di Squadra Nazionale Associazione Professionale Cuochi Italiani - APCI Chef Italia
15.30	Cooking Show a cura di Squadra Nazionale Associazione Professionale Cuochi Italiani - APCI Chef Italia

DOMENICA 10 NOVEMBRE 2019

ORA	INTERVENTO
11.30	Cooking Show – titolo ricetta a cura di Squadra Nazionale Associazione Professionale Cuochi Italiani - APCI Chef Italia
15.30	Cooking Show a cura di Squadra Nazionale Associazione Professionale Cuochi Italiani - APCI Chef Italia

LUNEDI 11 NOVEMBRE 2019

ORA	INTERVENTO
11.30	Ricci e Capricci a cura di Angelo Fanton *Cibo Futuro*
15.30	Cucina di mare e sostenibilità a cura di Angelo Fanton *Cibo Futuro*

MARTEDI 12 NOVEMBRE 2019

ORA	INTERVENTO
10.45	Cooking Show a cura degli studenti dell' I.P.S.E.O.A. "A. Farnese" - sede di Montalto di Castro
11.30	Cooking Show a cura degli studenti dell' I.P.S.E.O.A. "A. Farnese" - sede di Montalto di Castro

http://www.prodigus.it/articoli/comunicati/mercato-mediterraneo-2019

Il Nuovo Corriere di Roma e del Lazio

Direttore responsabile **Giovanni Tagliapietra**

Mercato Mediterraneo 2019: l'intrattenimento a cura di Fabio Campoli che promette di entusiasMare

Pubblicato il 7 novembre 2019.

Dal **9 al 12 novembre** la **Fiera di Roma** sarà sede del **Mercato Mediterraneo**, salone dell'agroalimentare dedicato alla **valorizzazione di culture, cibi e tradizioni** legati ai territori che affacciano su questo storico bacino, che è stato culla di numerose civiltà e che ancora oggi gode delle attenzioni del mondo intero grazie al suo patrimonio enogastronomico.

Un'occasione unica per entrare in contatto con **aziende, buyer nazionali e internazionali, rappresentanti istituzionali, studiosi ed esperti** e per celebrare questo mercato strategico e di crescente centralità, attraverso **seminari, tavole rotonde, cooking show e degustazioni** dedicate a scoprire, approfondire e innovare i nostri valori mediterranei.

A partire dagli stand del **Centro Agroalimentare Roma** e del **Ministero delle Politiche Agricole Agroalimentari e Forestali**, che quest'anno godranno di un ricco programma d'intrattenimento che promette di entusiasMare le menti e i palati. **Fabio Campoli** e il suo gruppo di **Azioni Gastronomiche** e **Prodigus.it** hanno messo a punto per loro un susseguirsi di incontri tematici ai quali non si potrà davvero mancare. Presso la cooking station del CAR, ad esempio, si disquisirà sul "temutissimo" abbinamento gastronomico tra prodotti ittici e lattiero-caseari, si potranno imparare con lo chef tutti i segreti per ottenere zuppe di pesce perfette e "semplicemente differenti", e molto altro ancora.

Il palco del MIPAAF sarà invece animato nelle giornate di sabato 9 e domenica 10 dai cooking show degli chef della **Squadra Nazionale Associazione Professionale Cuochi Italiani "APCI Chef Italia"**; mentre

lunedì 11 sarà la volta dell'**associazione culturale "Cibo Futuro"** e martedì 12 saranno gli studenti dell'**istituto alberghiero "A. Farnese" di Montalto di Castro** a proporre le loro ricette dedicate ai doni del mare.

Il concept di Mercato Mediterraneo 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 destinata alla bevanda più amata al mondo, dove si alterneranno i racconti delle torrefazioni artigianali e gli incontri con i "caffettieri"; **Organic**, che stimolerà i consumatori alla conoscenza dell'origine delle materie prime biologiche e sui metodi per ottenere cibi salutari.

Non per ultimo, il cluster **Fuori Casa**, dove martedì 12 novembre dalle 10.30 si terrà la tavola rotonda intitolata "**Il Cibo e il mare**", un'occasione d'incontro tra gli operatori del settore ittico e quelli del settore ristorativo, per confrontarsi sulle reciproche esigenze e costruire un futuro fatto di fiducia, collaborazione e nuovi servizi, a cura del Centro Agroalimentare Roma – con la presenza del direttore generale Fabio Massimo Pallottini – dell'Associazione Professionale Cuochi Italiani "APCI" e Campoli Azioni Gastronomiche.

Mercato Mediterraneo, 9-12 Novembre 2019

Fiere di Roma – Ingresso EST

Dal 9 al 11 novembre dalle 9.30 alle 17.00

Il 12 novembre dalle 9.30 alle 15.00

Per consultare il programma completo degli interventi e cooking show a cura di Campoli Azioni Gastronomiche cliccate sul seguente link:

http://www.prodigus.it/articoli/comunicati/mercato-mediterraneo-2019

EventiDOP.com
Giornale on line di informazione enogastronomica

Mercato Mediterraneo accende i riflettori sulla dieta Mediterranea a 10 anni dal riconoscimento UNESCO

7 Novembre 2019 Redazione

Dal 9 al 12 novembre, Fiera Roma – padiglione 4 (ingresso gratuito)

Grande talk di apertura con parterre di rilievo per fare il punto sui progetti di promozione dei quattro pilastri dell'elisir di lunga vita: pesce, olio extravergine, agrofood e stile di vita (9 novembre, ore 10.30).
Nell'agenda della 3^ edizione del salone sui prodotti agroalimentari del Mare Nostrum anche la tavola rotonda sul futuro dell'oro verde (10 novembre, ore 15).

Salute, territorio e biodiversità. In due parole: Dieta Mediterranea. Un Patrimonio Culturale Immateriale dell'Umanità che sarà protagonista del taglio del nastro di **Mercato Mediterraneo**. **La 3^ edizione del salone dedicato ai prodotti agroalimentari del Mare Nostrum**, ideata e organizzata da **Fiera Roma**, si aprirà infatti **sabato 9 novembre** con il talk *'Buon compleanno Dieta Mediterranea'* (ore 10.30) che, in vista del decimo anniversario del

riconoscimento Unesco nel 2020, fornirà un prezioso bilancio sugli sviluppi e sui progetti di promozione legati a quattro pilastri di questo elisir di lunga vita: pesce, olio extravergine, agrofood e stile di vita.

Asset che faranno da fil rouge a tutti gli appuntamenti in fiera, di scena **fino al 12 novembre**, attraverso il rilevante programma culturale che ha ottenuto il patrocinio del Ministero delle politiche agricole alimentari e forestali e del Ministero dello sviluppo economico. Un'agenda che vedrà alternarsi sul palco ospiti istituzionali, ricercatori ed esperti internazionali, rappresentanti di associazioni di categoria e operatori del settore agroalimentare per fare il punto sul valore economico e socio-culturale delle produzioni di questo importante bacino e gettare le basi per nuove opportunità di business in un'ottica di scambio e dialogo. Non a caso, il salone schiererà anche piccoli e grandi produttori, una rappresentanza di aziende laziali, la cui partecipazione è sostenuta da Regione Lazio, Camera di Commercio di Roma e Unioncamere Lazio, e diversi spazi gestiti da consorzi, associazioni e istituzioni per favorire la conoscenza delle eccellenze mediterranee e l'incontro tra domanda e offerta, grazie ai numerosi buyer provenienti da Germania, Polonia, Spagna, Usa, Tunisia, Francia, Marocco e Grecia. Si va dallo stand del CAR – Centro Agroalimentare Roma, che organizzerà incontri B2B dedicati al settore ittico insieme agli show cooking a tema con la collaborazione del resident chef Fabio Campoli, a quello di Unaprol Consorzio Olivicolo Italiano, fino a quello del MIPAAF. Uno spazio, quest'ultimo, che valorizzerà la biodiversità del mare, l'acquacoltura intelligente e sostenibile, ma anche le 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.

A iniziare i lavori con *'Buon compleanno Dieta Mediterranea'*, **Riccardo Rigillo**, direttore generale a capo della Direzione Generale della Pesca Marittima e Acquacoltura del MIPAAF; **Fabio Massimo Pallottini**, direttore generale del CAR – Centro Agroalimentare Roma; **Nicola Di Noia**, responsabile Olio Coldiretti; **Luca Agostinelli**, segretario dell'associazione Cultura del Viaggio. Saranno loro ad approfondire – con la conduzione di *Francesca Rocchi,* coordinatrice culturale di Mercato Mediterraneo – lo stato dell'arte delle politiche nazionali sul settore ittico, i trend legati ai gusti dei consumatori, l'evoluzione di questo paradigma alimentare oggi inteso come potente driver turistico, il livello di cooperazione tra i Paesi del Med, con Grecia e Italia in prima fila. E a proposito di cooperazione, in linea con l'anima di Mercato Mediterraneo che sin dal suo esordio punta a valorizzare le opportunità che quest'immensa area è in grado di offrire, particolare attenzione sarà dedicata a un prodotto cardine della Dieta Mediterranea, l'**olio extravergine d'oliva**, nel corso della tavola rotonda *'Il Futuro dell'olio del Med'* (10 novembre, ore 15). Un'eccellenza sempre più richiesta nel mondo (+6% la crescita dei consumi), che oggi necessita di progetti e politiche condivisi a livello mediterraneo, antico e fondamentale bacino di produzione, per rilanciarne la competitività e far fronte all'avanzamento di Paesi produttori emergenti come Australia, Argentina, Cina e Giappone. Il punto con **Michele Bungaro**, capo comunicazione Consiglio Olivicolo Internazionale; **David Granieri**, presidente di Unaprol e presidente di Coldiretti Lazio; **Duccio Morozzo Della Rocca**, direttore e founder di Olive Bureau (società specializzata in consulenza internazionale nella produzione di olio extra vergine di oliva); **Marco Sarandrea**, componente Comitato Scientifico del Progetto Greco Aristoleo; **Enrico Lupi**, presidente dell'Associazione Città dell'Olio (in collegamento da Imperia). Con loro anche **Alexandra Devarrenne**, fondatrice dell'Associazione Calathena e di Olive Oil Alliance in California, **Kyriakides Tassos** e **Vasilis Vasiliou**, dell'Educational Department dell'Università di Yale, che forniranno un importante aggiornamento sulla crescita dei consumi di olio extravergine negli Stati Uniti, legata non tanto alla quotidianità in cucina, quanto piuttosto agli effetti benefici per la salute.

Ma nel 'mirino' della quattro giorni di Mercato Mediterraneo ci saranno anche i temi della **sostenibilità** marittima e in agricoltura, dell'**innovazione in campo energetico**, degli investimenti nelle **infrastrutture** e per la **tutela del mare**, del binomio **salute-alimentazione**, del **turismo slow** con i comuni certificati "Spiga verde", dei **progetti europei** a sostegno dell'agricoltura e della pesca, delle **nuove professionalità legate allo sviluppo dei brand in ambito enogastronomico** (con il corso "Food, Wine&Co. Quando il cibo si fa marca" **Master in Economia e Gestione della Comunicazione e dei Media dell'Università di Roma Tor Vergata**) fino ai **nuovi trend del futuro a tavola**, a partire dell'uso delle **meduse** come alimento. A declinarli, un parterre di ospiti che spazia dal campo della ricerca a quello dell'università, dal mondo politico a quello imprenditoriale, dalle associazioni e i consorzi di settore alle organizzazioni internazionali e di categoria. Tra questi: **Paolo De Castro**, Primo Vice Presidente della Commissione

Agricoltura e sviluppo rurale del Parlamento europeo; **Luigi Mupo**, responsabile Area Gestione Rete Autostrada del Mediterraneo; **Sandro Calmanti**, Enea – coordinatore progetto Med-Gold; **Emanuele Dughera** di Slow Food International; **Claudio Bogliotti**, capo ufficio UE/consigliere senior direttore, CIHEAM Bari; **Colonnello Luigi Cortellessa**, capo Carabinieri Tutela Agroalimentare; **Livio De Santoli**, prorettore Università La Sapienza Roma; **Salvatore Torrisi**, AD di Oranfresh; **Michele De Gasperis**, Istituto Italiano OBOR; **Renato Costantini**, direttore Florian; **Isabella Pratesi**, direttore Conservazione WWF Italia; **Giuseppe Di Duca**, direttore Fondazione Univerde; **Antonella Leone**, ricercatore Ispra e presidente di Marevivo Puglia; **Silvio Greco**, direttore della sede romana della stazione Marina Anton Dohrn e docente di Sostenibilità ambientale all'Università di Scienze Gastronomiche di Pollenzo; **Michela Blengetti**, responsabile progetti sostenibilità Eataly Group; **Roccandrea Iascone**, Consorzio Ricrea – Progetto Cuore Mediterraneo; **Ivana Puleo**, fotografa mostra Fishering for Littering; **Simonetta Pattuglia**, curatrice del corso Food Wine & Co. E direttrice del Master in Economia e Gestione della Comunicazione e dei Media dell'Università di Roma Tor Vergata; **Sandra Ianni**, sociologa e storica del cibo; **Valentina Quattro**, TripAdvisor; **Ambra Grisotto**, TripAdvisor; **Nerina Di Nunzio**, Food Confidential; **Ernesto Di Renzo**, Università di Tor Vergata; **Antonello Lanzellotto**, Uvet; **Giordano Cioccolini**, ristorante Jacopa; **Luciano Sbraga**, FIPE.

A valorizzare invece il cibo e chi lo produce saranno i diversi stand dei produttori presenti nel padiglione 4, ma anche i numerosi **show cooking** e i **momenti di degustazione**, che permetteranno ai visitatori di conoscere da vicino lo straordinario paniere agroalimentare e i prodotti ittici del Mediterraneo, comprese chicche gastronomiche come il riccio di mare di Santa Marinella o i finger food creati sulle ricette originali di Apicio e dell'uso del Garum (la salsa degli antichi Romani, a base di interiora di pesce e pesce salato) a cura dell'associazione **CiboFuturo**. A chiusura di Mercato Mediterraneo, infine, spazio al **premio Roma Food Exhibition "Critico enogastronomico 2019"**, che sarà consegnato alla Fiera di Roma martedì 12 novembre alle ore 12.30. Un riconoscimento – frutto di un'accurata selezione a cura del critico enogastronomico Luigi Cremona e dell'APCI Associazione Professionale Cuochi Italiani – che eleggerà il migliore giornalista enogastronomico tra 5 finalisti.

Eventi dieta mediterranea, mercato Mediterraneo, roma

WineNews
THE POCKET WINE WEB SITE IN ITALY

L'AGENDA DI WINENEWS

Tartufo in asta, grandi vini al Merano Wine Festival, gli appassionati in cantina: tutti gli eventi

20 anni di Asta Mondiale del bianco d'Alba. Tornano il "salotto" di Merano e Cantine Aperte a San Martino. 100 anni de La Scolca e il Premio Batasiolo

Roma, 08 Novembre 2019, ore 11:46

Dal Castello di Grinzane Cavour tra i vigneti delle Langhe in Piemonte ad Hong Kong, Mosca e, per la prima volta, Singapore, da 20 anni si rinnova un appuntamento imperdibile per i gourmet e collezionisti da una parte all'altra del mondo: **l'Asta Mondiale del Tartufo Bianco d'Alba**, evento benefico che nel tempo ha saputo conciliare la promozione delle eccellenze del territorio con la destinazione internazionale di ingenti fondi a cause solidali - arrivando a raccogliere oltre 4,4 milioni di euro, ndr - di scena il 10 novembre nel Castello Patrimonio Unesco e sede dell'Enoteca Regionale Piemontese Cavour, in collegamento con le tre grandi metropoli, alla presenza di vip e personaggi famosi, dall'engastronomia all'imprenditoria, allo spettacolo, dal tristellato chef Umberto Bombana (il cui ristorante 8 1/2 Otto e Mezzo Bombana è la location dell'Asta ad Hong Kong) allo chef Davide Corso del Bosco Cafe di Mosca (in diretta dai Magazzini Gum nell'iconica Piazza Rossa), dallo stellato Beppe De Vito (proprietario di 5 ristoranti a Singapore, in collegamento dalla National Gallery) agli chef stellati Massimiliano Alajmo e Yong Zhang neo "Ambasciatori del Tartufo Bianco d'Alba nel Mondo", alla coppia Caterina Balivo e Enzo Iacchetti nelle vesti di battitori, affiancati dallo scrittore e giornalista Paolo Vizzari. All'incanto, in collaborazione con l'Ente Fiera Internazionale del Tarufo Bianco d'Alba, lotti straordinari di tartufo bianco di notevole pezzatura, in abbinamento ai grandi formati di Barolo e Barbaresco dei produttori del Consorzio di Tutela Barolo Barbaresco Alba Langhe e Dogliani, con i fondi raccolti che saranno destinati all'Istituto Mother's Choice, associazione benefica che aiuta bambini senza famiglia, vulnerabili ed in difficoltà. **Ecco uno degli eventi segnalati nell'agenda di WineNews**. Nella quale i grandi vini, invece, sono protagonisti anche di uno degli eventi più attesi, il **Merano Wine Festival** a Merano (da oggi al 12 novembre), tra i vigneti dell'Alto Adige, il "salotto buono" del vino italiano creato dal Wine Hunter Helmuth Köcher, tra grandi degustazioni, a partire dai vini premiati dal "The WineHunter Award", e verticali, forum, approfondimenti e molto altro, tra la cornice del Kurhaus e la GourmetArena.
Per tutti gli eno-appassionati l'appuntamento è con **Cantine Aperte a San Martino** (9-10 novembre), l'appuntamento autunnale promosso in Italia dal Movimento Turismo del Vino nei giorni dell'estate di San Martino: degustazioni di Novello ma anche di vecchie annate, passeggiate nei vigneti, assaggi di prodotti di stagione, riscoperta di antichi mestieri, merende, pranzi e cene con i vignaioli, corsi di cucina, musica, arte, laboratori per bambini, dal Veneto al Friuli, dalla Lombardia al Piemonte, dalle Marche all'Umbria, dal Lazio all'Abruzzo, dalla Campania alla Calabria fino in Puglia. Ma a San Martino cade anche, come da tradizione, la **Festa dell'Orto in Condotta di Slow Food** (11-18 novembre), all'edizione n. 12 con 21.000 studenti, dai 3 ai 14 anni, di 860 classi di circa 250 plessi in tutta Italia per cambiare il mondo lottando contro il cambiamento climatico a partire dalle piccole azioni che si possono fare nell'orto e non solo.
Tra gli eventi da segnalare ci sono anche una storica ricorrenza ed un premio. Il 9 novembre al Convention Center La Nuvola, capolavoro firmato dall'archistar Massimiliano Fuksas a Roma, all'Excellence Roma Food Exhibition si celebra **"La Scolca: 100 anni di passione enologica"**, la più antica cantina del Gavi, il bianco "cortese" del rosso Piemonte, con Chiara Soldati, discendente del grande maestro Mario Soldati alla guida dell'azienda di famiglia i cui vini nel tempo hanno deliziato i palati di Sophia Loren e Colin Firth,

Valentino e Giorgio Armani, ma anche di Elton John, Tom Cruise e Roger Federer, accanto a Capi di Stato come la Regina Elisabetta e Barack Obama. **Excellence Roma Food Exhibition** (9-11 novembre) che è l'evento della Capitale dedicato all'enogastronomia organizzato dai fratelli editori Pietro e Claudio Ciccotti, con una vera e propria parata di stelle dell'alta cucina, con ben 100 chef pronti a esibirsi dando libero sfogo al proprio estro - Roy Caceres, Angelo Troiani, Cristina Bowerman, Paolo Gramaglia, Marcello Trentini, Iside De Cesare, Oliver Glowig, Massimo Viglietti e Arcangelo Dandini, Anthony Genovese, Gianfranco Pascucci e Francesco Apreda, Paolo Trippini, Luciano Monosilio, Dino De Bellis e Faby Scarica - e 100 aziende con i loro prodotti in degustazione, tra cooking show, tavole rotonde, degustazioni, talk show, incontri B2B e B2C. Spazio anche ai Premi Excellence 2019, assegnati, tra gli altri, al tristellato Mauro Uliassi (Premio alla Carriera), Arcangelo Dandini (Chef Excellence - Omaggio ai maestri della cucina italiana), Paola Colucci (Ricetta di Donna), Isphere (Food Innovatio), Riso Buono (Azienda), Pier Daniele Seu (Comunicazione Social) e Berlucchi (We Love Tasting). E dove Alex Revelli Sorini e Susanna Cutini, gastrosofi e docenti dell'Università San Raffaele di Roma risponderanno alle domande "esiste la felicità alimentare? E soprattutto cos'è?" con la presentazione del loro **"Manuale di Gastrosofia, approccio multidisciplinare alla felicità alimentare"** , edito da Alieno Editrice (10 novembre), con lo chef di Uno Mattina Shady Hasbun e la giornalista di La Repubblica Manuela Zennaro. E con **Mercato Mediterraneo**, la fiera in contemporanea dedicata ai cibi del Mediterraneo (Fiera di Roma, 9-12 novembre), l'evento è cuore pulsante anche del Mare Nostrum e 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, con narratori come Paolo De Castro, primo vice èresidente della Commissione Agricoltura e Sviluppo Rurale del Parlamento Ue, Alexandra Devarrenne, fondatrice dell'associazione Calathena e di Olive Oil Alliance in California-Yale University, Kyriakides Tassos e Vasilis Vasiliou dell'Università di Yale, Educational Department, Emanuele Dughera, di Slow Food International, e Michele Bungaro, capo comunicazione Consiglio Olivicolo Internazionale.

Food Roma Venerdì 8 novembre 2019

Sagre Roma e Lazio: cosa fare, da Excellence food exhibition al vino novello

di Alessandra Pistolese

I prodotti di Mare Nostrum saranno al centro di ***Mercato mediterraneo*** che da **sabato 9 a martedì 12 novembre** trasformerà la Fiera di Roma in un grande mercato alimentare. La manifestazione per il terzo anno consecutivo riunisce aziende, *buyer* nazionali e internazionali, rappresentanti istituzionali, studiosi ed esperti per portare in primo piano le produzioni dei paesi che si affacciano sul Mediterraneo un bacino che ad oggi conta **450 milioni di abitanti**.

TheSpot.news

Mercato Mediterraneo: a Roma food, business e cultura

Dalla pesca del futuro alla lotta alla plastica, passando per i nuovi trend a tavola, gli esperti della blu economy salgono sul palco del salone dedicato ai prodotti agroalimentari del Mare Nostrum

Di **Redazione**

08 NOV

La Fiera di Roma apre le porte al Mercato Mediterraneo, il salone dell'agroalimentare mediterraneo che si terrà dal 9 al 12 novembre con un fitto programma di lavori per propmuovere e valorizzare cibi, produzioni, tradizioni e culture della civiltà mediterranea in un'ottica di sviluppo economico e di dialogo

A parlare di cibi, culture e mescolanze, ma anche saperi, idee ed esperienze per raccontare l'immenso patrimonio agroalimentare e la millenaria civiltà del mediterraneo saranno 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 di Yale, 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".

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 destinata alla bevanda più amata al mondo, dove si 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,

on 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.

"Accanto all'aspetto puramente espositivo, proporremo – sottolinea la curatrice culturale di Mercato Mediterraneo, Francesca Rocchi – 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".

Tua City Mag

Mercato Mediterraneo: un weekend per celebrare la dieta mediterranea alla Fiera di Roma-

08/11/2019

Torna Mercato Mediterraneo: alla Fiera di Roma questo weekend dibattiti, incontri e workshop per celebrare la Dieta Mediterranea

Salute, territorio e biodiversità. In due parole: **Dieta Mediterranea.** Un Patrimonio Culturale Immateriale dell'Umanità che sarà protagonista del taglio del nastro di **Mercato Mediterraneo**. **La 3^ edizione del salone dedicato ai prodotti agroalimentari del Mare Nostrum**, ideata e organizzata da **Fiera Roma**, si aprirà infatti **sabato 9 novembre** con il talk *'Buon compleanno Dieta Mediterranea'* (ore 10.30) che, in vista del decimo anniversario del riconoscimento Unesco nel 2020, fornirà un prezioso bilancio sugli sviluppi e sui progetti di promozione legati a quattro pilastri di questo elisir di lunga vita: pesce, olio extravergine, agrofood e stile di vita.

Asset che faranno da fil rouge a tutti gli appuntamenti in fiera, di scena **fino al 12 novembre**, attraverso il rilevante programma culturale che ha ottenuto il patrocinio del Ministero delle politiche agricole alimentari e forestali e del Ministero dello sviluppo economico. Un'agenda che vedrà alternarsi sul palco ospiti istituzionali, ricercatori ed esperti internazionali, rappresentanti di associazioni di categoria e operatori del settore agroalimentare per fare il punto sul valore economico e socio-culturale delle produzioni di questo importante bacino e gettare le basi per nuove opportunità di business in un'ottica di scambio e dialogo. Non a caso, il salone schiererà anche piccoli e

grandi produttori, una rappresentanza di aziende laziali, la cui partecipazione è sostenuta da Regione Lazio, Camera di Commercio di Roma e Unioncamere Lazio, e diversi spazi gestiti da consorzi, associazioni e istituzioni per favorire la conoscenza delle eccellenze mediterranee e l'incontro tra domanda e offerta, grazie ai numerosi buyer provenienti da Germania, Polonia, Spagna, Usa, Tunisia, Francia, Marocco e Grecia. Si va dallo stand del CAR – Centro Agroalimentare Roma, che organizzerà incontri B2B dedicati al settore ittico insieme agli show cooking a tema con la collaborazione del resident chef Fabio Campoli, a quello di Unaprol Consorzio Olivicolo Italiano, fino a quello del MIPAAF. Uno spazio, quest'ultimo, che valorizzerà la biodiversità del mare, l'acquacoltura intelligente e sostenibile, ma anche le 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.

A iniziare i lavori con *'Buon compleanno Dieta Mediterranea'*, **Riccardo Rigillo**, direttore generale a capo della Direzione Generale della Pesca Marittima e Acquacoltura del MIPAAF; **Fabio Massimo Pallottini**, direttore generale del CAR – Centro Agroalimentare Roma; **Nicola Di Noia**, responsabile Olio Coldiretti; **Luca Agostinelli**, segretario dell'associazione Cultura del Viaggio. Saranno loro ad approfondire – con la conduzione di *Francesca Rocchi,* coordinatrice culturale di Mercato Mediterraneo – lo stato dell'arte delle politiche nazionali sul settore ittico, i trend legati ai gusti dei consumatori, l'evoluzione di questo paradigma alimentare oggi inteso come potente driver turistico, il livello di cooperazione tra i Paesi del Med, con Grecia e Italia in prima fila. E a proposito di cooperazione, in linea con l'anima di Mercato Mediterraneo che sin dal suo esordio punta a valorizzare le opportunità che quest'immensa area è in grado di offrire, particolare attenzione sarà dedicata a un prodotto cardine della Dieta Mediterranea, l'**olio extravergine d'oliva**, nel corso della tavola rotonda *'Il Futuro dell'olio del Med'* (10 novembre, ore 15). Un'eccellenza sempre più richiesta nel mondo (+6% la crescita dei consumi), che oggi necessita di progetti e politiche condivisi a livello mediterraneo, antico e fondamentale bacino di produzione, per rilanciarne la competitività e far fronte all'avanzamento di Paesi produttori emergenti come Australia, Argentina, Cina e Giappone. Il punto con **Michele Bungaro**, capo comunicazione Consiglio Olivicolo Internazionale; **David Granieri**, presidente di Unaprol e presidente di Coldiretti Lazio; **Duccio Morozzo Della Rocca**, direttore e founder di Olive Bureau (società specializzata in consulenza internazionale nella produzione di olio extra vergine di oliva); **Marco Sarandrea**, componente Comitato Scientifico del Progetto Greco Aristoleo; **Enrico Lupi**, presidente dell'Associazione Città dell'Olio (in collegamento da Imperia). Con loro anche **Alexandra Devarrenne**, fondatrice dell'Associazione Calathena e di Olive Oil Alliance in California, **Kyriakides Tassos** e **Vasilis Vasiliou**, dell'Educational Department dell'Università di Yale, che forniranno un importante aggiornamento sulla crescita dei consumi di olio extravergine negli Stati Uniti, legata non tanto alla quotidianità in cucina, quanto piuttosto agli effetti benefici per la salute.

Ma nel 'mirino' della quattro giorni di Mercato Mediterraneo ci saranno anche i temi della **sostenibilità** marittima e in agricoltura, dell'**innovazione in campo energetico**, degli investimenti nelle **infrastrutture** e per la **tutela del mare**, del binomio **salute-alimentazione**, del **turismo slow** con i comuni certificati "Spiga verde", dei **progetti europei** a sostegno dell'agricoltura e della pesca, delle **nuove professionalità legate allo sviluppo dei brand in ambito enogastronomico** (con il corso "Food, Wine&Co. Quando il cibo si fa marca" **Master in Economia e Gestione della Comunicazione e dei Media dell'Università di Roma Tor Vergata**) fino ai **nuovi trend del futuro a tavola**, a partire dell'uso delle **meduse** come alimento. A declinarli, un parterre di ospiti che spazia dal campo della ricerca a quello dell'università, dal mondo politico a quello imprenditoriale, dalle associazioni e i consorzi di settore alle organizzazioni internazionali e di categoria. Tra questi: **Paolo De Castro**, Primo Vice Presidente della Commissione Agricoltura e sviluppo rurale del Parlamento europeo; **Luigi Mupo**, responsabile Area Gestione Rete Autostrada del Mediterraneo; **Sandro Calmanti**, Enea – coordinatore progetto Med-Gold; **Emanuele Dughera** di Slow Food International; **Claudio Bogliotti**, capo ufficio UE/consigliere senior direttore, CIHEAM Bari; **Colonnello Luigi Cortellessa**, capo Carabinieri Tutela Agroalimentare; **Livio De Santoli**, prorettore Università La Sapienza Roma; **Salvatore Torrisi**, AD di Oranfresh; **Michele De Gasperis**, Istituto Italiano OBOR; **Renato Costantini**, direttore Florian; **Isabella Pratesi**, direttore Conservazione WWF Italia; **Giuseppe Di Duca**, direttore Fondazione Univerde; **Antonella Leone**, ricercatore Ispra e presidente di Marevivo Puglia; **Silvio Greco**, direttore della sede romana della stazione Marina Anton Dohrn e docente di Sostenibilità ambientale all'Università di Scienze Gastronomiche di Pollenzo; **Michela Blengetti**, responsabile progetti sostenibilità Eataly Group; **Roccandrea**

Iascone, Consorzio Ricrea – Progetto Cuore Mediterraneo; **Ivana Puleo**, fotografa mostra Fishering for Littering; **Simonetta Pattuglia**, curatrice del corso Food Wine & Co. E direttrice del Master in Economia e Gestione della Comunicazione e dei Media dell'Università di Roma Tor Vergata; **Sandra Ianni**, sociologa e storica del cibo; **Valentina Quattro**, TripAdvisor; **Ambra Grisotto**, TripAdvisor; **Nerina Di Nunzio**, Food Confidential; **Ernesto Di Renzo**, Università di Tor Vergata; **Antonello Lanzellotto**, Uvet; **Giordano Cioccolini**, ristorante Jacopa; **Luciano Sbraga**, FIPE.

A valorizzare invece il cibo e chi lo produce saranno i diversi stand dei produttori presenti nel padiglione 4, ma anche i numerosi **show cooking** e i **momenti di degustazione**, che permetteranno ai visitatori di conoscere da vicino lo straordinario paniere agroalimentare e i prodotti ittici del Mediterraneo, comprese chicche gastronomiche come il riccio di mare di Santa Marinella o i finger food creati sulle ricette originali di Apicio e dell'uso del Garum (la salsa degli antichi Romani, a base di interiora di pesce e pesce salato) a cura dell'associazione **CiboFuturo**. A chiusura di Mercato Mediterraneo, infine, spazio al **premio Roma Food Exhibition "Critico enogastronomico 2019"**, che sarà consegnato alla Fiera di Roma martedì 12 novembre alle ore 12.30. Un riconoscimento – frutto di un'accurata selezione a cura del critico enogastronomico Luigi Cremona e dell'APCI Associazione Professionale Cuochi Italiani – che eleggerà il migliore giornalista enogastronomico tra 5 finalisti.

il Metropolitano.it

ECONOMIA

Agricoltura. Fiera Roma: ‘Mercato Mediterraneo’ racconta unicità del Lazio

— 9 Novembre 2019

(DIRE) Roma, 9 Nov. – “L’obiettivo è quello di portare all’attenzione di tutti l’unicità del Lazio e di Roma delle eccellenze enogastronomiche, a cominciare dal vino e dall’olio. In Italia ci sono tantissimi eventi dedicati all’agroalimentare ma noi abbiamo spinto moltissimo sulla parte scientifica e di ricerca, sviluppando collaborazioni interessanti con Unaprol e Car”. A dirlo all’agenzia Dire e’ Pietro Piccinetti, direttore generale di Fiera Roma, dove si è aperta oggi la quattro giorni di ‘Mercato Mediterraneo’, dedicata all’intera filiera agroalimentare e finalizzata a valorizzare i cibi, le produzioni, le tradizioni e i valori del mare e dei territori che vi si affacciano. “L’appuntamento e’ cruciale anche perchè offre un quadro d’insieme sulle produzioni e sulle opportunità del Mediterraneo, ponendo l’accesso sulle occasioni di business legato al comparto agroalimentare che,

per l'Italia e soprattutto per il Lazio, rappresenta un asset produttivo importante". Infine, "quest'anno, abbiamo coniato 'Tutti insieme per Roma'", mettendo in relazione 'Mercato Mediterraneo con 'Excellence 2019', l'evento enogastronomico che sempre oggi ha preso il via al Convention Center 'La Nuvola' dell'Eur. (Ekp/ Dire) 15:12 09-11-19

Mediterraneaonline.eu
rivista di cultura mediterranea

- Roma: il Mare Nostrum motore di sviluppo di tutto l'Occidente. Prima giornata ricca di contenuti per l'edizione 2019 di Mercato Mediterraneo

ROMA: IL MARE NOSTRUM MOTORE DI SVILUPPO DI TUTTO L'OCCIDENTE. PRIMA GIORNATA RICCA DI CONTENUTI PER L'EDIZIONE 2019 DI MERCATO MEDITERRANEO

Redazione 9 Novembre 2019

Paolo De Castro (Commissione Agricoltura e Sviluppo rurale Parlamento Ue): "*A livello comunitario negli ultimi tempi minore attenzione su Mediterraneo. Spetta a noi rilanciare la cooperazione economica*".

Taglio del nastro oggi per la terza edizione di **Mercato Mediterraneo**, il salone dei prodotti agroalimentari del Mare Nostrum ideato e organizzato da **Fiera Roma**, in corso di svolgimento fino a martedì 12 novembre negli spazi fieristici della Capitale. Ad aprire la prima giornata, l'**amministratore unico e direttore generale di Fiera Roma**, **Pietro Piccinetti**, che ha introdotti i lavori ponendo l'accento sulla centralità di Roma, intesa come hub strategico per la promozione del food made in Italy.

"L'agroalimentare italiano – **ha detto Piccinetti durante l'introduzione del talk 'Buon compleanno Dieta Mediterranea'**– *è un'eccellenza riconosciuta in tutto il mondo, tanto da rappresentare il paradigma fondamentale della Dieta Mediterranea. Ma dentro i confini nazionali serve maggiore coesione per far passare questo messaggio, perché uniti si vince, e con Roma Food Exhibition, che abbiamo avviato con Excellence e dal prossimo anno con altri futuri partner, vogliamo dimostrarlo. Nell'ambito delle manifestazioni dedicate al comparto, sono tanti gli appuntamenti che si svolgono da Nord a Sud e, dal canto nostro, a partire da appuntamenti come Mercato Mediterraneo intendiamo restituire a Roma un ruolo centrale in questo scenario, con l'intento di sviluppare ricchezza per il territorio e, allo stesso tempo, fare cultura".*

Una conoscenza legata alla biodiversità e alla qualità che, secondo **Fabio Massimo Pallottini**, ad oggi non è ancora completamente percepita dal consumatore finale, soprattutto sul fronte ittico. Pur essendo importante avviare dibattiti sulla Dieta Mediterranea, il **direttore generale di CAR – Centro Agroalimentare Roma** ha infatti richiestouna maggiore attuazione pratica di questa che è una filosofia e al contempo un regime alimentare. Negli ultimi dieci anni, ha aggiunto ancora, la richiesta di cibi pronti e preparati a base di pesce, senza fare alcuna demonizzazione, supera quella di prodotti freschi, relegando quindi a concetto di nicchia il binomio qualità-salute.
A fare eco, ma in questo caso parlando di olio extravergine di oliva, è stato inoltre il **responsabile Olio Coldiretti, Nicola Di Noia**, che ha posto l'accentosulla perdita di valore di questo prodotto, soprattutto in Italia, dove il mercato richiede perlopiù prodotti di media qualità e spesso d'importazione. Necessario, quindi, dal suo punto di vista,un impegno costante per salvaguardare questa importante produzione dentro i nostri confini, avviando azioni di sensibilizzazione e formazione verso i consumatori e nei confronti dei futuri professionisti del settore affinché l'olio di qualità venga definitivamente riconosciuto come passe-partout per mangiare e vivere meglio. La stessa Dieta Mediterranea, come ha spiegato il **segretario dell'associazione Cultura del viaggio, Luca Agostinelli**, è il regime alimentare universalmente riconosciuto come il più sano accanto allo stile di vita, ma bisogna parlare in modo più ampio di questo elisir di lunga vita, non soffermandosi soltanto sul cibo in quanto materia. Dietro questo patrimonio Unesco ci sono culture, territori, tradizioni e modi di vivere, ha ricordato, che lo hanno reso celebre in tutto il mondo, ma forse meno in Italia, dove manca ancora una completa consapevolezza.
Punta proprio sul dibattito, lo scambio di idee e di esperienze in un'ottica di sviluppo e conoscenza dell'agrifood, non a caso, la quattro giorni di Mercato Mediterraneo, che oggi ha acceso i riflettori anche sulla progettualità dell'UE in quest'area a sostegno dell'agricoltura e della lotta ai cambiamenti climatici attraverso le testimonianze di relatori dal calibro internazionale come **Paolo De Castro**, **Coordinatore del Gruppo S&D nella Commissione Agricoltura e Sviluppo rurale del Parlamento europeo**, che in diretta da Bruxelles, ha ricordato: *"L'Unione europea rappresenta una grande opportunità per l'Italia e al contempo l'Italia è un Paese di fondamentale importanza per l'Ue. E' vero che a livello comunitario il tema del Mediterraneo negli ultimi tempi è stato trattato con minore attenzione rispetto al passato. Ma è altrettanto vero che siamo proprio noi, Paesi di questo bacino, a doverci muovere per rilanciare la cooperazione economica con i Paesi del Mediterraneo che hanno bisogno di sostegno per lo sviluppo dell'agricoltura come per tutti i settori dell'area*".
Ad arricchire il programma, inoltre, i divertenti show cooking dello chef Fabio Campoli con il suo gruppo di Azioni Gastronomiche e Prodigus.it, che hanno debuttato presso lo spazio del CAR – Centro Agroalimentare Roma, dedicato ai prodotti ittici del Mediterraneo. Tema al centro anche dello stand del Ministero delle politiche agricole alimentari e forestali (che patrocina il programma culturale di Mercato Mediterraneo insieme al Ministero dello sviluppo economico) che attraverso gli spettacoli tra i fornelli promuoverà fino al 12 novembre la biodiversità e le risorse di questo straordinario mare. Assaggi e formazione sono stati inoltre i momenti che hanno caratterizzato lo 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.

Domani, invece, sarà la volta della tavola rotonda 'Food Brand: l'Italia, il Mediterraneo, il Mondo', promossa dal **Master in Economia e Gestione della Comunicazione e dei Media dell'Università di Roma Tor Vergata** nell'ambitodel corso "Food, Wine&Co. Quando il cibo si fa marca" che fino all'11 novembre animerà il salone con 6 masterclass. Rilevante, rimanendo 'tra i banchi', anche la presenza dei ragazzi della scuola secondaria di secondo grado, a dimostrazione che Fiera Roma è

sempre attiva sul fronte dell'alternanza scuola-lavoro con manifestazioni fieristiche che diventano luoghi privilegiati di formazione. Seguirà la tavola rotonda *'Il Futuro dell'olio del Med'* per fare il punto sui progetti in atto per consolidare l'antico e fondamentale bacino di produzione, il Mediterraneo, a fronte di crescenti competitor come Australia, Argentina, Cina e Giappone

RADIO Colonna
LA VOCE DEL CENTRO DI ROMA

Mercato Mediterraneo, il cibo è cultura e arte

Alla Fiera di Roma vengono celebrati i prodotti della terra e del "Mare Nostrum". Fino al 12 novembre

di **Alg** | 9/11/2019 ore 14:30

Mercato Mediterraneo alla Fiera di Roma

https://www.radiocolonna.it/gioie-e-dolori/2019/11/09/mercato-mediterraneo-il-cibo-e-cultura-e-arte/

Tre Continenti (Europa, Asia e Africa); 450 milioni di abitanti; 200 milioni di viaggiatori registrati ogni anno nelle sue coste; un tasso di occupazione nel settore turismo che potrebbe arrivare a quota 2,8 milioni di posti di lavoro nel 2027. Il Mare Nostrum si racconta da oggi e fino al 12 novembre nel corso di Mercato Mediterraneo, salone ideato e organizzato da Fiera Roma. Un bacino che custodisce una civiltà millenaria e una forte identità al plurale, che lo rendono uno straordinario laboratorio culturale

Per giorni sarà celebrato l'agrifood di questa macroregione attraverso le testimonianze dei suoi produttori e le voci di alcuni dei più autorevoli esperti nazionali e internazionali, con un occhio sempre attento al business to business, alle opportunità di sviluppo di quest'area e ai temi legati alla blu economy.

Verterà sulle sfide future del settore ittico ma anche sulla lotta alla plastica e sui nuovi possibili trend a tavola, ad esempio, la tavola rotonda "Med Mare Verde, da sempre per sempre" (11 novembre, ore 15.00) che vedrà insieme studiosi come il biologo Silvio Greco, direttore della sede romana della stazione Marina Anton Dohrn, per raccontare i mari del Med al tempo dell'Antropocene, e Antonella Leone, ricercatore Ispra e presidente Marevivo Puglia, per fornire una fotografia sulla crescente presenza di meduse in quest'area che in un'ottica di economia circolare potrebbero rappresentare una risorsa intelligente e sostenibile se riconosciuti come cibo innovativo. Ricche di proteine e collagene (ma private dei tentacoli urticanti e sbollentate per l'eliminazione delle tossine) sono infatti già molto utilizzate nel Sud Est asiatico e si prestano anche a preparazioni semplici ma gustose.

https://www.radiocolonna.it/gioie-e-dolori/2019/11/09/mercato-mediterraneo-il-cibo-e-cultura-e-arte/

Sarà un confronto aperto sugli accordi commerciali nell'ambito della grande Belt and Road Initiative e sui necessari investimenti in campo energetico, invece, la tavola rotonda "L'energia del Med. La Nuova Via della Seta (11 novembre, ore 11.30) che accenderà i riflettori sul rinnovato rapporto tra i popoli del Mare Nostrum e la Cina e sulle future soluzioni di tipo energy-oriented da sviluppare al fianco delle infrastrutture. Nuovi impianti e possibili scenari che saranno discussi con Angelo Raffaele Consoli, presidente del CETRI-TIRES Circolo Europeo per la Terza Rivoluzione Industriale (ipotizzata dal professor Jeremy Rifkin); Michele De Gasperis, presidente e fondatore dell'Istituto Italiano OBOR in prima linea nella cooperazione commerciale e culturale tra Italia e Repubblica popolare cinese; il Colonnello Luigi Cortellessa, a capo del Comando Carabinieri per la Tutela Agroalimentare, che farà un intervento su come si sta organizzando il reparto sul lavoro di monitoraggio in virtù di questi nuovi accordi; Salvatore Torrisi, amministratore delegato di Oranfresh (marchio con sede a Catania ma presente in tutto il mondo), che fornirà la sua visione di imprenditore da anni presente sul mercato cinese.

A Mercato Mediterraneo, non mancherà lo spazio dedicato a uno dei prodotti "energetici" per antonomasia, il caffè. Sinonimo di piacere, pausa e relax e soprattutto di mercato in piena espansione, animato da custodi della tradizione ma anche da sostenitori di nuove frontiere amiche della sostenibilità. E' il caso del Caffè Florian di Venezia, la prima caffetteria d'Italia dove sedevano Giacomo Casanova e Carlo Goldoni e dove le tradizioni sono rimaste fedeli al passato pur avviando un grande lavoro di modernizzazione e internazionalizzazione che sarà raccontato dal direttore artistico, Stefano Stiptivich.

Sul palco del MIPAAF invece, sabato 9 e domenica 10 si alternano gli show cooking a cura degli chef della Squadra Nazionale Associazione Professionale Cuochi Italiani "APCI Chef Italia", mentre lunedì 11 è la volta dell'associazione culturale "Cibo Futuro" e martedì 12 degli studenti dell'istituto alberghiero "A. Farnese" di Montalto di Castro.

Stampa

https://www.radiocolonna.it/gioie-e-dolori/2019/11/09/mercato-mediterraneo-il-cibo-e-cultura-e-arte/

ROMA DAILY NEWS

EVENTI, CULTURA SPETTACOLO

Al via la terza edizione di Mercato Mediterraneo

di redazione - 09 Novembre 2019 - 19:42

Taglio del nastro oggi per la terza edizione di Mercato Mediterraneo, il salone dei prodotti agroalimentari del Mare Nostrum ideato e organizzato da Fiera Roma, in corso di svolgimento fino a martedì 12 novembre negli spazi fieristici della Capitale.
Ad aprire la prima giornata, l'amministratore unico e direttore generale di Fiera Roma, Pietro Piccinetti, che ha introdotti i lavori ponendo l'accento sulla centralità di Roma, intesa come hub strategico per la promozione del food made in Italy.

"L'agroalimentare italiano – ha detto Piccinetti durante l'introduzione del talk 'Buon compleanno Dieta Mediterranea'- è un'eccellenza riconosciuta in tutto il mondo, tanto da rappresentare il paradigma fondamentale della Dieta Mediterranea.

Ma dentro i confini nazionali serve maggiore coesione per far passare questo messaggio, perché uniti si vince, e con Roma Food Exhibition, che abbiamo avviato con Excellence e dal prossimo anno con altri futuri partner, vogliamo dimostrarlo.

Nell'ambito delle manifestazioni dedicate al comparto, sono tanti gli appuntamenti che si svolgono da Nord a Sud e, dal canto nostro, a partire da appuntamenti come Mercato Mediterraneo intendiamo restituire a Roma un ruolo centrale in questo scenario, con l'intento di sviluppare ricchezza per il territorio e, allo stesso tempo, fare cultura".

Una conoscenza legata alla biodiversità e alla qualità che, secondo Fabio Massimo Pallottini, ad oggi non è ancora completamente percepita dal consumatore finale, soprattutto sul fronte ittico. Pur essendo importante avviare dibattiti sulla Dieta Mediterranea, il direttore generale di CAR – Centro Agroalimentare Roma ha infatti richiesto una maggiore attuazione pratica di questa che è una filosofia e al contempo un regime alimentare.

Negli ultimi dieci anni, ha aggiunto ancora, la richiesta di cibi pronti e preparati a base di pesce, senza fare alcuna demonizzazione, supera quella di prodotti freschi, relegando quindi a concetto di nicchia il binomio qualità-salute.

A fare eco, ma in questo caso parlando di olio extravergine di oliva, è stato inoltre il responsabile Olio Coldiretti, Nicola Di Noia, che ha posto l'accento sulla perdita di valore di questo prodotto, soprattutto in Italia, dove il mercato richiede perlopiù prodotti di media qualità e spesso d'importazione.

Necessario, quindi, dal suo punto di vista, un impegno costante per salvaguardare questa importante produzione dentro i nostri confini, avviando azioni di sensibilizzazione e formazione verso i consumatori e nei confronti dei futuri professionisti del settore affinché l'olio di qualità venga definitivamente riconosciuto come passe-partout per mangiare e vivere meglio.

La stessa Dieta Mediterranea, come ha spiegato il segretario dell'associazione Cultura del viaggio, Luca Agostinelli, è il regime alimentare universalmente riconosciuto come il più sano accanto allo stile di vita, ma bisogna parlare in modo più ampio di questo elisir di lunga vita, non soffermandosi soltanto sul cibo in quanto materia.

Dietro questo patrimonio Unesco ci sono culture, territori, tradizioni e modi di vivere, ha ricordato, che lo hanno reso celebre in tutto il mondo, ma forse meno in Italia, dove manca ancora una completa consapevolezza.

Punta proprio sul dibattito, lo scambio di idee e di esperienze in un'ottica di sviluppo e conoscenza dell'agrifood, non a caso, la quattro giorni di Mercato Mediterraneo, che oggi ha acceso i riflettori anche sulla progettualità dell'UE in quest'area a sostegno dell'agricoltura e della lotta ai cambiamenti climatici attraverso le testimonianze di relatori dal calibro internazionale come Paolo De Castro, Coordinatore del Gruppo S&D nella Commissione Agricoltura e Sviluppo rurale del Parlamento europeo, che in diretta da Bruxelles, ha ricordato: "L'Unione europea rappresenta una grande opportunità per l'Italia e al contempo l'Italia è un Paese di fondamentale importanza per l'Ue. E' vero che a livello comunitario il tema del Mediterraneo negli ultimi tempi è stato trattato con minore attenzione rispetto al passato.

Ma è altrettanto vero che siamo proprio noi, Paesi di questo bacino, a doverci muovere per rilanciare la cooperazione economica con i Paesi del Mediterraneo che hanno bisogno di sostegno per lo sviluppo dell'agricoltura come per tutti i settori dell'area".

Ad arricchire il programma, inoltre, i divertenti show cooking dello chef Fabio Campoli con il suo gruppo di Azioni Gastronomiche e Prodigus.it, che hanno debuttato presso lo spazio del CAR – Centro Agroalimentare Roma, dedicato ai prodotti ittici del Mediterraneo.

Tema al centro anche dello stand del Ministero delle politiche agricole alimentari e forestali (che patrocina il programma culturale di Mercato Mediterraneo insieme al Ministero dello sviluppo economico) che attraverso gli spettacoli tra i fornelli promuoverà fino al 12 novembre la biodiversità e le risorse di questo straordinario mare.

Assaggi e formazione sono stati inoltre i momenti che hanno caratterizzato lo 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.

Domani, invece, sarà la volta della tavola rotonda 'Food Brand: l'Italia, il Mediterraneo, il Mondo', promossa dal Master in Economia e Gestione della Comunicazione e dei Media dell'Università di Roma Tor Vergata nell'ambito del corso "Food, Wine&Co. Quando il cibo si fa marca" che fino all'11 novembre animerà il salone con 6 masterclass.

Rilevante, rimanendo 'tra i banchi', anche la presenza dei ragazzi della scuola secondaria di secondo grado, a dimostrazione che Fiera Roma è sempre attiva sul fronte dell'alternanza scuola-lavoro con manifestazioni fieristiche che diventano luoghi privilegiati di formazione. Seguirà la tavola rotonda 'Il Futuro dell'olio del Med' per fare il punto sui progetti in atto per consolidare l'antico e fondamentale bacino di produzione, il Mediterraneo, a fronte di crescenti competitor come Australia, Argentina, Cina e Giappone.

UFFICI STAMPA NAZIONALI

Apre il ‘Mercato Mediterraneo’, la cultura incontra il cibo

Esposizioni, presentazioni, temi e dibattiti caratterizzeranno i quattro giorni dell'evento fino alla conclusione di martedì

PRESS

By **Agenzia Dire** On **Nov 10, 2019**

Share

ROMA – Olio, caffè, grano e tradizione ittica. Dall’Italia alla Grecia, dal Libano all’Egitto, fino alla Spagna. Culture, Paesi e prodotti mescolati insieme nel grande contenitore del Mediterraneo. Sono questi gli elementi alla base della manifestazione dedicata all’intera filiera agroalimentare, finalizzata a valorizzare i cibi, le produzioni, le tradizioni e i valori del territorio e del mare: apre oggi alla Fiera di Roma ‘Mercato Mediterraneo’, l’appuntamento professionale internazionale rivolto agli operatori del settore che vogliono accrescere business e competenze nell’Area. Esposizioni, presentazioni, temi e dibattiti caratterizzeranno i quattro giorni dell’evento fino alla conclusione di martedì.

Tutta la filiera agroalimentare del Mediterraneo è racchiusa nel concept AgroFoodMed, un ambiente dinamico di confronto sull’agricoltura moderna e sperimentale. L’obiettivo è evidenziare e far conoscere metodi e processi che salvaguardino prima di tutto la qualità, per una produzione responsabile sia sul piano industriale sia commerciale e distributivo, favorendo gli scambi commerciali.

“Vogliamo parla della cultura del Mediterraneo- spiega all’agenzia Dire la coordinatrice di Mercato Mediterraneo, Francesca Rocchi- di questo mare incredibile su cui si affacciano tre continenti e dove è

praticamente è stato generato quello che si può considerare cultura dell'Occidente. Probabilmente mancava un evento dedicato proprio al cibo del Mediterraneo: non si parla molto delle possibilità di sviluppo e delle potenzialità di questo bacino che si potrebbero generare se solo iniziassimo a dialogare. Il cibo è un collante incredibile anche tra culture totalmente diverse".

Diversi i temi si cui si sviluppa AgroFoodMed: – OlioMed, un approfondimento sul prodotto cardine della dieta mediterranea, rigorosamente extravergine d'oliva, che proseguirà con 'Polifenolica', il luogo degli incontri su tutto ciò che è benessere del Mediterraneo;
– Verde Mare, un nuovo modo di concepire la sostenibilità; – Kaffeina, un cluster dedicato all'energia vitale; – Organic, per approfondire l'origine delle materie prime biologiche; – Il Fuori Casa, un focus che indagherà su un mondo emergente e di grande attualità, caratterizzato da una crescita culturale che accompagna il cibo e l'enogastronomia.

"Ci concentriamo in particolare sui temi dell'extravergine e dell'ittico- sottolinea Rocchi- perché vorremmo farne parlare sempre di più".

Mission di Mercato Mediterraneo è mettere in contatto i più importanti buyer dall'Italia e dal mondo, fornendo occasioni di incontro con operatori e utilizzatori finali, ma anche acquisire nuove prospettive e ispirazioni, grazie alla partecipazione di protagonisti eccellenti come Ministero delle Politiche Agricole, alimentari e forestali, l'Università di Tor Vergata di Roma e il Centro Agroalimentare Roma. Il tutto, ovviamente, raccontato anche attraverso la degustazione.

agricultura.it
IL GIORNALE DELL'AGRICOLTURA ITALIANA Agricultura.it

Nel 2020 una rassegna dedicata all'olio extravergine di oliva. Fiera Roma con Coldiretti e Unaprol punta sul futuro dell'oro liquido

di
Agricultura.it
-
Roma11 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.

CataniaOggi

Olio: nel 2020 a Roma Expo-forum dell'extravergine di oliva

11 novembre 2019 16:54

Roma, 11 nov. (Labitalia) - “Siamo orgogliosi 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 - ha proseguito - 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.

CORRIERE DELL'UMBRIA.it

Olio: nel 2020 a Roma Expo-forum dell'extravergine di oliva

Fiera Roma con Coldiretti e Unaprol punta sul futuro dell'oro liquido

11.11.2019 -

Roma, 11 nov. (Labitalia) - “Siamo orgogliosi 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 - ha proseguito - 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.

CORRIERE DI SIENA.it

Olio: nel 2020 a Roma Expo-forum dell'extravergine di oliva

Fiera Roma con Coldiretti e Unaprol punta sul futuro dell'oro liquido

11.11.2019 - 17:15

Roma, 11 nov. (Labitalia) - “Siamo orgogliosi 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 - ha proseguito - 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.

CORRIERE DI RIETI .it

Olio: nel 2020 a Roma Expo-forum dell'extravergine di oliva

Fiera Roma con Coldiretti e Unaprol punta sul futuro dell'oro liquido

11.11.2019 - 17:15

Roma, 11 nov. (Labitalia) - “Siamo orgogliosi 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 - ha proseguito - 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.

ILDUBBIO
11 Nov 2019 16:54 CET

Olio: nel 2020 a Roma Expo-forum dell'extravergine di oliva

Fiera Roma con Coldiretti e Unaprol punta sul futuro dell'oro liquido

Roma, 11 nov. (Labitalia) – "Siamo orgogliosi 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 – ha proseguito – 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.

Libero Quotidiano.it

Olio: nel 2020 a Roma Expo-forum dell'extravergine di oliva

11 Novembre 2019

Roma, 11 nov. (Labitalia) - “Siamo orgogliosi 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 - ha proseguito - 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.

LAVORO LAZIO.com

Reputazione online, Fipe: ristoranti Roma promossi da Tripadvisor

Di
Redazione Lavoro Lazio
-
11/11/2019 - 20:00
Tripadvisor Roma

Sono 260 mila le recensioni sui ristoranti di Roma pubblicate su Tripadvisor nei primi 9 mesi del 2019, il 70% di tutte le recensione presenti sulla piattaforma per le attività della città, più del doppio di quelle pubblicate sui ristoranti milanesi, tre volte quelle di Firenze e sei volte quelle di Venezia. L'attenzione rivolta ai ristoranti romani e al livello di Londra è superiore ai ristoranti di Parigi che nei primi nove mesi del 2019 hanno avuto 195 recensioni.

I dati sono stati presentati oggi da Fipe Roma e TripAdvisor alla Tavola Rotonda "La Reputazione on-line della Ristorazione Romana: evidenze e prospettive", tenutasi oggi alla Fiera di Roma nell'ambito della manifestazione "Mercato Mediterraneo".

Su una scala da 1 a 10 i ristoranti della capitale ottengono più di 8, meglio di quanto facciano i ristoranti di Milano (7,82) e di Venezia (8,16) e un po' meno dei ristoranti fiorentini (8,7). Insomma la ristorazione romana ha superato egregiamente la "critica del pubblico". Benone la qualità della cucina, bene il

servizio, qualche critica in più sul livello dei prezzi. Ma si sa questo è il punto su cui mettono il dito i turisti ogni volta che devono esprimere un giudizio sull'offerta della città. Una bella soddisfazione constatare che i ristoranti romani sono giudicati meglio dei ristoranti di Parigi.

Su un'offerta complessiva di oltre 10 mila attivitá censite sulla piattaforma oltre il 90% superano l'esame severo della clientela e ben 6 su 10 con un giudizio più che positivo.

Molto bene anche bar, gelaterie e pasticcerie.

Se questo non bastasse a cogliere l'importanza della ristorazione per l'attrattività turistica della città e per il perseguimento della soddisfazione del turista occorre ricordare che in nove mesi sono state visualizzate 105 milioni di pagine relative ai ristoranti di Roma. Per avere un termine di raffronto si segnalano i 70 milioni di Milano, i 35 milioni di Firenze e i 30 milioni di Venezia. Andando all'estero i 110 milioni di Londra e i 115 milioni di Parigi.

Mediterraneaonline.eu
rivista di cultura mediterranea

- Fiera Roma con Coldiretti e Unaprol punta sul futuro dell'oro liquido. Nel 2020 la nuova rassegna dedicata all'intera filiera dell'Olio Extravergine d'Oliva

FIERA ROMA CON COLDIRETTI E UNAPROL PUNTA SUL FUTURO DELL'ORO LIQUIDO. NEL 2020 LA NUOVA RASSEGNA DEDICATA ALL'INTERA FILIERA DELL'OLIO EXTRAVERGINE D'OLIVA

Redazione 11 Novembre 2019

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".*

"Sono 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.

Olio: Fiera Roma, edizione 2020 Mercato Mediterraneo su extravergine

ufficializzato il nuovo accordo con la Confederazione Nazionale Coltivatori Diretti e Unaprol

di **Redazione** | **11/11/2019 ore 16:00**

“Siamo orgogliosi 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. Sara’ 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)”. Lo ha detto l’amministratore unico e direttore generale di Fiera Roma, Pietro Piccinetti, durante la seconda giornata di Mercato Mediterraneo, che si chiudera’ domani, 12 novembre. Dal salone dei prodotti agroalimentari del Mare Nostrum, ideato e organizzato da Fiera Roma, e’ 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 possibilita’ di poter ospitare qualcosa di diverso, dove si puo’ evolvere il comparto a livello culturale con dei confronti, dove far comprendere cosa c’e’ sul mercato, come si puo’ migliorare, e soprattutto come si puo’ costruire un modello a disposizione di tutta la filiera con delle risultanze oggettive a disposizione del consumatore. Sara’ un grande simposio, dove tutti potranno partecipare, ascoltare, imparare. Tutto cio’ per migliorare sia l’ambito della produzione e della trasformazione che quello dei consumi. L’obiettivo quindi non e’ 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 piu’ le fake news sull’Olio e il consumatore sara’ indirizzato correttamente nelle scelte, perche’ finalmente in grado di comprendere se un Olio e’ buono o meno. Questo evento sara’ la vera celebrazione dell’Olio extravergine di oliva di qualita’”.

A ribadire l’impegno congiunto per la riuscita dell’evento e’ stato anche Nicola Di Noia, responsabile Olio Coldiretti: “Daremo il massimo della nostra professionalita’ e tutto il nostro supporto perche’ 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”.

Cronaca

Eccellenza a Mercato Mediterraneo

11 Novembre 2019 Sheyla Bobba 0 Commenti dieta mediterranea, fiera di Roma, Francesca Rocchi, La Nuvola, Luigi Cremona, Mare Nostrum, Mercato Mediterraneo, Pietro Piccinetti, showcooking

Mercato Mediterraneo, salotto del Mare Nostrum. Da 3 anni lo slogan di Fiera Roma è 'Uniti si vince', il claim di Roma Food exhibition è "Tutti insieme. A Roma".

Da **Pietro Piccinetti**, Amministratore unico e direttore generale di **Fiera Roma**, abbiamo imparato come le esposizioni fieristiche siano un booster irrinunciabile per l'economia. Da **Mercato Mediterraneo**, ingresso gratuito all'esposizione della Portuense dal 9 al 12 novembre, abbiamo capito come il business legato all'alta ristorazione e alle tematiche inerenti all'alimentazione e i prodotti del **Mare Nostrum**, possano essere strumenti per un rilancio turistico delle metropoli più belle del mondo.
Terza edizione di Mercato Mediterraneo, quest'anno in contemporanea con **Excellence dal 9 al 11 novembre a Roma convention Center La Nuvola**.
La fiera dedicata ai prodotti enogastronomici del Mare Nostrum vede la partecipazione di produttori di primissimo livello. Dall'Olio extravergine d'oliva al vino, dalla pasta di grani antichi al caffè. Non mancano i superfood e le verdure conservate.

"Culla di civiltà millenarie e di prodotti dalle radici antichissime"

così la curatrice culturale di mercato Mediterraneo, **Francesca Rocchi** che continua “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 e sostenere il dialogo costruttivo e di pace tra i popoli che condividono lo stesso mare e dall’altra avviare sinergie i progetti in un’ottica di salvaguardia e sviluppo. accanto, dunque, all’aspetto puramente espositivo, proporremo in una 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, quale ad esempio l’agricoltura e la pesca del futuro, ma anche sul valore delle tradizioni, del cibo, di chi lo produce e chi lo consuma”.
Si ricorda che l’ingresso è gratuito, arrivando alla Fiera di Roma con il treno si può usufruire della navetta che porta direttamente all’ingresso est. Per chi raggiunge il polo in auto è a disposizione l’ampio parcheggio.

Mercato mediterraneo è un Brand di Fiera Roma, creato e sviluppato direttamente dalla squadra di Piccinetti

Dieta mediterranea, showcooking, degustazione e molto altro e, il 12 novembre alle 12.30, il premio **Roma Food exhibition** “Critico gastronomico 2019” che sarà consegnato alla Fiera di Roma quale riconoscimento frutto di un’accurata selezione a cura del critico enogastronomico **Luigi Cremona** e dell’**APCI associazione professionale cuochi italiani**.
Mercato Mediterraneo racconta una realtà che sviluppa economie per oltre 12 miliardi di dollari con un milione di addetti. 3 continenti, 450 milioni di abitanti, 200 milioni di viaggiatori registrati ogni anno sulle sue coste e un tasso di occupazione nel settore turistico che dovrebbe arrivare a 2,8 milione di posti di lavoro nel 2027.

Il Mare Nostrum si racconta in Fiera di Roma. Il talk ‘buon compleanno dieta mediterranea’ lo potete riascoltare dalla registrazione dell’evento, dal vivo, sulla

Olio: nel 2020 a Roma Expo-forum dell'extravergine di oliva

Condividi Invia

Roma, 11 nov., Labitalia, - "Siamo orgogliosi di annunciare che, dall'esperienza di Mercato Mediterraneo, nasce il primo vero Expo-forum dell'olio extravergine di oliva che organizzeremo il...

Leggi tutta la notizia

Catania Oggi | 11-11-2019 17:24

LIBERO 24x7

Prima pagina Lombardia Lazio Campania Emilia Romagna Veneto Piemonte Puglia Sicilia Toscan

Cronaca Economia Politica Spettacoli e Cultura Sport Scienza e Tecnologia

Olio: nel 2020 a Roma Expo-forum dell'extravergine di oliva.

Oggi Treviso | 2 | 12-11-2019

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 ...

Leggi la notizia

Persone: alexandra devarrenne simonetta pattuglia
Organizzazioni: mercato unaprol
Prodotti: fiera med
Luoghi: roma italia
Tags: forum extravergine

OGGI Treviso
www.oggitreviso.

Olio: nel 2020 a Roma Expo-forum dell’extravergine di oliva

- 12/11/19

Roma, 11 nov. (Labitalia) – “Siamo orgogliosi 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 …Vai all’articolo originale Fonte: Today.it [...]

The post Olio: nel 2020 a Roma Expo-forum dell’extravergine di oliva appeared first on Nuova Rassegna .

OGGI Treviso

Olio: nel 2020 a Roma Expo-forum dell'extravergine di oliva.

Roma, 11 nov. (Labitalia) - “Siamo orgogliosi 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 - ha proseguito - 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.

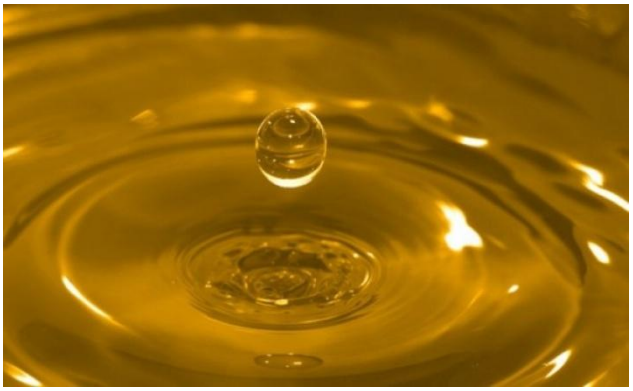
A ricordare infine che l'Italia è il maggior paese per consumi al mondo e il secondo per produzione, ma anche che si tratta di un patrimonio che vanta 350 cultivar differenti, 42 oli Dop, 4 Igp e 76 Presidi Slow Food è stato lo studio Pmi Italiane e Web Marketing - Ricerca sul settore oleario, curata 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.

TEATRO NATURALE
AGRICOLTURA - ALIMENTAZIONE - AMBIENTE
12/11/2019

Nel 2020 una fiera consumer dedicata all'olio extra vergine d'oliva a Roma



Fiera di Roma, Unaprol e Coldiretti organizzeranno una nuova rassegna internazionale dedicata all'oro liquido del Mediterraneo. Obiettivo è eliminare la fake news sull'olio con simposi con esperti internazionali

---

"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 durante la seconda giornata di Mercato Mediterraneo. 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.

TODAY

Lavoro

Olio: nel 2020 a Roma Expo-forum dell'extravergine di oliva

Fiera Roma con Coldiretti e Unaprol punta sul futuro dell'oro liquido

Redazione
12 NOVEMBRE 2019 03:40

”
Roma, 11 nov. (Labitalia) - “Siamo orgogliosi 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 - ha proseguito - 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.

“

Fiera Roma, Coldiretti e Unaprol: in 2020 nuova rassegna su olio

Red/Apa

Askanews12 novembre 2019

Roma, 12 nov. (askanews) - "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".

Cala il sipario su Mercato Mediterraneo, forum sul Mare Nostrum

MERCOLEDÌ 13 NOVEMBRE 2019 15:45 |

Roma, 13 nov. (askanews) – Cooperazione, progetti di sviluppo economico, best practice, scambi di idee, casi di studio su sostenibilità e economia circolare, proposte in campo energetico e investimenti sul fronte turistico. Il tutto sotto un unico denominatore: le eccellenze agroalimentari del Mare Nostrum.

Posted: 2019-11-13 15:45:00

RADIO Colonna
LA VOCE DEL CENTRO DI ROMA

Cala il sipario su Mercato Mediterraneo, forum sul Mare Nostrum

Il salone ideato e organizzato da Fiera Roma

di **Redazione** | **13/11/2019 ore 16:30**

Cooperazione, progetti di sviluppo economico, best practice, scambi di idee, casi di studio su sostenibilità e economia circolare, proposte in campo energetico e investimenti sul fronte turistico. Il tutto sotto un unico denominatore: le eccellenze agroalimentari del Mare Nostrum. E' questo lo scenario raccontato da Mercato Mediterraneo, il salone ideato e organizzato da Fiera Roma che si è chiuso ieri, dopo quattro giorni intensi di dibattiti, tavole rotonde, cooking show e presentazioni con il coinvolgimento attivo di Ministero delle politiche agricole, alimentari e forestali (che ha patrocinato la manifestazione insieme al Ministero dello sviluppo economico), CAR – Centro Agroalimentare Roma, Unaprol – Consorzio Olivicolo Italiano, Coldiretti, Università degli Studi di Roma Tor Vergata, ANAS e gli ospiti speciali del Dipartimento Salute dell'Università di Yale. "La

filiera agroalimentare – dichiara l'amministratore unico e direttore generale di Fiera Roma, Pietro Piccinetti – è il più universale ambasciatore dell'Italia nel mondo. Roma, Capitale del Mediterraneo per elezione e sede delle principali agenzie ONU che si occupano di Food, non può non avere un appuntamento che accenda l'attenzione sul settore agroalimentare in tutta la sua ricchezza e complessità, anche culturale.

Da questa consapevolezza tre anni fa è nato Mercato Mediterraneo, che a conclusione di questa terza edizione vogliamo rilanciare con un messaggio importante sull'agrofood: occorre fare rete e lavorare in un'ottica di sinergie per valorizzare un comparto economico chiave per i nostri territori e per far sì che la nostra città torni finalmente ad avere un ruolo centrale dentro e fuori dai confini nazionali. In tal senso, abbiamo gettato con Excellence le basi del nuovo grande evento diffuso, Roma Food Exhibition, che punta a coinvolgere un numero crescente di partner con la Città Eterna a fare da teatro". Ad animare il palco della fiera dedicata all'agroalimentare del Mediterraneo, tanti portatori d'interesse, tra ricercatori, rappresentanti istituzionali, operatori e imprenditori dal calibro nazionale e internazionale che, attraverso le loro testimonianze, hanno fornito interessanti spunti di riflessioni e possibili soluzioni per affrontare le sfide future di questo grande bacino, unico al mondo. Presenti invece tra gli stand, diverse aziende espositrici, a partire da quelle laziali la cui partecipazione è sostenuta da Regione Lazio, Camera di Commercio di Roma e Unioncamere Lazio, e associazioni come Cibo Futuro, Spighe Verdi, IUS Gustando e IUS Disputando, che hanno arricchito il programma della manifestazione con le loro iniziative a tema, rivolte sia al grande pubblico che ai buyer arrivati da Germania, Polonia, Spagna, Usa, Tunisia, Francia, Marocco e Grecia. Senza dimenticare case history come il progetto Food Smile (che punta a sensibilizzare e formare realtà ristorative sul tema degli interventi di primo soccorso verso i propri clienti e che vede già Fiera Roma come realtà certificata) e il rivoluzionario processore di rifiuti alimentari di Envice (una macchina in grado di trasformare gli scarti alimentari in fertilizzante che si adatta alle esigenze di famiglie, aziende e ristoranti).

"Per il terzo anno – spiega la curatrice culturale di Mercato Mediterraneo, Francesca Rocchi – abbiamo cercato di sintetizzare in solo quattro giornate di salone tutto ciò che questo immenso mare può raccontare in termini di risorse economiche, culturali e sociali. Ma soprattutto abbiamo voluto puntare i riflettori sulle enormi potenzialità che può ancora esprimere per ribadire la sua centralità a livello globale e sulle tante sfide da affrontare, a partire da quella della sostenibilità, che rappresenta ormai una priorità non solo per i Paesi del Mediterraneo ma per l'intero Pianeta". A chiudere la fiera, in particolare, il seminario "Il Cibo del Mare" con la partecipazione di un centinaio di cuochi di APCI – Associazione Professionale Cuochi Italiani, all'opera inoltre con divertenti show cooking. Spettacoli tra i fornelli che durante Mercato Mediterraneo sono andati in scena anche presso la cooking station del CAR (a cura di Fabio Campoli e il suo gruppo di Azioni Gastronomiche e Prodigus.it) e l'area del MIPAAF, declinando le straordinarie risorse ittiche nel piatto. Spazio, inoltre, alla consegna del premio Roma Food Exhibition "Critico enogastronomico 2019" – curato da Fiera Roma, Excellence e Emergente del critico enogastronomico Luigi Cremona – che nasce nell'ambito dell'omonimo nuovo grande evento diffuso lanciato quest'anno.

Il riconoscimento, frutto di un'accurata selezione dello stesso Cremona e dell'APCI, ha eletto Sonia Ricci di Repubblica come migliore giornalista enogastronomico dell'anno per il suo impegno nella divulgazione dei temi legati al Food&Wine. Un comparto, quest'ultimo, che conferma Roma come Capitale mondiale e, secondo TripAdvisor, anche regina d'Italia per gli utenti a caccia di esperienze a tavola. Analizzando le principali città italiane ricercate da utenti nazionali e internazionali sulla piattaforma di viaggi più grande al mondo, infatti, in base alle pagine 'ristoranti' visualizzate nel periodo gennaio-settembre di quest'anno, la Città Eterna è prima in assoluto (105 milioni di visualizzazioni), davanti a Milano (70 mln), Firenze (35 mln), Venezia (30 mln) e Napoli (25 mln).

Ammontano inoltre a 260mila le recensioni pubblicate per le categorie ristoranti a Roma, mentre ad esempio Milano si attesta a 120mila, Firenze a 80mila, Napoli a 65mila e Venezia a 45mila. Su quest'ultimo fronte, i dati – presentati a Mercato Mediterraneo da Valentina Quattro e Ambra Grisotto di TripAdvisor insieme al vicedirettore di Fipe, Luciano Sbraga – dimostrano invece che sul panorama europeo Roma è al secondo posto, pur tallonando Londra (290mila). Un testa a testa, comunque, che si gioca a grandi distanze da Parigi (195mila), Barcellona (145mila), Amsterdam (60mila) e Berlino (55mila). Guardando poi ai top 10 Paesi, le tre nazioni che più di tutte generano traffico sulle pagine viste su Roma in riferimento ai ristoranti sono Regno Unito (13,5%), Stati Uniti (13%) e Francia (11%), seguite da Spagna, Germania, Russia, Paesi Bassi, Grecia, Giappone e Brasile. Ad essere più attivi quando si tratta di dare 'raccomandazioni' sono perlopiù le coppie (38%), come accade a Venezia, Firenze, Napoli, Parigi, Barcellona, Amsterdam e Berlino. Mentre a Milano e Londra sono soprattutto gli amici. Sul fronte infine delle recensioni online, gli oltre 10mila ristoranti di Roma presenti su TripAdvisor sono per la maggior parte giudicati come 'molto buoni' (50,5%) e 'eccellenti' (7%), con solo un 2,6% bocciato.

yahoo! notizie

Cala il sipario su Mercato Mediterraneo, forum sul Mare Nostrum

askanews Red/Apa

Askanews 13 novembre 2019

Roma, 13 nov. (askanews) - Cooperazione, progetti di sviluppo economico, best practice, scambi di idee, casi di studio su sostenibilità e economia circolare, proposte in campo energetico e investimenti sul fronte turistico. Il tutto sotto un unico denominatore: le eccellenze agroalimentari del Mare Nostrum. E' questo lo scenario raccontato da Mercato Mediterraneo, il salone ideato e organizzato da Fiera Roma che si è chiuso ieri, dopo quattro giorni intensi di dibattiti, tavole rotonde, cooking show e presentazioni con il coinvolgimento attivo di Ministero delle politiche agricole, alimentari e forestali (che ha patrocinato la manifestazione insieme al Ministero dello sviluppo economico), CAR - Centro Agroalimentare Roma, Unaprol - Consorzio Olivicolo Italiano, Coldiretti, Università degli Studi di Roma Tor Vergata, ANAS e gli ospiti speciali del Dipartimento Salute dell'Università di Yale.

"La filiera agroalimentare - dichiara l'amministratore unico e direttore generale di Fiera Roma, Pietro Piccinetti - è il più universale ambasciatore dell'Italia nel mondo. Roma, Capitale del Mediterraneo per elezione e sede delle principali agenzie ONU che si occupano di Food, non può non avere un appuntamento che accenda l'attenzione sul settore agroalimentare in tutta la sua ricchezza e complessità, anche culturale. Da questa consapevolezza tre anni fa è nato Mercato Mediterraneo, che a conclusione di questa terza edizione vogliamo rilanciare con un messaggio importante sull'agrofood: occorre fare rete e lavorare in un'ottica di sinergie per valorizzare un comparto economico chiave per i nostri territori e per far sì che la nostra città torni finalmente ad avere un ruolo centrale dentro e fuori dai confini nazionali. In tal senso, abbiamo gettato con Excellence le basi del nuovo grande evento diffuso, Roma Food Exhibition, che punta a coinvolgere un numero crescente di partner con la Città Eterna a fare da teatro".

Ad animare il palco della fiera dedicata all'agroalimentare del Mediterraneo, tanti portatori d'interesse, tra ricercatori, rappresentanti istituzionali, operatori e imprenditori dal calibro nazionale e internazionale che, attraverso le loro testimonianze, hanno fornito interessanti spunti di riflessioni e possibili soluzioni per affrontare le sfide future di questo grande bacino, unico al mondo. Presenti invece tra gli stand, diverse aziende espositrici, a partire da quelle laziali la cui partecipazione è sostenuta da Regione Lazio, Camera di Commercio di Roma e Unioncamere Lazio, e associazioni come Cibo Futuro, Spighe Verdi, IUS Gustando e IUS Disputando, che hanno arricchito il programma della manifestazione con le loro iniziative a tema, rivolte sia al grande pubblico che ai buyer arrivati da Germania, Polonia, Spagna, Usa, Tunisia, Francia, Marocco e Grecia. Senza dimenticare case history come il progetto Food Smile (che punta a sensibilizzare e formare realtà ristorative sul tema degli interventi di primo soccorso verso i propri clienti e che vede già Fiera Roma come realtà certificata) e il rivoluzionario processore di rifiuti alimentari di Envice (una macchina in grado di trasformare gli scarti alimentari in fertilizzante che si adatta alle esigenze di famiglie, aziende e ristoranti). (Segue)

https://it.notizie.yahoo.com/cala-il-sipario-su-mercato-mediterraneo-forum-sul-142726074.html

ROMAFOOD
EXHIBITION
Tutti Insieme. A Roma.

USCITE WEB ROMA FOOD EXHIBITION

Roma, parte progetto per marchio ombrello eventi food

"Roma Food Exhibition" è il nome scelto per calendario rassegne

- Stampa
- Scrivi alla redazione

Redazione ANSA ROMA
24 ottobre 201918:34

© ANSA/EPA

CLICCA PER INGRANDIRE

(ANSA) - ROMA - Cantiere aperto a Roma per un marchio ombrello che riunisca più eventi diffusi sul business legato all'alta ristorazione e alle tematiche relative alle produzioni agroalimentari. A fare da apripista al progetto sinergico sono "Mercato Mediterraneo", brand di Fiera di Roma, e l'evento Execellence, organizzato da Pietro e Claudio Ciccotti. Il cartellone degli eventi prende il nome di "Roma Food Exhibition" con il claim "Tutti insieme. A Roma". Le due manifestazioni sono in calendario, rispettivamente il 9-12 novembre alla Fiera di Roma e 9-11 novembre al Roma Convention Center La Nuvola.Per il futuro è garantito l'ingresso nella programmazione della rassegna del Festival della Gastronomia. "Uniti si vince", dichiara l'amministratore e direttore generale di Fiera di Roma Piero Piccinetti. "Crediamo profondamente- aggiunge- nel lavoro di squadra e siamo convinti sia ciò che serve a Roma, a tutti i livelli, per fare esplodere il suo immenso potenziale". "Il binomio pubblico e privato- spiega l'ideatore di Excellence Pietro Ciccotti- è senza dubbio strategico e elemento di grande forza perché capace di creare un importante momento di sintesi tra il mondo istituzionale e Excellence"

la Repubblica

Sapori

Roma Food Exhibition: il futuro del cibo tra turismo, alta cucina e agricoltura

Uno dei piatti della scorsa edizione di Excellence

Excellence e Mercato Mediterraneo insieme per un evento che punta al rilancio del comparto, partendo dalla ristorazione e dalle eccellenze del territorio. ***Seguici anche su Facebook***

di

eventi lazio a tavola chef

ABBONATI A Rep:

31 ottobre 2019

Un'alleanza per investire sulla filiera agroalimentare ed enogastronomica, con un'occhio al mare. E' quella che coinvolge Mercato Mediterraneo, brand di Fiera Roma, ed Excellence in vista di Roma Food Exhibition, un nuovo evento diffuso che coinvolgerà l'intera Capitale al grido di "Tutti Insieme. A Roma". Un evento che ha come scopo principale quello di accendere i riflettori sì sull'alta ristorazione, ma anche e soprattutto sulle tematiche inerenti le produzioni alimentari del Mare Nostrum " in un'ottica di lavoro sinergico e rilancio turistico di una delle metropoli più belle al mondo" attraverso una proposta ristorativa che strizza l'occhio al paniere agroalimentare dell'Italia. Il tutto **dal 9 al 12 novembre**, in location di alto pregio in tutta la Capitale. Mercato Mediterraneo, partner e cuore dell'evento, che aprirà i battenti per l'occasione, mentre il suggestivo Rome Convention Center La Nuvola sarà la nuova sede di Excellence dal 9 all'11 novembre.

https://www.repubblica.it/sapori/2019/10/31/news/eventi_lazio_roma_food_exhibition_mercato_mediterraneo_excellence-239094836/

Un'organizzazione che unisce due grandi iniziative sotto un unico ombrello, secondo la volontà dichiarata degli organizzatori di fare squadra, perché "crediamo - dichiara **Pietro Piccinetti**, amministratore unico e direttore generale di Fiera Roma – sia ciò che serve a Roma, a tutti i livelli, per fare esplodere il suo immenso potenziale". Quale altra missione potrebbero avere le Fiere se non "essere volano per lo sviluppo economico e sociale dei territori. Con **Roma Food Exhibition**, puntiamo a rendere la Città Eterna un riferimento nazionale per il settore".

https://www.repubblica.it/sapori/2019/10/31/news/eventi_lazio_roma_food_exhibition_mercato_mediterraneo_excellence-239094836/

Dalla volontà dei due attori principali, nasce un salone in cui si uniscono "affari e cultura, scambi e storie", una tavola rotonda a cielo aperte dove "intellettuali e rappresentati del mondo politico e delle istituzioni, possono confrontarsi per creare nuove necessarie opportunità". Il tutto senza dimenticare il cuore del format Mercato Mediterraneo, che guarda necessariamente - in un momento storico come quello che stiamo vivendo - "all'importanza di incentivare il dibattito aperto sul tema dei popoli che condividono lo stesso mare al fine di gettare nuovi basi di sviluppo". Non a caso, sottolineano gli organizzatori, la quattro giorni di fiera coinvolgerà anche numerosi enti di promozione e tutela, seduti al fianco di ambasciatori, rappresentanti istituzionali, esperti e studiosi di livello mondiale, al fine di sottolineare la centralità di questo bacino nello scenario geopolitico internazionale.

Excellence

https://www.repubblica.it/sapori/2019/10/31/news/eventi_lazio_roma_food_exhibition_mercato_mediterraneo_excellence-239094836/

Un cuore ricco di contenuti a cui si affianca il gemellaggio con Excellence, un binomio pubblico-privato in cui gli organizzatori credono molto, in quanto "strategico e elemento di grande forza - sottolinea Pietro Ciccotti, organizzatore di Excellence - perché capace di creare un importante momento di sintesi tra il mondo istituzionale e l'universo creativo" che è il marchio distintivo di **Excellence**, che con questo spirito si prepara ad aprire i battenti della sua **settima edizione**. Una tre giorni per celebrare le eccellenze enogastronomiche italiane secondo una chiave di sostenibilità, cultura e economia, innovazione e sperimentazione. Pilastri ideologici che saranno declinati in un programma fitto tra cooking show, tavole rotonde, degustazioni, talk show e incontri B2B.

https://www.repubblica.it/sapori/2019/10/31/news/eventi_lazio_roma_food_exhibition_mercato_mediterraneo_excellence-239094836/

PORZIONI Cremona

Altri Eventi

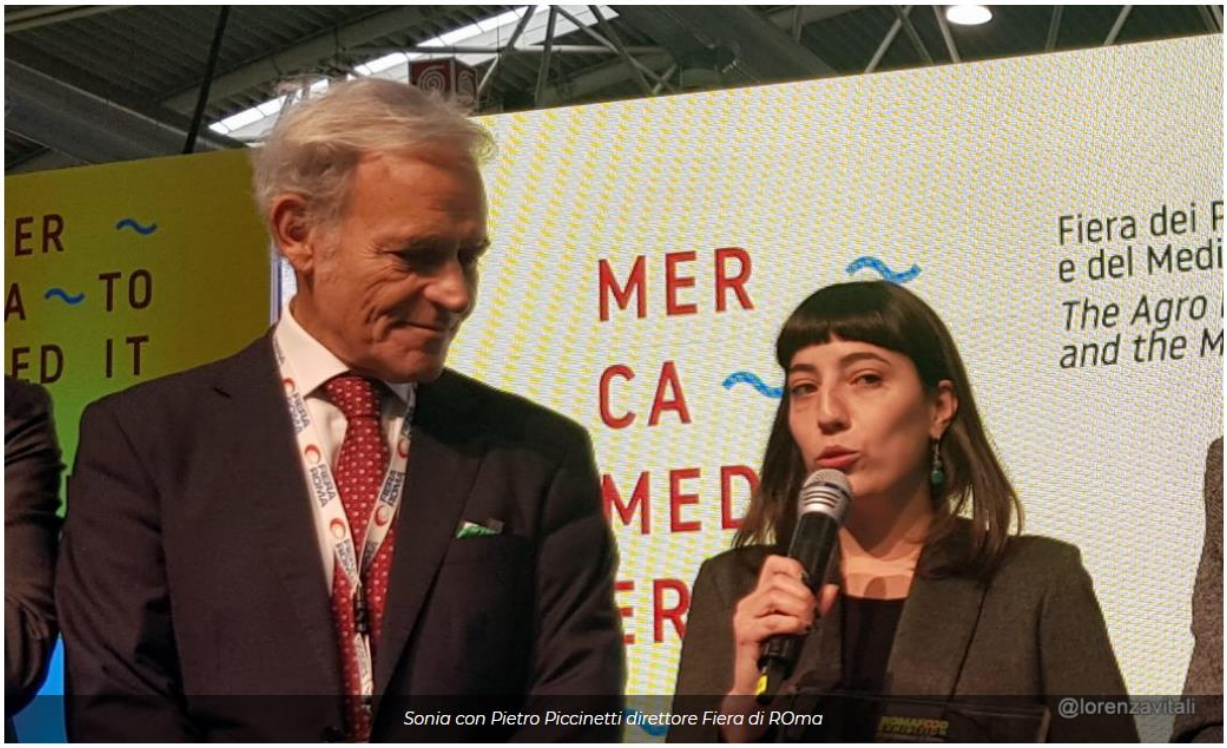
Di Redazione Witaly | 13 Novembre 2019

SONIA RICCI MIGLIOR GIOVANE GIORNALISTA DEL SETTORE

Premio al miglior giornalista giovane del settore enogastronomico è stato assegnato a Sonia Ricci, di Repubblica, giornalista con alle spalle una varia e importante professionalità in vari settori: politica, economia e ora anche enogastornomia. Appassionata di vini scrive su Repubblica dei Sapori adoperando un linguaggio semplice e chiaro. Il premio è stato voluto da Mercato Mediterraneo, Excellence e Witaly, come primo segno di una collaborazione che ci si augura diventi sempre più intensa e profonda tra i vari eventi gastronomici dell'autunno capitolino.

premio a Sonia Ricci

https://www.porzionicremona.it/sonia-ricci-miglior-giovane-giornalista-del-settore/



Sonia con Pietro Piccinetti direttore Fiera di ROma

il pubblico

https://www.porzionicremona.it/sonia-ricci-miglior-giovane-giornalista-del-settore/

con gli chef di ACPI

Fabio Campoli e Sonia Re

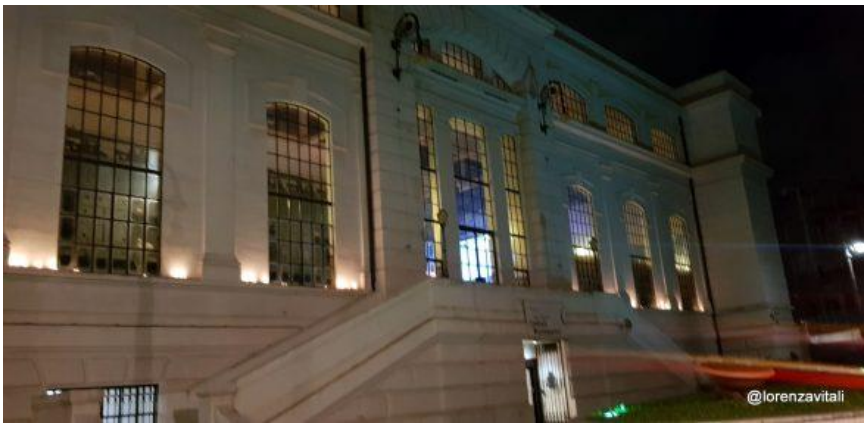
https://www.porzionicremona.it/sonia-ricci-miglior-giovane-giornalista-del-settore/

PORZIONI Cremona

Roma Food Exhibition si presenta a Montemartini

scritto da Luigi Cremona

Che bella la Centrale di Montemartini! oggi è un museo ricco di grande fascino ed è anche una splendida location per accogliere una cena di classe. Come quella organizzata da Excellence per lanciare il progetto Roma Food Exhibition in accordo con la Fiera di Roma per cercare di unire gli sforzi e creare nella Capitale un grande evento insieme. Insieme anche a noi, che di certo non ci tireremo indietro e che da anni ci battiamo per questo fine.



Roma Food Exhibition si presenta a Montemartini

Roma Food Exhibition si presenta a Montemartini

Roma Food Exhibition si presenta a Montemartini

Roma Food Exhibition si presenta a Montemartini

Roma Food Exhibition si presenta a Montemartini

Roma Food Exhibition si presenta a Montemartini

Roma Food Exhibition si presenta a Montemartini

Roma Food Exhibition si presenta a Montemartini

Roma Food Exhibition si presenta a Montemartini

Roma Food Exhibition si presenta a Montemartini

Roma Food Exhibition si presenta a Montemartini

Roma Food Exhibition si presenta a Montemartini

Roma Food Exhibition si presenta a Montemartini

5 Novembre 2019 0 commento

Altri Eventi

IL TEMPO.it
QUOTIDIANO INDIPENDENTE

DAL 9 AL 12 NOVEMBRE

Ecco Roma Food Exhibition, il meglio del cibo e della ristorazione

18 Ottobre 2019

Mercato Mediterraneo, brand di Fiera Roma, ed Excellence si alleano per gettare le basi di un nuovo grande evento diffuso dedicato alla filiera agroalimentare ed enogastronomica che per la prima volta coinvolgerà l'intera Capitale e, nel futuro, anche nuove partnership, a partire da quella con Il Festival della Gastronomia (28 ottobre, Officine Farneto) di Luigi Cremona e Lorenza Vitali, già saliti <a bordo>. Si chiama infatti Roma Food Exhibition e ha come scopo principale quello di accendere i riflettori sul business legato all'alta ristorazione e alle tematiche inerenti le produzioni alimentari del Mare Nostrum in un'ottica di lavoro sinergico, internazionalizzazione e rilancio turistico di una delle metropoli più belle al mondo. A ospitare il calendario di eventi diffusi Roma Food Exhibition saranno location di alto profilo con Fiera Roma che dal 9 al 12 novembre aprirà i battenti di Mercato Mediterraneo, mentre il suggestivo e avveniristico Rome Convention Center La Nuvola sarà la nuova sede di Excellence dal 9 all'11 novembre. Due grandi iniziative che si preparano dunque a debuttare sotto un unico <ombrello>, facendo di Roma per quattro giorni la Capitale nazionale del gusto.

IL TEMPO.it
QUOTIDIANO INDIPENDENTE

Fiere: Mercato Mediterraneo ed Excellence insieme per Roma Food Exhibition

di **AdnKronos**

22 OTTOBRE 2019

Roma, 22 ott. (Labitalia) - Mercato Mediterraneo, brand di Fiera Roma, ed Excellence si alleano per gettare le basi di un nuovo grande evento diffuso dedicato alla filiera agroalimentare ed enogastronomica che per la prima volta coinvolgerà l'intera Capitale e, nel futuro, anche nuove partnership, a partire da quella con 'Il Festival della gastronomia' (in programma il 28 ottobre alle Officine Farneto) di Luigi Cremona e Lorenza Vitali, già saliti 'a bordo'. Si chiama infatti Roma Food Exhibition e, come si evince dal claim "Tutti Insieme. A Roma", ha come scopo principale quello di accendere i riflettori sul business legato all'alta ristorazione e alle tematiche inerenti le produzioni alimentari del Mare Nostrum in un'ottica di lavoro sinergico, internazionalizzazione e rilancio turistico. Driver strategici, in tal senso, risultano quindi la proposta ristorativa e lo straordinario paniere agroalimentare presente in Italia e nel bacino mediterraneo che faranno da fil rouge a tutte le manifestazioni coinvolte.

A ospitare il calendario di eventi diffusi Roma Food Exhibition saranno location di alto profilo con Fiera Roma che dal 9 al 12 novembre aprirà i battenti di Mercato Mediterraneo, mentre il Rome Convention Center La Nuvola sarà la nuova sede di Excellence dal 9 all'11 novembre. Due grandi iniziative che quest'anno si preparano dunque a debuttare sotto un unico 'ombrello', facendo di Roma per quattro giorni la Capitale nazionale del gusto.

"Uniti si vince: crediamo profondamente nel lavoro di squadra - dichiara Pietro Piccinetti, amministratore unico e direttore generale di Fiera Roma - e siamo convinti sia ciò che serve a Roma, a tutti i livelli, per fare esplodere il suo immenso potenziale. La missione delle Fiere è essere volano per lo sviluppo economico e sociale dei territori, anche con sinergie che potenzino le azioni.

Con un evento diffuso e condiviso come Roma Food Exhibition, puntiamo a rendere la Città Eterna un riferimento per il mondo dell'agroalimentare e dell'enogastronomia di alta qualità, tanto per gli addetti ai lavori quanto per gli appassionati. E la collaborazione con Excellence completa e rafforza il nostro approccio al settore".

Un salone professionale dal respiro internazionale, dove si fondono affari e cultura, scambi e storie, un luogo dove aziende, portatori di interesse, intellettuali e rappresentati del mondo politico e delle istituzioni possono confrontarsi per creare nuove necessarie opportunità. È questo l'identikit di Mercato Mediterraneo. Un format espositivo originale e innovativo - ideato e organizzato da Fiera Roma - che anche per la sua terza edizione punta i riflettori su produzioni tipiche, tradizioni, cibo e culture del Mare Nostrum in un'ottica di relazioni, scambio di idee e opportunità di business tra aziende espositrici e buyer nazionali e internazionali.

Il tutto senza mai perdere di vista l'importanza di incentivare il dibattito aperto sul tema dei popoli che condividono lo stesso mare al fine di gettare nuovi basi di sviluppo e pace. Non a caso, la quattro giorni di fiera coinvolgerà numerosi enti di promozione e tutela, ambasciatori, rappresentanti istituzionali, esperti e studiosi di livello mondiale, al fine di sottolineare la centralità di questo bacino nello scenario geopolitico internazionale.

In questa edizione verranno esplorati i temi della sostenibilità, in agricoltura e non solo, le sfide del settore ittico, l'intera filiera dell'olio extravergine di oliva, i nuovi sviluppi commerciali che legano Cina e bacino del Mediterraneo, le infrastrutture e le vie di collegamento di questa parte del mondo, come l'Autostrada del Mediterraneo di Anas, che mette in comunicazione le comunità, custodi di tradizione e storia. Non mancherà, infine, lo spazio per la formazione, grazie anche alla presenza del Master in Economia e Gestione della comunicazione e dei media 'Food, Wine&co. Quando il cibo si fa marca' dell'Università di Roma Tor Vergata, 6 master class e una tavola rotonda internazionale previste il 9-10-11 novembre.

Per il terzo anno consecutivo, l'appuntamento crea un contatto privilegiato tra la formazione e il mondo fieristico per rendere ancora più concreta la possibilità di nuove professionalità legate allo sviluppo dei brand in ambito enogastronomico. Farà luce sulle opportunità offerte dalla Unione europea in tema di sviluppo e internazionalizzazione delle aziende il seminario organizzato dallo Studio Valla. Un prezioso aggiornamento verrà offerto dagli ospiti del Dipartimento Salute dell'Università di Yale, che punteranno l'attenzione su Stati Uniti, consumo di extravergine e salute

pubblica. Si tratta quindi di una manifestazione ricca di contenuti, a cui quest'anno si aggiunge il plus costituito dal 'gemellaggio' con Excellence.

"Il binomio pubblico e privato - spiega l'organizzatore di Excellence, Pietro Ciccotti - è senza dubbio strategico ed elemento di grande forza, perché capace di creare un importante momento di sintesi tra il mondo istituzionale, rappresentato in questo caso da Fiera Roma, e l'universo creativo che contraddistingue Excellence. Riteniamo quindi assolutamente positivo che due attori come questi optino per la condivisione d'intenti che, a nostro giudizio, può e deve rappresentare un valore aggiunto fondamentale per il nostro territorio. Un territorio che custodisce straordinari prodotti e realtà, ma anche un grande capitale umano che in ogni edizione di Excellence cerchiamo di raccontare, declinandoli attraverso la food experience, lo spettacolo, gli incontri b2b e b2c e le innovazioni. Il tutto seguendo una mission imprescindibile, vale a dire fare cultura enogastronomica".

Si prepara, dunque, ad aprire i battenti anche l'edizione numero 7 di Excellence, manifestazione ormai storica e di riferimento nel panorama romano e nazionale che per tre giorni celebrerà le eccellenze enogastronomiche italiane e i suoi protagonisti, esaltandone gli elementi chiave come creatività e sostenibilità, cultura e economia, innovazione e sperimentazione. Asset principali - oltre al supporto di un partner di livello mondiale come Pwc per il secondo anno consecutivo - saranno anche il business e la creazione di una sinergica tra le migliori realtà aziendali e gli operatori, in linea con la volontà di Excellence di porsi sin dal suo esordio come una sorta di 'centro di incubazione' delle imprese del food&wine. Tra cooking show, tavole rotonde, degustazioni, talk show e incontri B2B, saranno numerosi gli eventi in agenda rivolti ai professionisti e agli appassionati per valorizzare la qualità del made in Italy e approfondire importanti temi di attualità settoriale. Protagonisti indiscussi, naturalmente, i grandi chef del panorama nazionale, stellati Michelin in testa, gli imprenditori F&B e i ristoratori.

Roma Food Exhibition, tutti insieme per un grande evento dedicato all’enogastronomia

- **Redazione**

Due manifestazioni, Mercato Mediterraneo e Excellence, per un unico grande evento diffuso che farà di Roma, per quattro giorni, la capitale del gusto

Grandi novità a Roma. Mercato Mediterraneo, brand di Fiera di Roma, ed Excellence si alleano per gettare le basi di un nuovo grande evento diffuso dedicato alla filiera agroalimentare ed enogastronomica che per la prima volta coinvolgerà l’intera Capitale. Stiamo parlato di **Roma Food Exhibition** e, come si evince dal claim ***“Tutti Insieme. A Roma”***, ha come scopo principale quello di accendere i riflettori sul business legato all’alta ristorazione e alle tematiche inerenti le produzioni alimentari del Mare Nostrum in un’ottica di lavoro sinergico, internazionalizzazione e rilancio turistico di una delle metropoli più belle al mondo.

A ospitare il calendario di eventi diffusi Roma Food Exhibition saranno location di alto profilo con **Fiera Roma** che **dal 9 al 12 novembre** aprirà i battenti della terza edizione di Mercato Mediterraneo, format espositivo originale e innovativo, mentre il suggestivo e avveniristico **Rome Convention Center La Nuvola** sarà la nuova sede di Excellence **dal 9 all’11 novembre**. Due grandi iniziative che quest’anno si preparano dunque a debuttare sotto un unico ‘ombrello’, facendo di Roma per quattro giorni la Capitale nazionale del gusto.

Mercato Mediterraneo

Un salone professionale dal respiro internazionale, dove si fondono affari e cultura, scambi e storie, un luogo dove aziende, portatori di interesse, intellettuali e rappresentati del mondo politico e delle istituzioni, possono confrontarsi per creare nuove necessarie opportunità. È questo l'identikit di Mercato Mediterraneo che, per la sua terza edizione punta i riflettori su produzioni tipiche, tradizioni, cibo e culture del Mare Nostrum in un'ottica di relazioni, scambio di idee e opportunità di business tra aziende espositrici e buyer nazionali e internazionali.

Mercato Mediterraneo ha però anche un altro scopo: incentivare il dibattito aperto sul tema dei popoli che condividono lo stesso mare al fine di gettare nuovi basi di sviluppo e pace. Non a caso, la quattro giorni di fiera coinvolgerà numerosi enti di promozione e tutela, ambasciatori, rappresentanti istituzionali, esperti e studiosi di livello mondiale, al fine di sottolineare la centralità di questo bacino nello scenario geopolitico internazionale. In questa edizione verranno esplorati i temi della sostenibilità, in agricoltura e non solo, le sfide del settore ittico, l'intera filiera dell'olio extravergine di oliva, i nuovi sviluppi commerciali che legano Cina e bacino del Mediterraneo, le infrastrutture e le vie di collegamento di questa parte del mondo, come l'Autostrada del Mediterraneo di ANAS, che mette in comunicazione le comunità, custodi di tradizione e storia. Non mancherà infine lo spazio per la formazione, grazie anche alla presenza del Master in Economia e Gestione della Comunicazione e dei Media "Food, Wine&co.

"Uniti si vince – **dichiara Pietro Piccinetti, amministratore unico e direttore generale di Fiera Roma** –. *Crediamo profondamente nel lavoro di squadra e siamo convinti sia ciò che serve a Roma, a tutti i livelli, per fare esplodere il suo immenso potenziale. La missione delle Fiere è essere volano per lo sviluppo economico e sociale dei territori, anche con sinergie che potenzino le azioni. Con un evento diffuso e condiviso come Roma Food Exhibition, puntiamo a rendere la Città Eterna un riferimento per il mondo dell'agroalimentare e dell'enogastronomia di alta qualità, tanto per gli addetti ai lavori quanto per gli appassionati. E la collaborazione con Excellence completa e rafforza il nostro approccio al settore".*

Excellence

Si prepara dunque ad aprire i battenti anche la settima edizione di Excellence, manifestazione ormai storica e di riferimento nel panorama romano e nazionale che per tre giorni celebrerà le eccellenze enogastronomiche italiane e i suoi protagonisti, esaltandone gli elementi chiave come creatività e sostenibilità, cultura e economia, innovazione e sperimentazione. Asset principali saranno anche il business e la creazione di una sinergia tra le migliori realtà aziendali e gli operatori, in linea con la volontà di Excellence di porsi sin dal suo esordio come una sorta di 'centro di incubazione" delle imprese del food&wine. Tra cooking show, tavole rotonde, degustazioni, talk show e incontri B2B, saranno numerosi gli eventi in agenda rivolti ai professionisti e agli appassionati per valorizzare la qualità del made in Italy e approfondire importanti temi di attualità settoriale. Protagonisti indiscussi, naturalmente, i grandi chef del panorama nazionale, stellati Michelin in testa, gli imprenditori F&B e i ristoratori.

"Il binomio pubblico e privato – **spiega l'organizzatore di Excellence, Pietro Ciccotti** – *è senza dubbio strategico e elemento di grande forza, perché capace di creare un importante momento di sintesi tra il mondo istituzionale, rappresentato in questo caso da Fiera Roma, e l'universo creativo che contraddistingue Excellence. Riteniamo quindi assolutamente positivo che due attori come questi optino per la condivisione d'intenti che, a nostro giudizio, può e deve rappresentare un valore aggiunto fondamentale per il nostro territorio. Un territorio*

che custodisce straordinari prodotti e realtà, ma anche un grande capitale umano che in ogni edizione di Excellence cerchiamo di raccontare, declinandoli attraverso la food experience, lo spettacolo, gli incontri b2b e b2c e le innovazioni. Il tutto seguendo una mission imprescindibile, vale a dire fare cultura enogastronomica".

Vent'anni di CUCINA & VINI
ENOGASTRONOMIA • ATTUALITÀ • CULTURA • DAL 1999

Dal 9 al 12 Novembre Mercato Mediterraneo preso Fiera di Roma
Dal 9 all'11 Novembre Excellence al Rome Convention Center La Nuvola

ROMAFOOD EXHIBITION
Tutti Insieme. A Roma.

DUE GRANDI MANIFESTAZIONI PER UN EVENTO DIFFUSO CHE FARÁ DI ROMA LA CAPITALE DEL GUSTO IN UN'OTTICA DI GIOCO DI SQUADRA E NUOVE ALLEANZE

Mercato Mediterraneo, brand di Fiera Roma, ed **Excellence** si alleano per gettare le basi di un nuovo grande evento diffuso dedicato alla filiera agroalimentare ed enogastronomica che per la prima volta coinvolgerà l'intera Capitale e, nel futuro, anche nuove partnership, a partire da quella con **Il Festival della Gastronomia** (28 ottobre, Officine Farneto) di Luigi Cremona e Lorenza Vitali, già saliti 'a bordo'. Si chiama infatti **Roma Food Exhibition** e, come si evince dal claim ***"Tutti Insieme. A Roma"***, ha come scopo principale quello di accendere i riflettori sul business legato all'alta ristorazione e alle tematiche inerenti le produzioni alimentari del Mare Nostrum in un'ottica di lavoro sinergico, internazionalizzazione e rilancio turistico di una delle metropoli più belle al mondo. Driver strategici, in tal senso, risultano quindi la proposta ristorativa e lo straordinario paniere agroalimentare presente in Italia e nel bacino mediterraneo che faranno da fil rouge a tutte le manifestazioni coinvolte.

A ospitare il calendario di eventi diffusi Roma Food Exhibition saranno location di alto profilo con **Fiera Roma** che **dal 9 al 12 novembre** aprirà i battenti di Mercato Mediterraneo, mentre il suggestivo e avveniristico **Rome Convention Center La Nuvola** sarà la nuova sede di Excellence **dal 9 all'11 novembre**. Due grandi iniziative che quest'anno si preparano dunque a debuttare sotto un unico 'ombrello', facendo di Roma per quattro giorni la Capitale nazionale del gusto.

"Uniti si vince – **dichiara Pietro Piccinetti, amministratore unico e direttore generale di Fiera Roma** –. *Crediamo profondamente nel lavoro di squadra e siamo convinti sia ciò che serve a Roma, a tutti i livelli, per fare esplodere il suo immenso potenziale. La missione delle Fiere è essere volano per lo sviluppo economico e sociale dei territori, anche con sinergie che potenzino le azioni. Con un evento diffuso e condiviso come Roma Food Exhibition, puntiamo a rendere la Città Eterna un riferimento per il mondo dell'agroalimentare e dell'enogastronomia di alta qualità, tanto per gli addetti ai lavori quanto per gli appassionati. E la collaborazione con Excellence completa e*

rafforza il nostro approccio al settore".

Un salone professionale dal respiro internazionale, dove si fondono affari e cultura, scambi e storie, un luogo dove aziende, portatori di interesse, intellettuali e rappresentati del mondo politico e delle istituzioni, possono confrontarsi per creare nuove necessarie opportunità. È questo l'identikit di Mercato Mediterraneo. Un format espositivo originale e innovativo – ideato e organizzato da Fiera Roma – che anche per la sua terza edizione punta i riflettori su produzioni tipiche, tradizioni, cibo e culture del Mare Nostrum in un'ottica di relazioni, scambio di idee e opportunità di business tra aziende espositrici e buyer nazionali e internazionali. Il tutto senza mai perdere di vista l'importanza di incentivare il dibattito aperto sul tema dei popoli che condividono lo stesso mare al fine di gettare nuovi basi di sviluppo e pace. Non a caso, la quattro giorni di fiera coinvolgerà numerosi enti di promozione e tutela, ambasciatori, rappresentanti istituzionali, esperti e studiosi di livello mondiale, al fine di sottolineare la centralità di questo bacino nello scenario geopolitico internazionale. In questa edizione verranno esplorati i temi della sostenibilità, in agricoltura e non solo, le sfide del settore ittico, l'intera filiera dell'olio extravergine di oliva, i nuovi sviluppi commerciali che legano Cina e bacino del Mediterraneo, le infrastrutture e le vie di collegamento di questa parte del mondo, come l'Autostrada del Mediterraneo di ANAS, che mette in comunicazione le comunità, custodi di tradizione e storia. Non mancherà infine lo spazio per la formazione, grazie anche alla presenza del Master in Economia e Gestione della Comunicazione e dei Media "Food, Wine&co. Quando il cibo si fa marca" dell'Università di Roma Tor Vergata, 6 master class e una tavola rotonda internazionale previste il 9-10-11 novembre. Per il terzo anno consecutivo, l'appuntamento crea un contatto privilegiato tra la formazione e il mondo fieristico per rendere ancora più concreta la possibilità di nuove professionalità legate allo sviluppo dei brand in ambito enogastronomico. Farà luce sulle opportunità offerte dalla Unione europea in tema di sviluppo e internazionalizzazione delle aziende il seminario organizzato dallo Studio Valla. Un prezioso aggiornamento verrà offerto dagli ospiti del Dipartimento Salute dell'Università di Yale, che punteranno l'attenzione su Stati Uniti, consumo di extravergine e salute pubblica.

Si tratta quindi di una manifestazione ricca di contenuti, a cui quest'anno si aggiunge il plus costituito dal 'gemellaggio' con Excellence.

"Il binomio pubblico e privato – **spiega l'organizzatore di Excellence, Pietro Ciccotti** – *è senza dubbio strategico e elemento di grande forza, perché capace di creare un importante momento di sintesi tra il mondo istituzionale, rappresentato in questo caso da Fiera Roma, e l'universo creativo che contraddistingue Excellence. Riteniamo quindi assolutamente positivo che due attori come questi optino per la condivisione d'intenti che, a nostro giudizio, può e deve rappresentare un valore aggiunto fondamentale per il nostro territorio. Un territorio che custodisce straordinari prodotti e realtà, ma anche un grande capitale umano che in ogni edizione di Excellence cerchiamo di raccontare, declinandoli attraverso la food experience, lo spettacolo, gli incontri b2b e b2c e le innovazioni. Il tutto seguendo una mission imprescindibile, vale a dire fare cultura enogastronomica".*

Si prepara dunque ad aprire i battenti anche l'edizione n.7 di Excellence, manifestazione ormai storica e di riferimento nel panorama romano e nazionale che per tre giorni celebrerà le eccellenze enogastronomiche italiane e i suoi protagonisti, esaltandone gli elementi chiave come creatività e sostenibilità, cultura e economia, innovazione e sperimentazione. Asset principali – oltre al supporto di un partner di livello mondiale come PWC per il secondo anno consecutivo – saranno anche il business e la creazione di una sinergica tra le migliori realtà aziendali e gli operatori, in linea con la volontà di Excellence di porsi sin dal suo esordio come una sorta di 'centro di incubazione" delle imprese del food&wine. Tra cooking show, tavole rotonde, degustazioni, talk

show e incontri B2B, saranno numerosi gli eventi in agenda rivolti ai professionisti e agli appassionati per valorizzare la qualità del made in Italy e approfondire importanti temi di attualità settoriale. Protagonisti indiscussi, naturalmente, i grandi chef del panorama nazionale, stellati Michelin in testa, gli imprenditori F&B e i ristoratori.

Il Messaggero.it

Spettacoli

› ROMA

Tra show cooking e chef stellati

Spettacoli > Giorno&Notte
Domenica 10 Novembre 2019 di Andrea Nebuloso

L’eccellenza gastronomica arriva sulla Nuvola. Ha aperto i battenti all’Eur l’edizione 2019 di Excellence, la rassegna enogastronomica organizzata dai fratelli Ciccotti che andrà avanti fino a domani. Nel programma un fitto calendario di appuntamenti tra cooking show, tavole rotonde e degustazioni.

Grandi protagonisti senza dubbio gli chef. Nei tre giorni d’eventi, infatti, ne sono annunciati un centinaio, fra i quali molti stellati, pronti a stupire e a deliziare i palati del pubblico con ricette uniche e originali. Fra i momenti più attesi quello di lunedì pomeriggio quando si svolgerà la finale di Race to the Stars, il contest, in memoria dello chef Alessandro Narducci, dedicato ai cuochi under 30 nati o residenti nel Lazio e organizzato in collaborazione con la Regione Lazio e Arsial.

In contemporanea a “Excellence 2019”, presso la Fiera di Roma fino a martedì si svolgerà la terza edizione del “Mercato Mediterraneo”, anch’esso organizzato nell’ambito del Roma Food Exhibition. Una sinergia fra due importanti appuntamenti che per qualche giorno faranno di Roma la Capitale del gusto.

Like 102 Salva

Eventi Enogastronomici di Novembre 2019 consigliati da Vino.Tv

Posted 3 settimane ago by vineadmin

Eventi Enogastronomici di Novembre 2019 consigliati da Vino.Tv

Siamo già a Novembre, mese denso di appuntamenti enogastronomici in tutta Italia; come di consueto ho il piacere di riportarvi una selezione dei più interessanti.

Se ne avete altri da segnalare scrivetemi a chiara@vino.tv !

http://vino.tv/it/eventi-enogastronomici-di-novembre-2019-consigliati-da-vino-tv/

"Roma Food Exhibition"

DAL 9 AL 12 NOVEMBRE MERCATO MEDITERRANEO PRESSO FIERA ROMA
DAL 9 ALL'11 NOVEMBRE EXCELLENCE AL ROME CONVENTION CENTER LA NUVOLA

Mercato Mediterraneo, brand di Fiera Roma, ed Excellence si alleano per gettare le basi di un nuovo grande evento diffuso dedicato alla filiera agroalimentare ed enogastronomica che per la prima volta coinvolgerà l'intera Capitale e, nel futuro, anche nuove partnership, a partire da quella con Il Festival della Gastronomia (28 ottobre, Officine Farneto) di Luigi Cremona e Lorenza Vitali, già saliti 'a bordo'. Si chiama infatti Roma Food Exhibition e, come si evince dal claim *"Tutti Insieme. A Roma"*, ha come scopo principale quello di accendere i riflettori sul business legato all'alta ristorazione e alle tematiche inerenti le produzioni alimentari del Mare Nostrum in un'ottica di lavoro sinergico, internazionalizzazione e rilancio turistico di una delle metropoli più belle al mondo.

Per ulteriori info:

http://www.fieraroma.it

www.mercatomediterraneo.it

www.exellencemagazine.it

http://vino.tv/it/eventi-enogastronomici-di-novembre-2019-consigliati-da-vino-tv/

I migliori eventi enogastronomici per conoscere il lato più genuino del territorio

Cercavamo un modo per non perdere un evento, per stare sempre sul pezzo, per non dire “Peccato, se l'avessi saputo prima”.
Adesso non ci sono più scuse: con la nostra agenda sempre aggiornata non ci sfuggirà più nessuno appuntamento, purché si parli di cibo e di vino.

Se vuoi segnalare un evento: Clicca qui
« Tutti gli Eventi

Mercato Mediterraneo

Novembre 9 - 10:00 / Novembre 12 - 22:00

MEDITERRANEO: dimensione di scambio e di confronto tra civiltà, economie e culture diverse, MARE che porta il proprio destino in un nome.
Che sia l’arabo Mar Bianco di Mezzo, o l’albanese Mare in Mezzo alle Terre.
Che sia l’ebraico Hayam Hatikhon ovvero il Mare di Mezzo, o il berbero Ilel Agrakal, mare tra terre, ebbene questo luogo – mai rinchiuso nella propria storia e fermamente inserito nel più vasto insieme di terre emerse del mondo, nel tutto del gigantesco continente unitario euro/afro/asiatico – ecco diventa un pianeta per sé stesso, dove tutto ha circolato precocemente tenendo i tre continenti saldati per sempre da un liquido assieme.
Qui, dove gli uomini hanno incontrato il grande scenario della propria storia universale, dove si sono compiuti gli scambi decisivi per il destino delle nostre civiltà.
Qui c’è MERCATO MEDITERRANEO.

Mercato Mediterraneo ed Excellence danno vita a Roma Food Exhibition

18 OTTOBRE 2019

Con un calendario di eventi diffusi in programma dal 9 novembre alla Fiera di Roma e al Rome Convention Center La Nuvola

(AGRA) – A Roma le esposizioni dedicate alla filiera agroalimentare ed enogastronomica si alleano per dare vita a un nuovo grande evento diffuso: Roma Food Exhibition. A partire da Mercato Mediterraneo ed Excellence, in programma a novembre unite dal claim "Tutti Insieme. A Roma". Prima tra le nuove partnership sarà quella con Il Festival della Gastronomia (28 ottobre, Officine Farneto) di Luigi Cremona e Lorenza Vitali.
A ospitare il calendario di eventi diffusi di Roma Food Exhibition saranno la Fiera di Roma, dove dal 9 al 12 novembre si terrà Mercato Mediterraneo, e il Rome Convention Center La Nuvola che sarà la nuova sede di Excellence in programma dal 9 all'11 novembre.
"Uniti si vince – dichiara Pietro Piccinetti, amministratore unico e direttore generale di Fiera Roma – e noi crediamo profondamente nel lavoro di squadra e siamo convinti sia ciò che serve a Roma, a tutti i livelli, per fare esplodere il suo immenso potenziale. La missione delle Fiere è essere volano per lo sviluppo economico e sociale dei territori, anche con sinergie che potenzino le azioni. Con un evento diffuso e condiviso come Roma Food Exhibition, puntiamo a rendere la Città Eterna un riferimento per il mondo dell'agroalimentare e dell'enogastronomia di alta qualità, tanto per gli

addetti ai lavori quanto per gli appassionati. E la collaborazione con Excellence completa e rafforza il nostro approccio al settore".

Un salone professionale dal respiro internazionale, dove si fondono affari e cultura, scambi e storie, un luogo dove aziende, portatori di interesse, intellettuali e rappresentati del mondo politico e delle istituzioni, possono confrontarsi per creare nuove necessarie opportunità. È questo l'identikit di Mercato Mediterraneo. Un format espositivo originale e innovativo – ideato e organizzato da Fiera Roma – che anche nella terza edizione punta i riflettori su produzioni tipiche, tradizioni, cibo e culture del Mare Nostrum in un'ottica di relazioni, scambio di idee e opportunità di business tra aziende espositrici e buyer nazionali e internazionali. Il tutto senza mai perdere di vista l'importanza di incentivare il dibattito aperto sul tema dei popoli che condividono lo stesso mare al fine di gettare nuove basi di sviluppo e pace. Non a caso, la quattro giorni di fiera coinvolgerà numerosi enti di promozione e tutela, ambasciatori, rappresentanti istituzionali, esperti e studiosi di livello mondiale, al fine di sottolineare la centralità di questo bacino nello scenario geopolitico internazionale. In questa edizione saranno esplorati i temi della sostenibilità, in agricoltura e non solo, le sfide del settore ittico, l'intera filiera dell'olio extravergine di oliva, i nuovi sviluppi commerciali che legano Cina e bacino del Mediterraneo, le infrastrutture e le vie di collegamento di questa parte del mondo, come l'Autostrada del Mediterraneo, che mette in comunicazione le comunità, custodi di tradizione e storia. Non mancherà lo spazio per la formazione, grazie anche alla presenza del Master in Economia e Gestione della Comunicazione e dei Media "Food, Wine&co. Quando il cibo si fa marca" dell'Università di Roma Tor Vergata, 6 master class e una tavola rotonda internazionale previste il 9, 10 e 11 novembre. Per il terzo anno consecutivo, l'appuntamento crea un contatto privilegiato tra la formazione e il mondo fieristico per rendere ancora più concreta la possibilità di nuove professionalità legate allo sviluppo dei brand in ambito enogastronomico. Farà luce sulle opportunità offerte dall'Unione europea in tema di sviluppo e internazionalizzazione delle aziende il seminario organizzato dallo Studio Valla. Gli ospiti del Dipartimento Salute dell'Università di Yale punteranno l'attenzione su "Stati Uniti, consumo di extravergine e salute pubblica".
"Il binomio pubblico e privato – spiega l'organizzatore di Excellence, Pietro Ciccotti – è senza dubbio strategico e elemento di grande forza, perché capace di creare un importante momento di sintesi tra il mondo istituzionale, rappresentato in questo caso da Fiera Roma, e l'universo creativo che contraddistingue Excellence. Riteniamo quindi assolutamente positivo che due attori come questi optino per la condivisione d'intenti che, a nostro giudizio, può e deve rappresentare un valore aggiunto fondamentale per il nostro territorio. Un territorio che custodisce straordinari prodotti e realtà, ma anche un grande capitale umano, che in ogni edizione di Excellence cerchiamo di raccontare, declinandoli attraverso la food experience, lo spettacolo, gli incontri b2b e b2c e le innovazioni. Il tutto seguendo una mission imprescindibile, vale a dire fare cultura enogastronomica".

La settima edizione di Excellence per tre giorni celebrerà le eccellenze enogastronomiche italiane e i loro protagonisti, esaltandone gli elementi chiave come creatività e sostenibilità, cultura ed economia, innovazione e sperimentazione. Asset principali saranno anche il business e la creazione di una sinergia tra le migliori realtà aziendali e gli operatori, in linea con la volontà di Excellence di porsi sin dall'esordio come una sorta di "centro di incubazione" delle imprese del food&wine. Tra cooking show, tavole rotonde, degustazioni, talk show e incontri b2b, sono numerosi gli eventi rivolti ai professionisti e agli appassionati per valorizzare la qualità del made in Italy e approfondire importanti temi di attualità settoriale. Protagonisti indiscussi, i grandi chef del panorama nazionale, stellati Michelin in testa, gli imprenditori del food & beverage e i ristoratori.

Excellence 2019: l'Italia del buon cibo a Roma

TiDPress

Tre giorni dedicati all'alta qualità con la partecipazione di cento chef e cento aziende del settore enogastronomico

Roma – Excellence 2019: il Made in Italy enogastronomico andrà in scena nel "Roma Convention Center La Nuvola" dal 9 all'11 novembre 2019. Tre giorni intensi e gustosi voluti per la settima edizione della manifestazione dagli organizzatori, gli editori Pietro e Claudio Ciccotti. "Abbiamo pensato in grande", afferma Pietro Ciccotti, "per dare spazio e fiducia a un settore con grandissime potenzialità". Che durante la manifestazione saranno espresse al meglio con cooking show, approfondimenti e degustazioni. I grandi protagonisti saranno i cento chef, tra quali molti stellati, che animeranno le cucine con la loro spettacolare maestria. A loro sono dedicate tre aree tematiche: Next Cooking Lazio (cuochi e produttori del Lazio); Excellence Academy (cooking show con chef docenti di Coquis e altre scuole di cucina); Food Innovation (coking show con chef stellati). A esporre saranno cento aziende che spaziano dagli artigiani del gusto, agli industriali di alta qualità e ai produttori di vini e oli. Lo svolgimento in contemporanea alla Fiera di Roma del Mercato Mediterraneo (9 – 12 novembre) fa da apripista a un futuro, grande evento diffuso, dedicato alla filiera agroalimentare che coinvolgerà tutta la città, la Roma Food Exhibition.

https://www.terredeuropa.net/news/excellence-2019-litalia-del-buon-cibo-a-roma.html

AGRODOLCE
come cibo comanda

Roma: un autunno pieno di eventi, da Emergente in poi

25 Ottobre 2019

di Marta Manzo

Roma in autunno è in pieno fermento con tanti eventi imperdibili, specialmente per quanto riguarda l'alta cucina, con un'incursione doverosa nel mondo della pizza.

FESTIVAL DELLA GASTRONOMIA

FacebookTwitterGooglePinterest

Cambio di format con il Festival della Gastronomia, che per questa edizione 2019 si presenta come una full immersion nel mondo del food e del vino, per una giornata intera dedicata a tutti i piaceri del palato. Lunedì 28 ottobre a Officine Farneto, dalle 9.30 alle 16, la programmazione comincia con il Welcome Coffee insieme a Kimbo e ai lievitati realizzati dai maestri pasticcieri di Storie di Farina di Agugiaro&Figna. Quindi le selezionatissime specialità alimentari e i vini di The

Wine Net. Al centro della giornata ci sarà il pranzo preparato dagli chef emergenti, che realizzeranno ciascuno una propria ricetta, rispettando il tema proposto per la giornata e mettendo sul piatto l'eccellenza delle produzioni italiane e il proprio estro.

LE FINALI DI EMERGENTE 2019: I CUOCHI IN GARA

L'appuntamento da non mancare, però, è quello con le finali delle gare di Emergente, gare conclusive di giovani cuochi e pizzaioli under 30 e 35 anni, che incoroneranno il miglior Emergente Chef 2019 e il Miglior Emergente Pizza. In gara, tra i cuochi, ci sono Lorenzo Boschi di Locanda Di Mezzo a Castelnuovo di Garfagnana (LU), Gianluca Durillo di La Madonnina del Pescatore a Senigallia (AN), Giuseppe Torcasio che lavorava presso Ex Trappeto a Lamezia Terme (CZ), Valerio Ragusa di Da Luciano a Roma, Rocco Santon con la recente apertura Noir a Ponzano Veneto (TV), Emanuele Frisenda di Aqua a Porto Cesareo (LE), Marco Primiceri con il suo nuovo ristorante Duo a Chiavari (GE) e infine Antonio Micalizzi del Gellius ad Oderzo (TV).

FacebookTwitterGooglePinterest

Per il mondo pizza la sfida è invece tra Lorenzo Sirabella di Dry Milano Solferino a Milano, Tommaso Correale di Pizzeria Vesuvia a Bologna, Giuseppe Monaco di O' Fiore mio a Faenza (RA), Gianluca Morea di Torre Gavetone a Molfetta (BA), Nicola Falanga di Pizzeria Haccademia a Terzigno (NA), Fabiano Viscito di Ristorante Pizzeria Battilapaglia di Salerno, Gabriele Lucantoni di Sbanco a Roma e infine Roberto Ferrone di Al 384 sempre nella Capitale. Durante la giornata è prevista anche la presentazione in anteprima della guida Alberghi e Ristoranti d'Italia di Touring Club Italiano, in un evento che ogni anno richiama oltre un migliaio tra operatori, albergatori, ristoratori e giornalisti e che consegnerà premi speciali e attestati di merito alle tante strutture recensite nella pubblicazione.

MERCATO MEDITERRANEO

FacebookTwitterGooglePinterest

Dal 9 al 12 novembre, a Fiera di Roma, torna l'appuntamento con Mercato Mediterraneo, salone professionale alla terza edizione che punta i riflettori su produzioni tipiche, tradizioni, cibo e cultura del mare nostrum, animando il dibattito sul tema dei popoli che condividono lo stesso mare. Affari, cultura, scambi e storie di aziende si confronteranno per creare nuove opportunità. Per questo, la quattro giorni coinvolgerà numerosi enti di promozione e tutela, ambasciatori, rappresentanti istituzionali, esperti e studiosi di livello mondiale, per sottolineare ancora una volta la centralità di questo bacino nello scenario geopolitico internazionale. In questa edizione saranno esplorati i temi della sostenibilità, le sfide del settore ittico, l'intera filiera dell'olio extravergine di oliva, i nuovi sviluppi commerciali che legano Cina e bacino del Mediterraneo.

EXCELLENCE ALLA SETTIMA EDIZIONE

FacebookTwitterGooglePinterest

Parallelamente, dal 9 all'11 novembre, stavolta al Rome Convention Center La Nuvola, la settima edizione di Excellence, manifestazione che anche quest'anno celebrerà per 3 giorni le eccellenze enogastronomiche nazionali e i suoi protagonisti, esaltandone elementi chiave come creatività, sostenibilità, cultura, innovazione e sperimentazione. Protagonisti indiscussi saranno 100 chef del panorama italiano, stellati in testa, che si muoveranno in 3 aree diverse: Next Cooking Lazio, cooking show con cuochi e prodotti del Lazio; Food Innovation, incontri moderati da un personaggio fuori dagli schemi, ed Excellence Academy, con chef docenti di Coquis e di altre scuole di cucina della capitale.

FacebookTwitterGooglePinterest

Cento saranno anche le aziende espositrici, tra artigiani del gusto e cantine, alcune delle quali saranno protagoniste dello spazio We Love Tasting. Per l'olio, invece, il punto di riferimento sarà la Evo School di Coldiretti. RACE TO THE STARS, RISERVATO AGLI UNDER 30 DEL LAZIO, CI SARÀ ANCHE PER LA SETTIMA EDIZIONE Spazio anche per l'approfondimento – dal Congresso Nazionale Associazione Professionale Cuochi Italiani, all'evento Falsi D'Autore, curato da Luigi Cremona, alla presentazione della guida Roma nel Piatto edita da Pecora Nera e all'anteprima della guida Roma

Doc de La Repubblica – per il il secondo anno ci sarà anche il contest Race to the Stars, in memoria dello chef Alessandro Narducci: riservato a a giovani chef under 30 nati o residenti nel Lazio, si concluderà proprio lunedì 11 novembre in chiusura di Excellence. Sul fronte delle novità c'è il fuori salone Excellence Off. Quattro cene all'insegna dell'alta cucina e dei grandi vini italiani, in programma dal 5 all'8 novembre (a pagamento e su prenotazione fino a esaurimento posti) che permetteranno di vivere in anteprima una vera e propria food experience in pieno stile Excellence, in compagnia di quattro grandi chef e dei loro piatti abbinati a quattro importanti cantine d'Italia: Francesco Apreda – Velenosi Vini; Roy Caceres – Cantine Briziarelli; Cristina Bowerman – Famiglia Cotarella; Daniele Usai – La Scolca.

I PIZZA AWARDS DI EXCELLENCE

FacebookTwitterGooglePinterest

Ci saranno, però, anche i maestri pizzaioli: all'interno di Excellence, infatti, saranno assegnati i Pizza Awards Italia 2019. Tanti i riconoscimenti, che offrono una panoramica non solo sulle migliori pizze e pizzerie d'Italia, ma anche sulle tendenze del settore. LA GIURIA VALUTERÀ LE PIZZE REGOLANDOSI SU PARAMETRI CLASSICI

I vincitori sarà decretati da una giuria composta dai più autorevoli giornalisti enogastronomici d'Italia e dai pizzaioli e rappresentanti delle 100 pizzerie in gara. La pizza sarà giudicata su parametri classici come materie prime, impasti, condimenti, digeribilità, ma anche valutando fattori come rispetto per la tradizione, creatività, innovazione e attenzione verso diete particolari e intolleranze, oltre ad ambiente, servizio di sala (cortesia, accoglienza, preparazione, pulizia), carta delle birre o dei vini. I riconoscimenti premieranno quindi: la Miglior Pizza d'Italia, la Miglior Pizza Tradizionale, la Miglior Pizza contemporanea, la Miglior Nuova Apertura, la Miglior Pizza regionale, la Miglior Pizza Napoletana, la Miglior Pizza Romana, la Miglior Pizza Canotto, la Miglior Pizza Fritta, la Miglior Pizza Bio, la Miglior Pizza Senza Glutine, la miglior carta di vini e birre, il miglior design, la migliore comunicazione digitale. Per chiudere con il Miglior Pizza Chef uomo e donna.

sala&cucina
MAGAZINE DI RISTORAZIONE

A Roma torna Excellence: creatività, sperimentazione e alta ristorazione

26 Ottobre 2019

Ampliato e ricco di novità, torna **dal 9 all'11 novembre Excellence**, l'appuntamento capitolino organizzato dai fratelli **Pietro e Claudio Ciccotti**, che quest'anno festeggia la sua settima edizione ospitato in un teatro d'eccezione: il **Roma Convention Center La Nuvola**, firmato da Massimiliano Fuksas. Qui i riflettori si accenderanno sui **grandi temi del made in Italy enogastronomico** e sui suoi protagonisti, con cooking show, tavole rotonde, degustazioni, talk show, incontri B2B e B2C, e illumineranno cuochi e importanti realtà del settore, scuole di formazione professionale di sala e cucina, buyer, sommelier e ristoratori.Saranno in particolare cento, gli chef protagonisti degli spettacoli di cucina ospitati in tre diverse aree: **Next Cooking Lazio** (cooking show a quattro mani con cuochi e prodotti del Lazio), **Food Innovation** (cooking show con chef stellati moderati da un personaggio "fuori dagli schemi") ed **Excellence Academy** (cooking show con chef docenti di **Coquis** e di altre scuole di cucina di Roma).Un centinaio saranno pure le aziende espositrici, tra artigiani del gusto e industriali di alta qualità, in vetrina insieme a diverse cantine vitivinicole italiane, alcune delle quali protagoniste dello spazio **We Love Tasting**, mentre a fare da punto di ritrovo per l'olio extravergine di oliva sarà l'area **Evo School**, gestita da **Coldiretti**.Il ricco calendario di attività di Excellence 2019 sarà dunque all'insegna di creatività, sperimentazione e affari, senza trascurare il racconto e la condivisione di idee e progetti: dal **Congresso Nazionale APCI** (Associazione Professionale Cuochi Italiani) all'evento "**Falsi d'Autore"** curato da **Luigi Cremona** con gli chef stellati chiamati a riprodurre piatti che hanno fatto la storia della cucina; dalla presentazione della guida *Roma nel Piatto* (edita da Pecora Nera) all'anteprima della guida *Roma Doc* de *La Repubblica*; dal talk show dedicato ai 100 anni dell'azienda vinicola **La Scolca** alla presentazione del progetto **M'Ama.Seeds** "Recupero delle antiche colture e delle antiche culture per la salute dell'Uomo e del Pianeta" (a cura di M'Ama.Art). Quest'anno, inoltre, debutta **Excellence Off,** una sorta di "fuori salone" con quattro cene firmate da grandi chef e accompagnate da importanti vini italiani, in programma **dal 5 all'8 novembre** (Francesco Apreda – Velenosi Vini; Roy Caceres – Cantine Briziarelli; Cristina Bowerman – Famiglia Cotarella; Daniele Usai – La Scolca). La manifestazione, infine, in tandem con la terza edizione di **Mercato Mediterraneo** (**9-12 novembre, Fiera Roma**), sarà il trampolino ideale di **Roma Food Exhibition**, il maxi calendario di eventi diffusi legati al food business italiano e mediterraneo, che punta a coinvolgere tutta la città per celebrare sotto un unico ombrello l'alta ristorazione e il paniere agroalimentare del Mare Nostrum.

https://www.salaecucina.it/archivio_news/a-roma-torna-excellence-creativita-sperimentazione-e-alta-ristorazione/

EFA NEWS EUROPEAN FOOD AGENCY
Non riceve alcun finanziamento pubblico
Direttore responsabile:
CLARA MOSCHINI

Mercato Mediterraneo, al via il gemellaggio con Excellence

Appuntamento con Roma Food Exhibition dal 9 al 12 novembre

Mercato Mediterraneo, brand di Fiera Roma, ed Excellence si alleano per gettare le basi di un nuovo grande evento dedicato alla filiera agroalimentare ed enogastronomica che per la prima volta coinvolgerà l'intera Capitale. Si tratta di Roma Food Exhibition, che farà di Roma per quattro giorni la capitale nazionale del gusto. Un salone professionale dal respiro internazionale, dove si fondono affari e cultura, scambi e storie, un luogo dove aziende, portatori di interesse, intellettuali e rappresentati del mondo politico e delle istituzioni, possono confrontarsi per creare nuove necessarie opportunità. È questo l'identikit di Mercato Mediterraneo.

Un format espositivo originale e innovativo - ideato e organizzato da Fiera Roma - che anche per la sua terza edizione punta i riflettori su produzioni tipiche, tradizioni, cibo e culture del Mare Nostrum in un'ottica di relazioni, scambio di idee e opportunità di business tra aziende espositrici e buyer nazionali e internazionali. Il tutto senza mai perdere di vista l'importanza di incentivare il dibattito aperto sul tema dei popoli che condividono lo stesso mare al fine di gettare nuovi basi di sviluppo e pace.

La quattro giorni di fiera coinvolgerà numerosi enti di promozione e tutela, ambasciatori, rappresentanti istituzionali, esperti e studiosi di livello mondiale, al fine di sottolineare la centralità di questo bacino nello

scenario geopolitico internazionale. In questa edizione verranno esplorati i temi della sostenibilità, in agricoltura e non solo, le sfide del settore ittico, l'intera filiera dell'olio extravergine di oliva, i nuovi sviluppi commerciali che legano Cina e bacino del Mediterraneo, le infrastrutture e le vie di collegamento di questa parte del mondo, come l'Autostrada del Mediterraneo di Anas, che mette in comunicazione le comunità, custodi di tradizione e storia. Non mancherà infine lo spazio per la formazione, grazie anche alla presenza del Master in Economia e Gestione della Comunicazione e dei Media "Food, Wine&co.

Quando il cibo si fa marca" dell'Università di Roma Tor Vergata, 6 master class e una tavola rotonda internazionale previste il 9-10-11 novembre. Per il terzo anno consecutivo, l'appuntamento crea un contatto privilegiato tra la formazione e il mondo fieristico per rendere ancora più concreta la possibilità di nuove professionalità legate allo sviluppo dei brand in ambito enogastronomico. Farà luce sulle opportunità offerte dall'Unione europea in tema di sviluppo e internazionalizzazione delle aziende il seminario organizzato dallo Studio Valla. Un prezioso aggiornamento verrà offerto dagli ospiti del Dipartimento Salute dell'Università di Yale, che punteranno l'attenzione su Stati Uniti, consumo di extravergine e salute pubblica. Si tratta quindi di una manifestazione ricca di contenuti, a cui quest'anno si aggiunge il plus costituito dal 'gemellaggio' con Excellence. Si prepara dunque ad aprire i battenti anche l'edizione numero 7 di Excellence che per tre giorni celebrerà le eccellenze enogastronomiche italiane e i suoi protagonisti, esaltandone gli elementi chiave come creatività e sostenibilità, cultura e economia, innovazione e sperimentazione.

IL CENTRO AGROALIMENTARE ROMA PROTAGONISTA AL ROMAFOOD EXHIBITION

DUE GRANDI INIZIATIVE CHE QUEST'ANNO SI PREPARANO A DEBUTTARE SOTTO UN UNICO 'OMBRELLO', FACENDO DI ROMA PER QUATTRO GIORNI LA CAPITALE NAZIONALE DEL GUSTO.

La FIERA DI ROMA annuncia una grande novità. La terza edizione di Mercato Mediterraneo si inaugura con il sugello di una nuova alleanza. Il salone professionale internazionale, ideato e organizzato da Fiera Roma, ha chiamato Excellence per gettare le basi di un grande evento diffuso, unico nel suo genere, dedicato alla filiera agroalimentare ed enogastronomica. ROMA FOOD EXHIBITION con il claim "TUTTI INSIEME. A ROMA", ha lo scopo principale di accendere i riflettori sul business legato all'alta ristorazione e alle tematiche inerenti le produzioni alimentari, con particolare attenzione al settore ittico.

"Quello che colpisce è la volontà di fare sinergia, di volerci ritrovare tutti insieme per fare meglio il nostro lavoro" – ha dichiarato il CEO di CAR Fabio Massimo Pallottini – "Ognuno di noi ha maturato esperienza nel proprio settore ma ha bisogno di confrontarsi e di aprirsi a continue nuove esperienze data la poliedricità degli attori di questa bellissima filiera".

Interessanti le proposte ristorative. Gli eventi diffusi ROMA FOOD EXHIBITION saranno presso location di alto profilo, con FIERA ROMA che DAL 9 AL 12 NOVEMBRE aprirà i battenti di Mercato Mediterraneo e il ROME CONVENTION CENTER LA NUVOLA che sarà la sede di EXCELLENCE DAL 9 ALL'11 NOVEMBRE.

Nel frattempo si preparano nuove partnership, a partire da quella con Il Festival della Gastronomia (28 ottobre, Officine Farneto) di Luigi Cremona e Lorenza Vitali.

Mercato Mediterraneo – Cibi, culture, mescolanze – dal 9 al 12 novembre a Roma

Torna a Fiera di Roma il festival dei prodotti agroalimentari del mediterraneo.

L'obiettivo dell'evento è quello di mettere in evidenza e far conoscere metodi e processi che salvaguardino per prima la qualità, per una produzione responsabile sia sul piano industriale sia commerciale e distributivo, favorendo gli scambi commerciali, coinvolgendo le principali reti distributive nazionali e internazionali dell'agroalimentare.

Per tutto il Programma e info: http://www.mercatomediterraneo.it/

Trade Shows Conferences Top 100 Venues

About | Users 49 | Exhibitors 57 | Reviews | Photos 9 | Travel Deals

"The International Mediterranean Agro Food Exhibition"

Mercato Mediterraneo continues its journey of professional event for operators of the whole Mediterranean food chain, offering them real business opportunities, based on the principles of quality and traceability. All features of the event will be inspired by this, presentation and comparison will be the factors leading to a successful result. Buyers and professionals can have a in a glance an overview of typical high-quality products from Italy and the Mediterranean countries, while successfully carrying out their business. The forthcoming edition will also see a training and updating program, a real plus to explore new frontiers of taste and new opportunities, to make products live in an extraordinary market, in the heart of a gastronomic culture that the world envies and asks us to spread.

MERCATO MEDITERRANEO ED EXCELLENCE INSIEME PER ROMA FOOD EXHIBITION

by Redaone

DAL 9 AL 12 NOVEMBRE MERCATO MEDITERRANEO PRESSO FIERA ROMA
DAL 9 ALL'11 NOVEMBRE EXCELLENCE AL ROME CONVENTION CENTER LA NUVOLA

MERCATO MEDITERRANEO ED EXCELLENCE INSIEME PER ROMA FOOD EXHIBITION

DUE GRANDI MANIFESTAZIONI PER UN EVENTO DIFFUSO CHE FARÁ DI ROMA LA CAPITALE DEL GUSTO
IN UN'OTTICA DI GIOCO DI SQUADRA E NUOVE ALLEANZE

Roma, 17 ottobre 2019 – **Mercato Mediterraneo**, brand di Fiera Roma, ed **Excellence** si alleano per gettare le basi di un nuovo grande evento diffuso dedicato alla filiera agroalimentare ed enogastronomica che per la prima volta coinvolgerà l'intera Capitale e, nel futuro, anche nuove partnership, a partire da quella con **Il Festival della Gastronomia** (28 ottobre, Officine Farneto) di Luigi Cremona e Lorenza Vitali, già saliti 'a bordo'. Si chiama infatti **Roma Food Exhibition** e, come si evince dal claim ***"Tutti Insieme. A Roma"***, ha come scopo principale quello di accendere i riflettori sul business legato all'alta ristorazione e alle tematiche inerenti le produzioni alimentari del Mare Nostrum in un'ottica di lavoro sinergico, internazionalizzazione e rilancio turistico di una delle metropoli più belle al mondo. Driver strategici, in tal senso, risultano quindi la proposta ristorativa e lo straordinario paniere agroalimentare presente in Italia e nel bacino mediterraneo che faranno da fil rouge a tutte le manifestazioni coinvolte.

A ospitare il calendario di eventi diffusi Roma Food Exhibition saranno location di alto profilo con **Fiera Roma** che **dal 9 al 12 novembre** aprirà i battenti di Mercato Mediterraneo, mentre il suggestivo e avveniristico **Rome Convention Center La Nuvola** sarà la nuova sede di Excellence **dal 9 all'11 novembre**. Due grandi iniziative che quest'anno si preparano dunque a debuttare sotto un unico 'ombrello', facendo di Roma per quattro giorni la Capitale nazionale del gusto.

"Uniti si vince – **dichiara Pietro Piccinetti, amministratore unico e direttore generale di Fiera Roma** –. *Crediamo profondamente nel lavoro di squadra e siamo convinti sia ciò che serve a Roma, a tutti i livelli, per fare esplodere il suo immenso potenziale. La missione delle Fiere è essere volano per lo sviluppo economico e sociale dei territori, anche con sinergie che potenzino le azioni. Con un evento diffuso e condiviso come Roma Food Exhibition, puntiamo a rendere la Città Eterna un riferimento per il mondo dell'agroalimentare e dell'enogastronomia di alta qualità, tanto per gli addetti ai lavori quanto per gli appassionati. E la collaborazione con Excellence completa e rafforza il nostro approccio al settore".*

Un salone professionale dal respiro internazionale, dove si fondono affari e cultura, scambi e storie, un luogo dove aziende, portatori di interesse, intellettuali e rappresentati del mondo politico e delle istituzioni, possono confrontarsi per creare nuove necessarie opportunità. È questo l'identikit di Mercato Mediterraneo. Un format espositivo originale e innovativo – ideato e organizzato da Fiera Roma – che anche per la sua terza edizione punta i riflettori su produzioni tipiche, tradizioni, cibo e culture del Mare Nostrum in un'ottica di relazioni, scambio di idee e opportunità di business tra aziende espositrici e buyer nazionali e internazionali. Il tutto senza mai perdere di vista l'importanza di incentivare il dibattito aperto sul tema dei popoli che condividono lo stesso mare al fine di gettare nuovi basi di sviluppo e pace. Non a caso, la quattro giorni di fiera coinvolgerà numerosi enti di promozione e tutela, ambasciatori, rappresentanti istituzionali, esperti e studiosi di livello mondiale, al fine di sottolineare la centralità di questo bacino nello scenario geopolitico internazionale. In questa edizione verranno esplorati i temi della sostenibilità, in agricoltura e non solo, le sfide del settore ittico, l'intera filiera dell'olio extravergine di oliva, i nuovi sviluppi commerciali che legano Cina e bacino del Mediterraneo, le infrastrutture e le vie di collegamento di questa parte del mondo, come l'Autostrada del Mediterraneo di ANAS, che mette in comunicazione le comunità, custodi di tradizione e storia. Non mancherà infine lo spazio per la formazione, grazie anche alla presenza del Master in Economia e Gestione della Comunicazione e dei Media "Food, Wine&co. Quando il cibo si fa marca" dell'Università di Roma Tor Vergata, 6 master class e una tavola rotonda internazionale previste il 9-10-11 novembre. Per il terzo anno consecutivo, l'appuntamento crea un contatto privilegiato tra la formazione e il mondo fieristico per rendere ancora più concreta la possibilità di nuove professionalità legate allo sviluppo dei brand in ambito enogastronomico. Farà luce sulle opportunità offerte dalla Unione europea in tema di sviluppo e internazionalizzazione delle aziende il seminario organizzato dallo Studio Valla. Un prezioso aggiornamento verrà offerto dagli ospiti del Dipartimento Salute dell'Università di Yale, che punteranno l'attenzione su Stati Uniti, consumo di extravergine e salute pubblica.

Si tratta quindi di una manifestazione ricca di contenuti, a cui quest'anno si aggiunge il plus costituito dal 'gemellaggio' con Excellence.

"Il binomio pubblico e privato – **spiega l'organizzatore di Excellence, Pietro Ciccotti** – *è senza dubbio strategico e elemento di grande forza, perché capace di creare un importante momento di sintesi tra il mondo istituzionale, rappresentato in questo caso da Fiera Roma, e l'universo creativo che contraddistingue Excellence. Riteniamo quindi assolutamente positivo che due attori come questi optino per la condivisione d'intenti che, a nostro*

giudizio, può e deve rappresentare un valore aggiunto fondamentale per il nostro territorio. Un territorio che custodisce straordinari prodotti e realtà, ma anche un grande capitale umano che in ogni edizione di Excellence cerchiamo di raccontare, declinandoli attraverso la food experience, lo spettacolo, gli incontri b2b e b2c e le innovazioni. Il tutto seguendo una mission imprescindibile, vale a dire fare cultura enogastronomica".

Si prepara dunque ad aprire i battenti anche l'edizione n.7 di Excellence, manifestazione ormai storica e di riferimento nel panorama romano e nazionale che per tre giorni celebrerà le eccellenze enogastronomiche italiane e i suoi protagonisti, esaltandone gli elementi chiave come creatività e sostenibilità, cultura e economia, innovazione e sperimentazione. Asset principali – oltre al supporto di un partner di livello mondiale come PWC per il secondo anno consecutivo – saranno anche il business e la creazione di una sinergica tra le migliori realtà aziendali e gli operatori, in linea con la volontà di Excellence di porsi sin dal suo esordio come una sorta di 'centro di incubazione" delle imprese del food&wine. Tra cooking show, tavole rotonde, degustazioni, talk show e incontri B2B, saranno numerosi gli eventi in agenda rivolti ai professionisti e agli appassionati per valorizzare la qualità del made in Italy e approfondire importanti temi di attualità settoriale. Protagonisti indiscussi, naturalmente, i grandi chef del panorama nazionale, stellati Michelin in testa, gli imprenditori F&B e i ristoratori.

La prima pagina.it

Enogastronomia Lazio Roma Capitale

Roma. Food Exhibition e si parla di territorio

18 Ottobre 2019 Elvia Gregorace Roma

Il Mercato Mediterraneo ed Excellence si uniranno dal 9 al 12 novembre per creare un evento che avrà come protagonista la filiera agroalimentare ed enogastronomica. Un progetto che riguarda la ristorazione di un certo livello attraverso la presenza di prodotti di qualità legati al Mar Mediterraneo.

A ospitare il calendario di eventi diffusi Roma Food Exhibition saranno location di alto profilo con fiera Roma che dal 9 al 12 novembre aprirà i battenti di Mercato Mediterraneo, mentre il suggestivo e avveniristico Rome Convention Center La Nuvola sarà la nuova sede di Excellence dal 9 all'11 novembre. Due grandi iniziative che quest'anno si preparano dunque a debuttare sotto un unico 'ombrello', facendo di Roma per quattro giorni la Capitale nazionale del gusto.

L' amministratore unico e direttore generale di Fiera Roma Pietro Piccinetti sostiene: " *Crediamo profondamente nel lavoro di squadra e siamo convinti sia ciò che serve a Roma, a tutti i livelli, per fare esplodere il suo immenso potenziale. La missione delle Fiere è essere volano per lo sviluppo economico e sociale dei territori, anche con sinergie che potenzino le azioni. Con un evento diffuso e condiviso come Roma Food Exhibition, puntiamo a rendere la Città Eterna un riferimento per il mondo dell'agroalimentare e dell'enogastronomia di alta qualità, tanto per gli addetti ai lavori quanto per gli appassionati. E la collaborazione con Excellence completa e rafforza il nostro approccio al settore".*
Il Mediterraneo è il vero leader della manifestazione. Gli italiani dovrebbero capire che per costruire il futuro, bisognerebbe guardare il passato. Roma Food Exhibition è un format che si basa sul dialogo, anche politico, attraverso il quale è possibile confrontarsi per raggiungere i medesimi obiettivi.

la quattro giorni di fiera coinvolgerà numerosi enti di promozione e tutela, ambasciatori, rappresentanti istituzionali, esperti e studiosi di livello mondiale, al fine di sottolineare la centralità di questo bacino nello scenario geopolitico internazionale. In questa edizione verranno esplorati i temi della sostenibilità, in agricoltura e non solo, le sfide del settore ittico, l'intera filiera dell'olio extravergine di oliva, i nuovi sviluppi commerciali che legano Cina e bacino del Mediterraneo, le infrastrutture e le vie di collegamento di questa parte del mondo, come l'Autostrada del Mediterraneo di ANAS, che mette in comunicazione le comunità, custodi di tradizione e storia.

Per i curiosi anche masterclass a tema sulla comunicazione del cibo e del vino. Il mondo sta cambiando, ma la qualità in Italia resta. Bisogna trovare nuovi strumenti senza dimenticare la nostra storia.

Pietro Ciccotti, organizzatore di Excellence dichiara*: "Il binomio pubblico e privato è senza dubbio strategico e elemento di grande forza, perché capace di creare un importante momento di sintesi tra il mondo istituzionale, rappresentato in questo caso da Fiera Roma, e l'universo creativo che contraddistingue Excellence. Riteniamo quindi assolutamente positivo che due attori come questi optino per la condivisione d'intenti che, a nostro giudizio, può e deve rappresentare un valore aggiunto fondamentale per il nostro territorio. Un territorio che custodisce straordinari prodotti e realtà, ma anche un grande capitale umano che in ogni edizione di Excellence cerchiamo di raccontare, declinandoli attraverso la food experience, lo spettacolo, gli incontri b2b e b2c e le innovazioni. Il tutto seguendo una mission imprescindibile, vale a dire fare cultura enogastronomica"*
Qualcuno sostiene che il lavoro di squadra divida i compiti e moltiplichi il successo. Auspichiamo sia così.

Roma. Food Exhibition e si parla di territorio

La Prima Pagina 18 ottobre 2019 13:01 Notizie da: Regione Lazio

Fonte immagine: La Prima Pagina - link

Il Mercato Mediterraneo ed Excellence si uniranno dal 9 al 12 novembre per creare un evento che avrà come protagonista la filiera agroalimentare ed enogastronomica. Un progetto che riguarda la ristorazione di un certo livello attraverso la presenza di prodotti di qualità legati al Mar Mediterraneo. A ospitare il calendario di eventi diffusi Roma Food Exhibition saranno location di alto profilo...

Il Tuo Account - Accedi Zazoom Social Blog Top Trend Ultima Ora Video Tv Segnala Blog Si

Zazoom Social Blog Attualità Gossip Musica Politica Salute Scienza Spettacolo

Ti sei rifatta dopo la gravidanza! Ursula Bennardo nella bufera, ...

Mi piace 21.298

Roma Food Exhibition e si parla di territorio

Il Mercato Mediterraneo ed Excellence si uniranno dal 9 al 12 novembre per creare un evento che avrà come ...

Segnalato da : *laprimapagina*

Commenta

Roma. Food Exhibition e si parla di territorio *(Di venerdì 18 ottobre 2019)* Il Mercato Mediterraneo ed Excellence si uniranno dal 9 al 12 novembre per creare un evento che avrà come protagonista

ATLANTICO
RIVISTA DI ANALISI POLITICA, ECONOMICA E GEOPOLITICA

Day by Day: tartufo bianco in mostra in Umbria e Food Exhibition a Roma

di **Gianfranco Ferroni**, in **Day by Day**, **Rubriche**, del **19 Ott 2019, 03:57**

Un'autentica *full immersion* nel mondo dei tartufai altotiberini tra percorsi sensoriali e gastronomici sulla trifola dell'Alto Tevere umbro, arricchiti da *show cooking*, mostre, degustazioni di olio e vino, musica e assaggi di prodotti tipici da tutta Italia. Tutto questo è la *Mostra Mercato Nazionale del Tartufo bianco* di Città di Castello che da venerdì 1 a domenica 3 novembre festeggia il traguardo dei 40 anni con un'edizione storica ancora più ricca di iniziative e

novità. Accanto ai tradizionali Mercati dei Sapori d'Italia e ai Saloni del Vino (Ais) e dell'Olio (Confraternita dell'Olio e dell'Olio dell'Alta Valle del Tevere), farà infatti il suo debutto il *Trifola Finger Food*, ideato dagli organizzatori, ovvero Comune di Città di Castello, Associazione Mostra del Tartufo e Comunità Montana Alto Tevere Umbro, con gli enti pubblici locali, tra cui la Camera di Commercio di Perugia, proprio per celebrare questo importante anniversario. Un 'super cibo', anzi un tripudio di eccellenza e sapori, che mette insieme il celebre *Tuber Magnatum Pico* umbro, il *Parmigiano Reggiano* e la *Patata De.Co.* di Pietralunga per una creazione *'limited edition'* che sarà possibile degustare e acquistare nei giorni di fiera. Nella tre giorni di Città di Castello, a riprova della storica vocazione di questo territorio che vede un tartufaio ogni 10 abitanti e oltre 6 mila cani in attività, tornerà a sventolare anche lo slogan *"Le quattro stagioni del Tartufo"* proprio per sottolineare la costante produzione lungo tutto l'anno caratterizzata, oltre che dalla trifola dell'Alto Tevere in autunno, dal nero pregiato *Tuber melanosporum* in inverno, dal bianchetto o marzuolo *Tuber borchii* in primavera e dal tartufo nero estivo o scorzone *Tuber aestivum* nel periodo più caldo dell'anno. "L'edizione numero 40", dichiarano il sindaco di Città di Castello Luciano Bacchetta, l'assessore al Turismo e Commercio Riccardo Carletti, il presidente della Comunità Montana Alta Umbria Mauro Severini, "sarà davvero imperdibile, non solo per questo importante anniversario che connoterà ancora di più con un clima di festa il programma del 2019, ma anche perché si preannuncia un'annata memorabile per i nostri tartufi con grandi pezzature e notevoli quantità in grado di accontentare tutte le tasche. Sulla base di questi presupposti, siamo quindi certi di poter offrire ai visitatori un fine settimana unico all'insegna del gusto e della qualità made in Umbria, senza dimenticare le straordinarie risorse enogastronomiche, artistiche e culturali che la nostra Regione è in grado di esprimere. Il Tartufo è infatti solo una delle tante eccellenze che ci contraddistingue a livello nazionale, contribuendo a rendere unica la nostra offerta turistica. E in tal senso, la tre giorni di Città di Castello rappresenta

l'occasione ideale per scoprire questo immenso patrimonio e per godere, allo stesso tempo, delle numerose iniziative messe in campo per questa storica edizione". La musica farà anche quest'anno da *fil rouge* con le esibizioni live nel centro storico e l'esecuzione in prima assoluta della Sinfonia per Città di Castello nell'ambito della seconda edizione di *"Sulle note del tartufo bianco"*, a cura del maestro Fabio Battistelli.

Mercato Mediterraneo, brand di Fiera Roma, ed *Excellence* si alleano per gettare le basi di un nuovo grande evento diffuso dedicato alla filiera agroalimentare ed enogastronomica che per la prima volta coinvolgerà l'intera capitale e, nel futuro, anche nuove partnership, a partire da quella con *"Il Festival della Gastronomia"* (28 ottobre, *Officine Farneto*) di Luigi Cremona e Lorenza Vitali, già saliti 'a bordo'. Si chiama infatti *Roma Food Exhibition* e, come si evince dal claim *"Tutti Insieme. A Roma"*, ha come scopo principale quello di accendere i riflettori sul business legato all'alta ristorazione e alle tematiche inerenti le produzioni alimentari del Mare Nostrum in un'ottica di lavoro sinergico, internazionalizzazione e rilancio turistico di una delle metropoli più belle al mondo. Driver strategici, in tal senso, risultano quindi la proposta ristorativa e lo straordinario paniere agroalimentare presente in Italia e nel bacino mediterraneo che faranno da *fil rouge* a tutte le manifestazioni coinvolte. A ospitare il calendario di eventi diffusi *Roma Food Exhibition* saranno location di alto profilo con Fiera Roma che dal 9 al 12 novembre aprirà i battenti di *Mercato Mediterraneo*, mentre il suggestivo e avveniristico *Rome Convention Center La Nuvola* sarà la nuova sede di *Excellence* dal 9 all'11 novembre. Due grandi iniziative che quest'anno si preparano dunque a debuttare sotto un unico 'ombrello', facendo di Roma per quattro giorni la capitale nazionale del gusto. "Uniti si vince", dichiara Pietro Piccinetti, amministratore unico e direttore generale di Fiera Roma: "Crediamo profondamente nel lavoro di squadra e siamo convinti sia ciò che serve a Roma, a tutti i livelli, per fare

esplodere il suo immenso potenziale. La missione delle Fiere è essere volano per lo sviluppo economico e sociale dei territori, anche con sinergie che potenzino le azioni. Con un evento diffuso e condiviso come *Roma Food Exhibition*, puntiamo a rendere la Città Eterna un riferimento per il mondo dell'agroalimentare e dell'enogastronomia di alta qualità, tanto per gli addetti ai lavori quanto per gli appassionati. E la collaborazione con *Excellence* completa e rafforza il nostro approccio al settore". Un salone professionale dal respiro internazionale, dove si fondono affari e cultura, scambi e storie, un luogo dove aziende, portatori di interesse, intellettuali e rappresentati del mondo politico e delle istituzioni, possono confrontarsi per creare nuove necessarie opportunità. È questo l'identikit di *Mercato Mediterraneo*. Un format espositivo originale e innovativo, ideato e organizzato da Fiera Roma, che anche per la sua terza edizione punta i riflettori su produzioni tipiche, tradizioni, cibo e culture del Mare Nostrum in un'ottica di relazioni, scambio di idee e opportunità di business tra aziende espositrici e *buyer* nazionali e internazionali. Il tutto senza mai perdere di vista l'importanza di incentivare il dibattito aperto sul tema dei popoli che condividono lo stesso mare al fine di gettare nuovi basi di sviluppo e pace. Non a caso, la quattro giorni di fiera coinvolgerà numerosi enti di promozione e tutela, ambasciatori, rappresentanti istituzionali, esperti e studiosi di livello mondiale, al fine di sottolineare la centralità di questo bacino nello scenario geopolitico internazionale.

In questa edizione verranno esplorati i temi della sostenibilità, in agricoltura e non solo, le sfide del settore ittico, l'intera filiera dell'olio extravergine di oliva, i nuovi sviluppi commerciali che legano Cina e bacino del Mediterraneo, le infrastrutture e le vie di collegamento di questa parte del mondo, come l'Autostrada del Mediterraneo di Anas, che mette in comunicazione le comunità, custodi di tradizione e storia. Non mancherà infine lo spazio per la formazione, grazie anche alla presenza del Master in Economia e Gestione della Comunicazione e dei Media *"Food, Wine&co.*

Quando il cibo si fa marca" dell'Università di Roma Tor Vergata, 6 *master class* e una tavola rotonda internazionale previste dal 9 all'11 novembre. Per il terzo anno consecutivo, l'appuntamento crea un contatto privilegiato tra la formazione e il mondo fieristico per rendere ancora più concreta la possibilità di nuove professionalità legate allo sviluppo dei brand in ambito enogastronomico. Farà luce sulle opportunità offerte dalla Unione europea in tema di sviluppo e internazionalizzazione delle aziende il seminario organizzato dallo *Studio Valla*. Un prezioso aggiornamento verrà offerto dagli ospiti del Dipartimento Salute dell'Università di Yale, che punteranno l'attenzione su Stati Uniti, consumo di extravergine e salute pubblica. "Il binomio pubblico e privato", spiega l'organizzatore di *Excellence*, Pietro Ciccotti, "è senza dubbio strategico e elemento di grande forza, perché capace di creare un importante momento di sintesi tra il mondo istituzionale, rappresentato in questo caso da Fiera Roma, e l'universo creativo che contraddistingue *Excellence*. Riteniamo quindi assolutamente positivo che due attori come questi optino per la condivisione d'intenti che, a nostro giudizio, può e deve rappresentare un valore aggiunto fondamentale per il nostro territorio. Un territorio che custodisce straordinari prodotti e realtà, ma anche un grande capitale umano che in ogni edizione di *Excellence* cerchiamo di raccontare, declinandoli attraverso la f*ood experience*, lo spettacolo, gli incontri b2b e b2c e le innovazioni. Il tutto seguendo una mission imprescindibile, vale a dire fare cultura enogastronomica".

RADIO Colonna
LA VOCE DEL CENTRO DI ROMA

Il meglio del cibo italiano sbarca a Fiera di Roma

Viva l'Italia, anche quella agroalimentare. Mercato Mediterraneo, brand di Fiera Roma, ed Excellence si alleano per gettare le basi di un nuovo grande evento diffuso dedicato alla filiera agroalimentare ed enogastronomica che per la **prima volta coinvolgerà l'intera Capitale** e, nel futuro, anche nuove partnership, a partire da quella con Il Festival della Gastronomia (28 ottobre, Officine Farneto) di Luigi Cremona e Lorenza Vitali, già saliti a bordo. Si chiama infatti **Roma Food Exhibition** e, come si evince dal claim "Tutti Insieme. A Roma", ha come scopo principale quello di **accendere i riflettori sul business legato all'alta ristorazione e alle tematiche inerenti le produzioni alimentari del Mare Nostrum** in un'ottica di lavoro sinergico, internazionalizzazione e rilancio turistico di una delle metropoli più belle al mondo. Driver strategici, in tal senso, risultano quindi la proposta ristorativa e lo straordinario paniere agroalimentare presente in Italia e nel bacino mediterraneo che faranno da fil rouge a tutte le manifestazioni coinvolte.

Il primo ad essere soddisfatto, ovviamente, è il numero uno di Fiera, **Pietro Piccinetti**. "Uniti si vince. Crediamo profondamente nel lavoro di squadra e siamo convinti sia ciò che serve a Roma, a tutti i livelli, per fare esplodere il suo immenso potenziale. La missione delle Fiere è essere volano per lo sviluppo economico e sociale dei territori, anche con sinergie che potenzino le azioni. Con un evento diffuso e condiviso come Roma Food Exhibition, puntiamo a rendere la Città Eterna un riferimento per il mondo dell'agroalimentare e dell'enogastronomia di alta qualità, tanto per gli addetti ai lavori quanto per gli appassionati. E la collaborazione con Excellence completa e rafforza il nostro approccio al settore".

FOOD TRICOLORE A ROMA

A ospitare il calendario di eventi diffusi Roma Food Exhibition saranno location di alto profilo con Fiera Roma che dal 9 al 12 novembre aprirà i battenti di Mercato Mediterraneo, mentre il suggestivo e avveniristico Rome Convention Center La Nuvola sarà la nuova sede di Excellence dal 9 all'11 novembre. Due grandi iniziative che quest'anno si preparano dunque a debuttare sotto un unico 'ombrello', facendo di Roma per quattro giorni la Capitale nazionale del gusto.

La quattro giorni di fiera coinvolgerà numerosi enti di promozione e tutela, ambasciatori, rappresentanti istituzionali, esperti e studiosi di livello mondiale, al fine di sottolineare la centralità di questo bacino nello scenario geopolitico internazionale. In questa edizione verranno esplorati i temi della sostenibilità, in agricoltura e non solo, le sfide del settore ittico, l'intera filiera dell'olio extravergine di oliva, i nuovi sviluppi commerciali che legano Cina e bacino del Mediterraneo, le infrastrutture e le vie di collegamento di questa parte del mondo, come l'Autostrada del Mediterraneo di Anas, che mette in comunicazione le comunità, custodi di tradizione e storia.

TRA CIBO E COMUNICAZIONE

Non mancherà infine lo spazio per la formazione, grazie anche alla presenza del Master in Economia e Gestione della Comunicazione e dei Media "Food, Wine&co, organizzato e promosso dalla professoressa **Simonetta Pattuglia**. Quando il cibo si fa marca" dell'Università di Roma Tor Vergata, 6 master class e una tavola rotonda internazionale

previste il 9-10-11 novembre. Per il terzo anno consecutivo, l'appuntamento crea un contatto privilegiato tra la formazione e il mondo fieristico per rendere ancora più concreta la possibilità di nuove professionalità legate allo sviluppo dei brand in ambito enogastronomico. Farà luce sulle opportunità offerte dalla Unione europea in tema di sviluppo e internazionalizzazione delle aziende il seminario organizzato dallo Studio Valla. Un prezioso aggiornamento verrà offerto dagli ospiti del Dipartimento Salute dell'Università di Yale, che punteranno l'attenzione su Stati Uniti, consumo di extravergine e salute pubblica.

"Il binomio pubblico e privato – spiega l'organizzatore di Excellence, **Pietro Ciccotti** – è senza dubbio strategico e elemento di grande forza, perché capace di creare un importante momento di sintesi tra il mondo istituzionale, rappresentato in questo caso da Fiera Roma, e l'universo creativo che contraddistingue Excellence. Riteniamo quindi assolutamente positivo che due attori come questi optino per la condivisione d'intenti che, a nostro giudizio, può e deve rappresentare un valore aggiunto fondamentale per il nostro territorio. Un territorio che custodisce straordinari prodotti e realtà, ma anche un grande capitale umano che in ogni edizione di Excellence cerchiamo di raccontare, declinandoli attraverso la food experience, lo spettacolo, gli incontri b2b e b2c e le innovazioni. Il tutto seguendo una mission imprescindibile, vale a dire fare cultura enogastronomica".

EVR

SCAPA
ROMA

FIERA
ROMA

Roma Food Exhibition, dal 9 al 12 novembre: il programma

Posted on 19 ottobre 2019 by street fashion & food

Mercato Mediterraneo, brand di Fiera Roma, ed Excellence si alleano per gettare le basi di un nuovo grande evento dedicato alla filiera agroalimentare ed enogastronomica che per la prima volta coinvolgerà l'intera Capitale.

Si tratta di 'Roma Food Exhibition' e, come si evince dal claim "Tutti Insieme. A Roma", ha come scopo principale quello di accendere i riflettori sul business legato all'alta ristorazione e alle tematiche inerenti le produzioni alimentari del Mare Nostrum in un'ottica di lavoro sinergico, internazionalizzazione e rilancio turistico di una delle metropoli più belle al mondo. Driver strategici, in tal senso, risultano quindi la proposta ristorativa e lo straordinario paniere agroalimentare presente in Italia e nel bacino mediterraneo che faranno da fil rouge a tutte le manifestazioni coinvolte.

A ospitare il calendario di eventi diffusi Roma Food Exhibition saranno location di alto profilo con Fiera Roma che dal 9 al 12 novembre aprira' i battenti di Mercato Mediterraneo, mentre il suggestivo e avveniristico Rome Convention Center La Nuvola sara' la nuova sede di Excellence dal 9 all'11 novembre.

Due grandi iniziative che quest'anno si preparano dunque a debuttare sotto un unico 'ombrello', facendo di Roma per quattro giorni la Capitale nazionale del gusto. Un salone professionale dal respiro internazionale, dove si fondono affari e cultura, scambi e storie, un luogo dove aziende, portatori di interesse, intellettuali e rappresentati del mondo politico e delle istituzioni, possono confrontarsi per creare nuove necessarie opportunita'. E' questo l'identikit di Mercato Mediterraneo.

Un format espositivo originale e innovativo – ideato e organizzato da Fiera Roma – che anche per la sua terza edizione punta i riflettori su produzioni tipiche, tradizioni, cibo e culture del Mare Nostrum in un'ottica di relazioni, scambio di idee e opportunità di business tra aziende espositrici e buyer nazionali e internazionali.

In questa edizione verranno esplorati i temi della sostenibilità, in agricoltura e non solo, le sfide del settore ittico, l'intera filiera dell'olio extravergine di oliva, i nuovi sviluppi commerciali che legano Cina e bacino del Mediterraneo, le infrastrutture e le vie di collegamento di questa parte del mondo, come l'Autostrada del Mediterraneo di ANAS, che mette in comunicazione le comunita', custodi di tradizione e storia. Non manchera' infine lo spazio per la formazione, grazie anche alla presenza del Master in Economia e Gestione della Comunicazione e dei Media "Food, Wine&co.

Quando il cibo si fa marca" dell'Universita' di Roma Tor Vergata, 6 master class e una tavola rotonda internazionale previste il 9-10-11 novembre. Per il terzo anno consecutivo, l'appuntamento crea un contatto privilegiato tra la formazione e il mondo fieristico per rendere ancora piu' concreta la possibilita' di nuove professionalita' legate allo sviluppo dei brand in ambito enogastronomico. Fara' luce sulle opportunita' offerte dalla Unione europea in tema di sviluppo e internazionalizzazione delle aziende il seminario organizzato dallo Studio Valla. Un prezioso aggiornamento verra' offerto dagli ospiti del Dipartimento Salute dell'Universita' di Yale, che punteranno l'attenzione su Stati Uniti, consumo di extravergine e salute pubblica. Si tratta quindi di una manifestazione ricca di contenuti, a cui quest'anno si aggiunge il plus costituito dal 'gemellaggio' con Excellence. Si prepara dunque ad aprire i battenti anche l'edizione numero 7 di Excellence che per tre giorni celebrera' le eccellenze enogastronomiche italiane e i suoi protagonisti, esaltandone gli elementi chiave come creativita' e sostenibilita', cultura e economia, innovazione e sperimentazione.

CAMERA DI COMMERCIO ITALIANA PER LA GERMANIA
ITALIENISCHE HANDELSKAMMER FÜR DEUTSCHLAND

Quando

09/11/2019 - 12/11/2019

Dove FIERA ROMA SRL

Dal 9 al 12 Novembre **Fiera Roma Srl** organizza la terza edizione della fiera **Mercato Mediterraneo**. La fiera rappresenta un luogo di esperienza, scambio, confronto: sapori, profumi e suoni attorno al Mediterraneo e ai suoi prodotti. Il programma per i buyer tedeschi prevede la partecipazione a incontri BtB con le aziende espositrici.

In primo piano: alimenti di elevata qualità, prodotti biologici come olio extravergine di oliva, vino, formaggi, sughi e conserve, creme spalmabili dolci e salate, prodotti ittici vari, legumi, cereali, salumi, biscotteria e prodotti da forno, miele e confetture, pasta integrale e semi-integrale, salse particolari, spezie, verdure sott'olio, tartufi, caffè, bevenade analcoliche gassate, Superfood e molto altro.
In fiera è prevista la partecipazione di circa 70 aziende italiane, provenienti in particolare dal Lazio, dalla Calabria e dalla Puglia, che avranno la possibilità di far conoscere il Mediterraneo in tutte le sue forme.

Agli operatori tedeschi la fiera offre il seguente **programma**:
– 8 Novembre: arrivo
– 9 Novembre: visita della fiera e incontri BtB
– 10 Novembre: visita della fiera e incontri BtB
– 11 Novembre: partenza

In alternativa gli operatori potranno arrivare il 9 Novembre e partire il 12 Novembre.

La partecipazione all'evento è gratuita. I costi di viaggio, pernottamento e transfer in loco saranno sostenuti dagli organizzatori.

L'elenco completo degli espositori sarà disponibile a breve.

In caso di interesse rivolgersi a

Maria Laura Vacca
mvacca@itkam.org
0049 69 97145223

Ulteriori informazioni sull'evento sono disponibili nella Brochure in allegato e sul sito ufficiale www.mercatomediterraneo.it.

Il numero dei partecipanti è limitato. L’organizzatore si riserva il diritto di verificare le iscrizioni ricevute e di effettuare una selezione.

Mercato Mediterraneo ed Excellence insieme per Roma Food Exhibition

Di
Redazione
-
21 Ottobre 2019

Due grandi manifestazioni per un evento diffuso che fará di Roma la capitale del gusto in un'ottica di gioco di squadra e nuove alleanze

ROMA. Mercato Mediterraneo, brand di Fiera Roma, ed **Excellence** si alleano per gettare le basi di un nuovo grande evento diffuso dedicato alla filiera agroalimentare ed enogastronomica che per la prima volta coinvolgerà l'intera Capitale e, nel futuro, anche nuove partnership, a partire da quella con **Il Festival della Gastronomia** (28 ottobre, Officine Farneto) di **Luigi Cremona** e Lorenza Vitali, già saliti a bordo. Si chiama infatti **Roma Food Exhibition** e, come si evince dal claim **"Tutti Insieme. A Roma"**, ha come scopo principale quello di accendere i riflettori sul business legato all'alta ristorazione e alle tematiche inerenti le produzioni alimentari del **Mare Nostrum** in un'ottica di lavoro sinergico, internazionalizzazione e rilancio turistico di una delle metropoli più belle al mondo. Driver strategici, in tal senso, risultano quindi la proposta ristorativa e lo straordinario paniere agroalimentare presente in Italia e nel bacino mediterraneo che faranno da fil rouge a tutte le manifestazioni coinvolte.

A ospitare il calendario di eventi diffusi Roma Food Exhibition saranno location di alto profilo con Fiera Roma che **dal 9 al 12 novembre aprirà i battenti di Mercato Mediterraneo**, mentre il suggestivo e avveniristico Rome Convention Center La Nuvola sarà la nuova sede di **Excellence dal 9 all'11 novembre**. Due grandi iniziative che quest'anno si preparano dunque a debuttare sotto un unico ombrello, facendo di Roma per quattro giorni la Capitale nazionale del gusto.

"Uniti si vince – dichiara **Pietro Piccinetti**, amministratore unico e direttore generale di Fiera Roma – Crediamo profondamente nel lavoro di squadra e siamo convinti sia ciò che serve a Roma, a tutti i livelli, per fare esplodere il suo immenso potenziale. **La missione delle Fiere è essere volano per lo sviluppo economico e sociale dei territori**, anche con sinergie che potenzino le azioni. Con un evento diffuso e condiviso come Roma Food Exhibition, **puntiamo a rendere la Città Eterna un riferimento per il mondo dell'agroalimentare e dell'enogastronomia di alta qualità**, tanto per gli addetti ai lavori quanto per gli appassionati. E la collaborazione con Excellence completa e rafforza il nostro approccio al settore".

Un salone professionale dal respiro internazionale, dove si fondono affari e cultura, scambi e storie, un luogo dove aziende, portatori di interesse, intellettuali e rappresentati del mondo politico e delle istituzioni, possono confrontarsi per creare nuove necessarie opportunità. È questo l'identikit di Mercato Mediterraneo. Un format espositivo originale e innovativo – ideato e organizzato da Fiera Roma – che anche per la sua terza edizione **punta i riflettori su produzioni tipiche, tradizioni, cibo e culture del Mare Nostrum** in un'ottica di relazioni, scambio di idee e opportunità di business tra aziende espositrici e buyer nazionali e internazionali. Il tutto senza mai perdere di vista l'importanza di incentivare il dibattito aperto sul tema dei popoli che condividono lo stesso mare al fine di gettare nuovi basi di sviluppo e pace. Non a caso, la quattro giorni di fiera coinvolgerà numerosi enti di promozione e tutela, ambasciatori, rappresentanti istituzionali, esperti e studiosi di livello mondiale, al fine di sottolineare la centralità di questo bacino nello scenario geopolitico internazionale.

In questa edizione **verranno esplorati i temi della sostenibilità**, in agricoltura e non solo, **le sfide del settore ittico**, **l'intera filiera dell'olio extravergine di oliva**, i **nuovi sviluppi commerciali che legano Cina e bacino del Mediterraneo**, le **infrastrutture** e le **vie di collegamento** di questa parte del mondo, come l'Autostrada del Mediterraneo di ANAS, che mette in comunicazione le comunità, custodi di tradizione e storia. Non mancherà infine lo **spazio per la formazione**, grazie anche alla presenza del Master in Economia e Gestione della Comunicazione e dei Media **"Food, Wine&co. Quando il cibo si fa marca"** dell'**Università di Roma Tor Vergata**, 6 master class e una tavola rotonda internazionale previste il 9-10-11 novembre. Per il terzo anno consecutivo, l'appuntamento crea un contatto privilegiato tra la formazione e il mondo fieristico per rendere ancora più concreta la possibilità di

nuove professionalità legate allo sviluppo dei brand in ambito enogastronomico. Farà luce sulle opportunità offerte dalla Unione europea in tema di sviluppo e internazionalizzazione delle aziende il seminario organizzato dallo Studio Valla. Un prezioso aggiornamento verrà offerto dagli ospiti del **Dipartimento Salute dell'Università di Yale**, che punteranno l'attenzione su Stati Uniti, consumo di extravergine e salute pubblica.

Si tratta quindi di una manifestazione ricca di contenuti, a cui quest'anno si aggiunge il plus costituito dal "gemellaggio" con Excellence

"Il binomio pubblico e privato – spiega l'organizzatore di Excellence, **Pietro Ciccotti** – è senza dubbio strategico e elemento di grande forza, perché capace di creare un importante momento di sintesi tra il mondo istituzionale, rappresentato in questo caso da Fiera Roma, e l'universo creativo che contraddistingue Excellence. Riteniamo quindi **assolutamente positivo che due attori come questi optino per la condivisione d'intenti** che, a nostro giudizio, può e deve rappresentare un valore aggiunto fondamentale per il nostro territorio. Un territorio che custodisce straordinari prodotti e realtà, ma anche un grande capitale umano che in ogni edizione di Excellence cerchiamo di raccontare, declinandoli attraverso la food experience, lo spettacolo, gli incontri b2b e b2c e le innovazioni. Il tutto seguendo una mission imprescindibile, vale a dire **fare cultura enogastronomica**".

Si prepara dunque ad aprire i battenti anche l'**edizione n.7 di Excellence**, manifestazione ormai storica e di riferimento nel panorama romano e nazionale che per tre giorni celebrerà le eccellenze enogastronomiche italiane e i suoi protagonisti, esaltandone gli elementi chiave come creatività e sostenibilità, cultura e economia, innovazione e sperimentazione. Asset principali – oltre al supporto di un partner di livello mondiale come PWC per il secondo anno consecutivo – saranno anche **il business** e **la creazione di una sinergia tra le migliori realtà aziendali e gli operatori**, in linea con la volontà di Excellence di porsi sin dal suo esordio come una sorta di **centro di incubazione delle imprese del food&wine**. Tra cooking show, tavole rotonde, degustazioni, talk show e incontri B2B, saranno numerosi gli eventi in agenda rivolti ai professionisti e agli appassionati per valorizzare la qualità del made in Italy e approfondire importanti temi di attualità settoriale. Protagonisti indiscussi, naturalmente, i grandi chef del panorama nazionale, stellati Michelin in testa, gli imprenditori F&B e i ristoratori.

laVOCEdelLAZIO.it

Mercato Mediterraneo ed Excellence insieme per Roma Food Exhibition

Mercato Mediterraneo, brand di Fiera Roma, ed Excellence si alleano per gettare le basi di un nuovo grande evento diffuso dedicato alla filiera agroalimentare ed enogastronomica che per la prima volta coinvolgerà l'intera Capitale e, nel futuro, anche nuove partnership, a partire da quella con Il Festival della Gastronomia (28 ottobre, Officine Farneto) di Luigi Cremona e Lorenza Vitali, già saliti 'a bordo'. Si chiama infatti Roma Food Exhibition e, come si evince dal claim "Tutti Insieme. A Roma", ha come scopo principale quello di accendere i riflettori sul business legato all'alta ristorazione e alle tematiche inerenti le produzioni alimentari del Mare Nostrum in un'ottica di lavoro sinergico, internazionalizzazione e rilancio turistico di una delle metropoli più belle al mondo. Driver strategici, in tal senso, risultano quindi la proposta ristorativa e lo straordinario paniere agroalimentare presente in Italia e nel bacino mediterraneo che faranno da fil rouge a tutte le manifestazioni coinvolte.

A ospitare il calendario di eventi diffusi Roma Food Exhibition saranno location di alto profilo con Fiera Roma che dal 9 al 12 novembre aprirà i battenti di Mercato Mediterraneo, mentre il suggestivo e avveniristico Rome Convention Center La Nuvola sarà la nuova sede di Excellence dal 9 all'11 novembre. Due grandi iniziative che quest'anno si preparano dunque a debuttare sotto un unico 'ombrello', facendo di Roma per quattro giorni la Capitale nazionale del gusto.
"Uniti si vince – dichiara Pietro Piccinetti, amministratore unico e direttore generale di Fiera Roma –. Crediamo profondamente nel lavoro di squadra e siamo convinti sia ciò che serve a Roma, a tutti i livelli, per fare esplodere il suo immenso potenziale. La missione delle Fiere è essere volano per lo sviluppo economico e sociale dei territori, anche con sinergie che potenzino le azioni. Con un evento diffuso e condiviso come Roma Food Exhibition, puntiamo a rendere la Città Eterna un riferimento per il mondo dell'agroalimentare e

dell'enogastronomia di alta qualità, tanto per gli addetti ai lavori quanto per gli appassionati. E la collaborazione con Excellence completa e rafforza il nostro approccio al settore".

Un salone professionale dal respiro internazionale, dove si fondono affari e cultura, scambi e storie, un luogo dove aziende, portatori di interesse, intellettuali e rappresentati del mondo politico e delle istituzioni, possono confrontarsi per creare nuove necessarie opportunità. È questo l'identikit di Mercato Mediterraneo. Un format espositivo originale e innovativo - ideato e organizzato da Fiera Roma – che anche per la sua terza edizione punta i riflettori su produzioni tipiche, tradizioni, cibo e culture del Mare Nostrum in un'ottica di relazioni, scambio di idee e opportunità di business tra aziende espositrici e buyer nazionali e internazionali. Il tutto senza mai perdere di vista l'importanza di incentivare il dibattito aperto sul tema dei popoli che condividono lo stesso mare al fine di gettare nuovi basi di sviluppo e pace. Non a caso, la quattro giorni di fiera coinvolgerà numerosi enti di promozione e tutela, ambasciatori, rappresentanti istituzionali, esperti e studiosi di livello mondiale, al fine di sottolineare la centralità di questo bacino nello scenario geopolitico internazionale. In questa edizione verranno esplorati i temi della sostenibilità, in agricoltura e non solo, le sfide del settore ittico, l'intera filiera dell'olio extravergine di oliva, i nuovi sviluppi commerciali che legano Cina e bacino del Mediterraneo, le infrastrutture e le vie di collegamento di questa parte del mondo, come l'Autostrada del Mediterraneo di ANAS, che mette in comunicazione le comunità, custodi di tradizione e storia. Non mancherà infine lo spazio per la formazione, grazie anche alla presenza del Master in Economia e Gestione della Comunicazione e dei Media "Food, Wine&co. Quando il cibo si fa marca" dell'Università di Roma Tor Vergata, 6 master class e una tavola rotonda internazionale previste il 9-10-11 novembre. Per il terzo anno consecutivo, l'appuntamento crea un contatto privilegiato tra la formazione e il mondo fieristico per rendere ancora più concreta la possibilità di nuove professionalità legate allo sviluppo dei brand in ambito enogastronomico. Farà luce sulle opportunità offerte dalla Unione europea in tema di sviluppo e internazionalizzazione delle aziende il seminario organizzato dallo Studio Valla. Un prezioso aggiornamento verrà offerto dagli ospiti del Dipartimento Salute dell'Università di Yale, che punteranno l'attenzione su Stati Uniti, consumo di extravergine e salute pubblica.

Si tratta quindi di una manifestazione ricca di contenuti, a cui quest'anno si aggiunge il plus costituito dal 'gemellaggio' con Excellence.
"Il binomio pubblico e privato – spiega l'organizzatore di Excellence, Pietro Ciccotti - è senza dubbio strategico e elemento di grande forza, perché capace di creare un importante momento di sintesi tra il mondo istituzionale, rappresentato in questo caso da Fiera Roma, e l'universo creativo che contraddistingue Excellence. Riteniamo quindi assolutamente positivo che due attori come questi optino per la condivisione d'intenti che, a nostro giudizio, può e deve rappresentare un valore aggiunto fondamentale per il nostro territorio. Un territorio che custodisce straordinari prodotti e realtà, ma anche un grande capitale umano che in ogni edizione di Excellence cerchiamo di raccontare, declinandoli attraverso la food experience, lo spettacolo, gli incontri b2b e b2c e le innovazioni. Il tutto seguendo una mission imprescindibile, vale a dire fare cultura enogastronomica".
Si prepara dunque ad aprire i battenti anche l'edizione n.7 di Excellence, manifestazione ormai storica e di riferimento nel panorama romano e nazionale che per tre giorni celebrerà le eccellenze enogastronomiche italiane e i suoi protagonisti, esaltandone gli elementi chiave come creatività e sostenibilità, cultura e economia, innovazione e sperimentazione. Asset principali - oltre al supporto di un partner di livello mondiale come PWC per il secondo anno consecutivo - saranno anche il business e la creazione di una

sinergica tra le migliori realtà aziendali e gli operatori, in linea con la volontà di Excellence di porsi sin dal suo esordio come una sorta di ‘centro di incubazione” delle imprese del food&wine. Tra cooking show, tavole rotonde, degustazioni, talk show e incontri B2B, saranno numerosi gli eventi in agenda rivolti ai professionisti e agli appassionati per valorizzare la qualità del made in Italy e approfondire importanti temi di attualità settoriale. Protagonisti indiscussi, naturalmente, i grandi chef del panorama nazionale, stellati Michelin in testa, gli imprenditori F&B e i ristoratori.

-

22 Ottobre 2019

Roma, 22 ott. (Labitalia) – Mercato Mediterraneo, brand di Fiera Roma, ed Excellence si alleano per gettare le basi di un nuovo grande evento diffuso dedicato alla filiera agroalimentare ed enogastronomica che per la prima volta coinvolgerà l'intera Capitale e, nel futuro, anche nuove partnership, a partire da quella con 'Il Festival della gastronomia' (in programma il 28 ottobre alle Officine Farneto) di Luigi Cremona e Lorenza Vitali, già saliti 'a bordo'. Si chiama infatti Roma Food Exhibition e, come si evince dal claim "Tutti Insieme. A Roma", ha come scopo principale quello di accendere i riflettori sul business legato all'alta ristorazione e alle tematiche inerenti le produzioni alimentari del Mare Nostrum in un'ottica di lavoro sinergico, internazionalizzazione e rilancio turistico. Driver strategici, in tal senso, risultano quindi la proposta ristorativa e lo straordinario paniere agroalimentare presente in Italia e nel bacino mediterraneo che faranno da fil rouge a tutte le manifestazioni coinvolte.

A ospitare il calendario di eventi diffusi Roma Food Exhibition saranno location di alto profilo con Fiera Roma che dal 9 al 12 novembre aprirà i battenti di Mercato Mediterraneo, mentre il Rome Convention Center La Nuvola sarà la nuova sede di Excellence dal 9 all'11 novembre. Due grandi iniziative che quest'anno si preparano dunque a debuttare sotto un unico 'ombrello', facendo di Roma per quattro giorni la Capitale nazionale del gusto.

"Uniti si vince: crediamo profondamente nel lavoro di squadra – dichiara Pietro Piccinetti, amministratore unico e direttore generale di Fiera Roma – e siamo convinti sia ciò che serve a Roma, a tutti i livelli, per fare esplodere il suo immenso potenziale. La missione delle Fiere è essere volano per lo sviluppo economico e sociale dei territori, anche con sinergie che potenzino le azioni. Con un evento diffuso e condiviso come Roma Food Exhibition, puntiamo a rendere la Città Eterna un riferimento per il mondo dell'agroalimentare e dell'enogastronomia di alta qualità, tanto per gli addetti ai lavori quanto per gli appassionati. E la collaborazione con Excellence completa e rafforza il nostro approccio al settore".

Un salone professionale dal respiro internazionale, dove si fondono affari e cultura, scambi e storie, un luogo dove aziende, portatori di interesse, intellettuali e rappresentati del mondo politico e delle istituzioni possono confrontarsi per creare nuove necessarie opportunità. È questo l'identikit di Mercato Mediterraneo. Un format espositivo originale e innovativo – ideato e organizzato da Fiera Roma – che anche per la sua terza edizione punta i riflettori su produzioni tipiche, tradizioni, cibo e culture del Mare Nostrum in un'ottica di relazioni, scambio di idee e opportunità di business tra aziende espositrici e buyer nazionali e internazionali.

Il tutto senza mai perdere di vista l'importanza di incentivare il dibattito aperto sul tema dei popoli che condividono lo stesso mare al fine di gettare nuovi basi di sviluppo e pace. Non a caso, la quattro giorni di fiera coinvolgerà numerosi enti di promozione e tutela, ambasciatori, rappresentanti istituzionali, esperti e studiosi di livello mondiale, al fine di sottolineare la centralità di questo bacino nello scenario geopolitico internazionale.

In questa edizione verranno esplorati i temi della sostenibilità, in agricoltura e non solo, le sfide del settore ittico, l'intera filiera dell'olio extravergine di oliva, i nuovi sviluppi commerciali che legano Cina e bacino del Mediterraneo, le infrastrutture e le vie di collegamento di questa parte del mondo, come l'Autostrada del Mediterraneo di Anas, che mette in comunicazione le comunità, custodi di

tradizione e storia. Non mancherà, infine, lo spazio per la formazione, grazie anche alla presenza del Master in Economia e Gestione della comunicazione e dei media 'Food, Wine&co. Quando il cibo si fa marca' dell'Università di Roma Tor Vergata, 6 master class e una tavola rotonda internazionale previste il 9-10-11 novembre.

Per il terzo anno consecutivo, l'appuntamento crea un contatto privilegiato tra la formazione e il mondo fieristico per rendere ancora più concreta la possibilità di nuove professionalità legate allo sviluppo dei brand in ambito enogastronomico. Farà luce sulle opportunità offerte dalla Unione europea in tema di sviluppo e internazionalizzazione delle aziende il seminario organizzato dallo Studio Valla. Un prezioso aggiornamento verrà offerto dagli ospiti del Dipartimento Salute dell'Università di Yale, che punteranno l'attenzione su Stati Uniti, consumo di extravergine e salute pubblica. Si tratta quindi di una manifestazione ricca di contenuti, a cui quest'anno si aggiunge il plus costituito dal 'gemellaggio' con Excellence.

"Il binomio pubblico e privato – spiega l'organizzatore di Excellence, Pietro Ciccotti – è senza dubbio strategico ed elemento di grande forza, perché capace di creare un importante momento di sintesi tra il mondo istituzionale, rappresentato in questo caso da Fiera Roma, e l'universo creativo che contraddistingue Excellence. Riteniamo quindi assolutamente positivo che due attori come questi optino per la condivisione d'intenti che, a nostro giudizio, può e deve rappresentare un valore aggiunto fondamentale per il nostro territorio. Un territorio che custodisce straordinari prodotti e realtà, ma anche un grande capitale umano che in ogni edizione di Excellence cerchiamo di raccontare, declinandoli attraverso la food experience, lo spettacolo, gli incontri b2b e b2c e le innovazioni. Il tutto seguendo una mission imprescindibile, vale a dire fare cultura enogastronomica".

Si prepara, dunque, ad aprire i battenti anche l'edizione numero 7 di Excellence, manifestazione ormai storica e di riferimento nel panorama romano e nazionale che per tre giorni celebrerà le eccellenze enogastronomiche italiane e i suoi protagonisti, esaltandone gli elementi chiave come creatività e sostenibilità, cultura e economia, innovazione e sperimentazione. Asset principali – oltre al supporto di un partner di livello mondiale come Pwc per il secondo anno consecutivo – saranno anche il business e la creazione di una sinergica tra le migliori realtà aziendali e gli operatori, in linea con la volontà di Excellence di porsi sin dal suo esordio come una sorta di 'centro di incubazione' delle imprese del food&wine. Tra cooking show, tavole rotonde, degustazioni, talk show e incontri B2B, saranno numerosi gli eventi in agenda rivolti ai professionisti e agli appassionati per valorizzare la qualità del made in Italy e approfondire importanti temi di attualità settoriale. Protagonisti indiscussi, naturalmente, i grandi chef del panorama nazionale, stellati Michelin in testa, gli imprenditori F&B e i ristoratori.

ILDUBBIO

Fiere: Mercato Mediterraneo ed Excellence insieme per Roma Food Exhibition

Roma, 22 ott. (Labitalia) – Mercato Mediterraneo, brand di Fiera Roma, ed Excellence si alleano per gettare le basi di un nuovo grande evento diffuso dedicato alla filiera agroalimentare ed enogastronomica che per la prima volta coinvolgerà l'intera Capitale e, nel futuro, anche nuove partnership, […]

Roma, 22 ott. (Labitalia) – Mercato Mediterraneo, brand di Fiera Roma, ed Excellence si alleano per gettare le basi di un nuovo grande evento diffuso dedicato alla filiera agroalimentare ed enogastronomica che per la prima volta coinvolgerà l'intera Capitale e, nel futuro, anche nuove partnership, a partire da quella con 'Il Festival della gastronomia' (in programma il 28 ottobre alle Officine Farneto) di Luigi Cremona e Lorenza Vitali, già saliti 'a bordo'. Si chiama infatti Roma Food Exhibition e, come si evince dal claim "Tutti Insieme. A Roma", ha come scopo principale quello di accendere i riflettori sul business legato all'alta ristorazione e alle tematiche inerenti le produzioni alimentari del Mare Nostrum in un'ottica di lavoro sinergico, internazionalizzazione e rilancio turistico. Driver strategici, in tal senso, risultano quindi la proposta ristorativa e lo straordinario paniere agroalimentare presente in Italia e nel bacino mediterraneo che faranno da fil rouge a tutte le manifestazioni coinvolte.
A ospitare il calendario di eventi diffusi Roma Food Exhibition saranno location di alto profilo con Fiera Roma che dal 9 al 12 novembre aprirà i battenti di Mercato Mediterraneo, mentre il Rome Convention Center La Nuvola sarà la nuova sede di Excellence dal 9 all'11 novembre. Due grandi iniziative che quest'anno si preparano dunque a debuttare sotto un unico 'ombrello', facendo di Roma per quattro giorni la Capitale nazionale del gusto.
"Uniti si vince: crediamo profondamente nel lavoro di squadra – dichiara Pietro Piccinetti, amministratore unico e direttore generale di Fiera Roma – e siamo convinti sia ciò che serve a Roma, a tutti i livelli, per fare esplodere il suo immenso potenziale. La missione delle Fiere è essere volano per lo sviluppo economico e sociale dei territori, anche con sinergie che potenzino le azioni. Con un evento diffuso e condiviso come Roma Food Exhibition, puntiamo a rendere la Città Eterna un riferimento per il mondo dell'agroalimentare e dell'enogastronomia di alta qualità, tanto per gli addetti ai lavori quanto per gli appassionati. E la collaborazione con Excellence completa e rafforza il nostro approccio al settore".
Un salone professionale dal respiro internazionale, dove si fondono affari e cultura, scambi e storie, un luogo dove aziende, portatori di interesse, intellettuali e rappresentati del mondo politico e delle istituzioni possono confrontarsi per creare nuove necessarie opportunità. È questo l'identikit di Mercato Mediterraneo. Un format espositivo originale e innovativo – ideato e organizzato da Fiera Roma – che anche per la sua terza edizione punta i riflettori su produzioni tipiche, tradizioni, cibo e culture del Mare Nostrum in un'ottica di relazioni, scambio di idee e opportunità di business tra aziende espositrici e buyer nazionali e internazionali.
Il tutto senza mai perdere di vista l'importanza di incentivare il dibattito aperto sul tema dei popoli che condividono lo stesso mare al fine di gettare nuovi basi di sviluppo e pace. Non a caso, la quattro giorni di fiera coinvolgerà numerosi enti di promozione e tutela, ambasciatori, rappresentanti istituzionali, esperti e studiosi di livello mondiale, al fine di sottolineare la centralità di questo bacino nello scenario geopolitico internazionale.
In questa edizione verranno esplorati i temi della sostenibilità, in agricoltura e non solo, le sfide del settore ittico, l'intera filiera dell'olio extravergine di oliva, i nuovi sviluppi commerciali che legano Cina e bacino del Mediterraneo, le infrastrutture e le vie di collegamento di questa parte del mondo, come l'Autostrada del Mediterraneo di Anas, che mette in comunicazione le comunità, custodi di tradizione e storia. Non mancherà, infine, lo spazio per la formazione, grazie anche alla presenza del Master in Economia e Gestione della comunicazione e dei media 'Food, Wine&co. Quando il cibo si fa marca' dell'Università di Roma Tor Vergata, 6 master class e una tavola rotonda internazionale previste il 9-10-11 novembre.
Per il terzo anno consecutivo, l'appuntamento crea un contatto privilegiato tra la formazione e il mondo fieristico per rendere ancora più concreta la possibilità di nuove professionalità legate allo sviluppo dei brand in ambito enogastronomico. Farà luce sulle opportunità offerte dalla Unione europea in tema di sviluppo e internazionalizzazione delle aziende il seminario organizzato dallo Studio Valla. Un prezioso aggiornamento verrà

offerto dagli ospiti del Dipartimento Salute dell'Università di Yale, che punteranno l'attenzione su Stati Uniti, consumo di extravergine e salute pubblica. Si tratta quindi di una manifestazione ricca di contenuti, a cui quest'anno si aggiunge il plus costituito dal 'gemellaggio' con Excellence.
"Il binomio pubblico e privato – spiega l'organizzatore di Excellence, Pietro Ciccotti – è senza dubbio strategico ed elemento di grande forza, perché capace di creare un importante momento di sintesi tra il mondo istituzionale, rappresentato in questo caso da Fiera Roma, e l'universo creativo che contraddistingue Excellence. Riteniamo quindi assolutamente positivo che due attori come questi optino per la condivisione d'intenti che, a nostro giudizio, può e deve rappresentare un valore aggiunto fondamentale per il nostro territorio. Un territorio che custodisce straordinari prodotti e realtà, ma anche un grande capitale umano che in ogni edizione di Excellence cerchiamo di raccontare, declinandoli attraverso la food experience, lo spettacolo, gli incontri b2b e b2c e le innovazioni. Il tutto seguendo una mission imprescindibile, vale a dire fare cultura enogastronomica".
Si prepara, dunque, ad aprire i battenti anche l'edizione numero 7 di Excellence, manifestazione ormai storica e di riferimento nel panorama romano e nazionale che per tre giorni celebrerà le eccellenze enogastronomiche italiane e i suoi protagonisti, esaltandone gli elementi chiave come creatività e sostenibilità, cultura e economia, innovazione e sperimentazione. Asset principali – oltre al supporto di un partner di livello mondiale come Pwc per il secondo anno consecutivo – saranno anche il business e la creazione di una sinergica tra le migliori realtà aziendali e gli operatori, in linea con la volontà di Excellence di porsi sin dal suo esordio come una sorta di 'centro di incubazione' delle imprese del food&wine. Tra cooking show, tavole rotonde, degustazioni, talk show e incontri B2B, saranno numerosi gli eventi in agenda rivolti ai professionisti e agli appassionati per valorizzare la qualità del made in Italy e approfondire importanti temi di attualità settoriale. Protagonisti indiscussi, naturalmente, i grandi chef del panorama nazionale, stellati Michelin in testa, gli imprenditori F&B e i ristoratori.

Le Strade dell'Informazione

1. Roma Food Exhibition, fari puntati sul Mediterraneo

22 ottobre 2019

Roma Food Exhibition, fari puntati sul Mediterraneo

Presente anche Anas che con l'Autostrada del Mediterraneo collega comunità, custodi di tradizione e storia

Un nuovo grande evento dedicato alla filiera agroalimentare ed enogastronomica. Si terrà a Roma, dal 9 al 12 novembre, "Roma Food Exhibition". L'iniziativa, ideata e realizzata da Mercato Mediterraneo (brand di Fiera Roma) ed Excellence, punta ad accendere i riflettori sul business legato all'alta ristorazione e alle tematiche inerenti le produzioni alimentari del Mare Nostrum in un'ottica di lavoro sinergico, internazionalizzazione e rilancio turistico di una delle metropoli più belle al mondo.

Un calendario ricco di appuntamenti che si svolgeranno tra Fiera Roma, che dal 9 al 12 novembre aprirà i battenti di Mercato Mediterraneo, e il Convention Centre "La Nuvola" che ospiterà invece Excellence dal 9 all'11 novembre.

Due iniziative che debutteranno quindi sotto un unico 'ombrello', trasformando Roma nella Capitale del gusto per quattro giorni. "Un salone professionale dal respiro internazionale, dove si fondono affari e cultura, scambi e storie, un luogo dove aziende, portatori di interesse, intellettuali e rappresentati del mondo politico e delle istituzioni, possono confrontarsi per creare nuove necessarie opportunità", fanno sapere gli organizzatori di Fiera Roma. Senza mai perdere di vista l'importanza di incentivare il dibattito aperto sul tema dei popoli che condividono lo stesso mare al fine di gettare nuovi basi di sviluppo e pace. La quattro giorni di fiera coinvolgerà, infatti, numerosi enti di promozione e tutela, ambasciatori, rappresentanti istituzionali, esperti e studiosi di livello mondiale, al fine di sottolineare la centralità di questo bacino nello scenario geopolitico internazionale. **Si parlerà anche di infrastrutture con Anas**. In particolare, si parlerà di **Autostrada del Mediterraneo**, l'arteria che collega Campania, Basilicata e

Calabria, la prima strada con un piano di valorizzazione turistica in grado di condurre gli automobilisti alla scoperta di arte, tradizione e storia dei territori attraversati.

Fiere: Mercato Mediterraneo ed Excellence insieme per Roma Food Exhibition

0

PUBBLICATO IL 23/10/2019 CRONACA

Roma, 22 ott. (Labitalia) – Mercato Mediterraneo, brand di Fiera Roma, ed Excellence si alleano per gettare le basi di un nuovo grande evento diffuso dedicato alla filiera agroalimentare ed enogastronomica che per la prima volta coinvolgerà l'intera Capitale e, nel futuro, anche nuove partnership, a partire da quella con ...

Vai all'articolo originale

Fonte: Today.it – Cronaca

http://www.nuovarassegna.it/cronaca/fiere-mercato-mediterraneo-ed-excellence-insieme-per-roma-food-exhibition

Fiere: Mercato Mediterraneo ed Excellence insieme per Roma Food Exhibition

LAVORO

22/10/2019 15:33

Roma, 22 ott. (Labitalia) - Mercato Mediterraneo, brand di Fiera Roma, ed Excellence si alleano per gettare le basi di un nuovo grande evento diffuso dedicato alla filiera agroalimentare ed enogastronomica che per la prima volta coinvolgerà l'intera Capitale e, nel futuro, anche nuove partnership, a partire da quella con 'Il Festival della gastronomia' (in programma il 28 ottobre alle Officine Farneto) di Luigi Cremona e Lorenza Vitali, già saliti 'a bordo'. Si chiama infatti Roma Food Exhibition e, come si evince dal claim "Tutti Insieme. A Roma", ha come scopo principale quello di accendere i riflettori sul business legato all'alta ristorazione e alle tematiche inerenti le produzioni alimentari del Mare Nostrum in un'ottica di lavoro sinergico, internazionalizzazione e rilancio turistico. Driver strategici, in tal senso, risultano quindi la proposta ristorativa e lo straordinario paniere agroalimentare presente in Italia e nel bacino mediterraneo che faranno da fil rouge a tutte le manifestazioni coinvolte. A ospitare il calendario di eventi diffusi Roma Food Exhibition saranno location di alto profilo con Fiera Roma che dal 9 al 12 novembre aprirà i battenti di Mercato Mediterraneo, mentre il Rome Convention Center La Nuvola sarà la nuova sede di Excellence dal 9 all'11 novembre. Due grandi iniziative che quest'anno si preparano dunque a debuttare sotto un unico 'ombrello',

facendo di Roma per quattro giorni la Capitale nazionale del gusto. “Uniti si vince: crediamo profondamente nel lavoro di squadra - dichiara Pietro Piccinetti, amministratore unico e direttore generale di Fiera Roma - e siamo convinti sia ciò che serve a Roma, a tutti i livelli, per fare esplodere il suo immenso potenziale. La missione delle Fiere è essere volano per lo sviluppo economico e sociale dei territori, anche con sinergie che potenzino le azioni. Con un evento diffuso e condiviso come Roma Food Exhibition, puntiamo a rendere la Città Eterna un riferimento per il mondo dell’agroalimentare e dell’enogastronomia di alta qualità, tanto per gli addetti ai lavori quanto per gli appassionati. E la collaborazione con Excellence completa e rafforza il nostro approccio al settore”.Un salone professionale dal respiro internazionale, dove si fondono affari e cultura, scambi e storie, un luogo dove aziende, portatori di interesse, intellettuali e rappresentati del mondo politico e delle istituzioni possono confrontarsi per creare nuove necessarie opportunità. È questo l’identikit di Mercato Mediterraneo. Un format espositivo originale e innovativo - ideato e organizzato da Fiera Roma - che anche per la sua terza edizione punta i riflettori su produzioni tipiche, tradizioni, cibo e culture del Mare Nostrum in un’ottica di relazioni, scambio di idee e opportunità di business tra aziende espositrici e buyer nazionali e internazionali. Il tutto senza mai perdere di vista l’importanza di incentivare il dibattito aperto sul tema dei popoli che condividono lo stesso mare al fine di gettare nuovi basi di sviluppo e pace. Non a caso, la quattro giorni di fiera coinvolgerà numerosi enti di promozione e tutela, ambasciatori, rappresentanti istituzionali, esperti e studiosi di livello mondiale, al fine di sottolineare la centralità di questo bacino nello scenario geopolitico internazionale. In questa edizione verranno esplorati i temi della sostenibilità, in agricoltura e non solo, le sfide del settore ittico, l’intera filiera dell’olio extravergine di oliva, i nuovi sviluppi commerciali che legano Cina e bacino del Mediterraneo, le infrastrutture e le vie di collegamento di questa parte del mondo, come l’Autostrada del Mediterraneo di Anas, che mette in comunicazione le comunità, custodi di tradizione e storia. Non mancherà, infine, lo spazio per la formazione, grazie anche alla presenza del Master in Economia e Gestione della comunicazione e dei media 'Food, Wine&co. Quando il cibo si fa marca' dell’Università di Roma Tor Vergata, 6 master class e una tavola rotonda internazionale previste il 9-10-11 novembre. Per il terzo anno consecutivo, l’appuntamento crea un contatto privilegiato tra la formazione e il mondo fieristico per rendere ancora più concreta la possibilità di nuove professionalità legate allo sviluppo dei brand in ambito enogastronomico. Farà luce sulle opportunità offerte dalla Unione europea in tema di

sviluppo e internazionalizzazione delle aziende il seminario organizzato dallo Studio Valla. Un prezioso aggiornamento verrà offerto dagli ospiti del Dipartimento Salute dell'Università di Yale, che punteranno l'attenzione su Stati Uniti, consumo di extravergine e salute pubblica. Si tratta quindi di una manifestazione ricca di contenuti, a cui quest'anno si aggiunge il plus costituito dal 'gemellaggio' con Excellence."Il binomio pubblico e privato - spiega l'organizzatore di Excellence, Pietro Ciccotti - è senza dubbio strategico ed elemento di grande forza, perché capace di creare un importante momento di sintesi tra il mondo istituzionale, rappresentato in questo caso da Fiera Roma, e l'universo creativo che contraddistingue Excellence. Riteniamo quindi assolutamente positivo che due attori come questi optino per la condivisione d'intenti che, a nostro giudizio, può e deve rappresentare un valore aggiunto fondamentale per il nostro territorio. Un territorio che custodisce straordinari prodotti e realtà, ma anche un grande capitale umano che in ogni edizione di Excellence cerchiamo di raccontare, declinandoli attraverso la food experience, lo spettacolo, gli incontri b2b e b2c e le innovazioni. Il tutto seguendo una mission imprescindibile, vale a dire fare cultura enogastronomica".Si prepara, dunque, ad aprire i battenti anche l'edizione numero 7 di Excellence, manifestazione ormai storica e di riferimento nel panorama romano e nazionale che per tre giorni celebrerà le eccellenze enogastronomiche italiane e i suoi protagonisti, esaltandone gli elementi chiave come creatività e sostenibilità, cultura e economia, innovazione e sperimentazione. Asset principali - oltre al supporto di un partner di livello mondiale come Pwc per il secondo anno consecutivo - saranno anche il business e la creazione di una sinergica tra le migliori realtà aziendali e gli operatori, in linea con la volontà di Excellence di porsi sin dal suo esordio come una sorta di 'centro di incubazione' delle imprese del food&wine. Tra cooking show, tavole rotonde, degustazioni, talk show e incontri B2B, saranno numerosi gli eventi in agenda rivolti ai professionisti e agli appassionati per valorizzare la qualità del made in Italy e approfondire importanti temi di attualità settoriale. Protagonisti indiscussi, naturalmente, i grandi chef del panorama nazionale, stellati Michelin in testa, gli imprenditori F&B e i ristoratori.

Sassari Notizie

Fiere: Mercato Mediterraneo ed Excellence insieme per Roma Food Exhibition

22/10/2019 15:33

Roma, 22 ott. (Labitalia) - Mercato Mediterraneo, brand di Fiera Roma, ed Excellence si alleano per gettare le basi di un nuovo grande evento diffuso dedicato alla filiera agroalimentare ed enogastronomica che per la prima volta coinvolgerà l'intera Capitale e, nel futuro, anche nuove partnership, a partire da quella con 'Il Festival della gastronomia' (in programma il 28 ottobre alle Officine Farneto) di Luigi Cremona e Lorenza Vitali, già saliti 'a bordo'. Si chiama infatti Roma Food Exhibition e, come si evince dal claim "Tutti Insieme. A Roma", ha come scopo principale quello di accendere i riflettori sul business legato all'alta ristorazione e alle tematiche inerenti le produzioni alimentari del Mare Nostrum in un'ottica di lavoro sinergico, internazionalizzazione e rilancio turistico. Driver strategici, in tal senso, risultano quindi la proposta ristorativa e lo straordinario paniere agroalimentare presente in Italia e nel bacino mediterraneo che faranno da fil rouge a tutte le manifestazioni coinvolte. A ospitare il calendario di eventi diffusi Roma Food Exhibition saranno location di alto profilo con Fiera Roma che dal 9 al 12 novembre aprirà i battenti di Mercato Mediterraneo, mentre il Rome Convention Center La Nuvola sarà la nuova sede di Excellence dal 9 all'11 novembre. Due grandi iniziative che quest'anno si preparano dunque a debuttare sotto un unico 'ombrello', facendo di Roma per quattro giorni la Capitale nazionale del gusto. "Uniti si vince: crediamo profondamente nel lavoro di squadra - dichiara Pietro Piccinetti, amministratore unico e direttore generale di Fiera Roma - e siamo convinti sia ciò che serve a Roma, a tutti i livelli, per fare esplodere il suo immenso potenziale. La missione delle Fiere è essere volano per lo sviluppo economico e sociale dei territori, anche con sinergie che potenzino le azioni. Con un evento diffuso e condiviso come Roma Food Exhibition, puntiamo a rendere la Città Eterna un riferimento per il mondo dell'agroalimentare e dell'enogastronomia di alta qualità, tanto per gli addetti ai lavori quanto per gli appassionati. E la collaborazione con Excellence completa e rafforza il nostro approccio al settore".Un salone professionale dal respiro internazionale, dove si fondono affari e cultura, scambi e storie, un luogo dove aziende, portatori di interesse, intellettuali e rappresentati del mondo politico e delle istituzioni possono confrontarsi per creare nuove necessarie opportunità. È questo l'identikit di Mercato Mediterraneo. Un format espositivo originale e innovativo - ideato e organizzato da Fiera Roma - che anche per la sua terza edizione punta i riflettori su produzioni tipiche, tradizioni, cibo e culture del Mare Nostrum in un'ottica di relazioni, scambio di idee e opportunità di business tra aziende espositrici e buyer nazionali e internazionali. Il tutto senza mai perdere di vista l'importanza di incentivare il dibattito aperto sul tema dei popoli che condividono lo stesso mare al fine di gettare nuovi basi di sviluppo e pace. Non a caso, la quattro giorni di fiera coinvolgerà numerosi enti di promozione e tutela, ambasciatori, rappresentanti istituzionali, esperti e studiosi di livello mondiale, al fine di sottolineare la centralità di questo bacino nello scenario geopolitico internazionale. In questa edizione verranno esplorati i temi della sostenibilità, in agricoltura e non solo, le sfide del settore ittico, l'intera filiera dell'olio extravergine di oliva, i nuovi sviluppi commerciali che legano Cina e bacino del Mediterraneo, le infrastrutture e le vie di collegamento di questa parte del mondo, come l'Autostrada del Mediterraneo di Anas, che mette in comunicazione le comunità, custodi di tradizione e storia. Non mancherà, infine, lo spazio per la formazione, grazie anche alla presenza del Master in Economia e Gestione della comunicazione e dei media 'Food, Wine&co. Quando il cibo si fa marca' dell'Università di Roma Tor Vergata, 6 master class e una tavola rotonda internazionale previste il 9-10-11 novembre. Per il terzo anno consecutivo, l'appuntamento crea un contatto privilegiato tra la formazione e il mondo fieristico per rendere ancora più concreta la possibilità di nuove professionalità legate allo sviluppo dei brand in ambito enogastronomico. Farà luce sulle opportunità offerte dalla Unione europea in tema di sviluppo e

internazionalizzazione delle aziende il seminario organizzato dallo Studio Valla. Un prezioso aggiornamento verrà offerto dagli ospiti del Dipartimento Salute dell'Università di Yale, che punteranno l'attenzione su Stati Uniti, consumo di extravergine e salute pubblica. Si tratta quindi di una manifestazione ricca di contenuti, a cui quest'anno si aggiunge il plus costituito dal 'gemellaggio' con Excellence."Il binomio pubblico e privato - spiega l'organizzatore di Excellence, Pietro Ciccotti - è senza dubbio strategico ed elemento di grande forza, perché capace di creare un importante momento di sintesi tra il mondo istituzionale, rappresentato in questo caso da Fiera Roma, e l'universo creativo che contraddistingue Excellence. Riteniamo quindi assolutamente positivo che due attori come questi optino per la condivisione d'intenti che, a nostro giudizio, può e deve rappresentare un valore aggiunto fondamentale per il nostro territorio. Un territorio che custodisce straordinari prodotti e realtà, ma anche un grande capitale umano che in ogni edizione di Excellence cerchiamo di raccontare, declinandoli attraverso la food experience, lo spettacolo, gli incontri b2b e b2c e le innovazioni. Il tutto seguendo una mission imprescindibile, vale a dire fare cultura enogastronomica".Si prepara, dunque, ad aprire i battenti anche l'edizione numero 7 di Excellence, manifestazione ormai storica e di riferimento nel panorama romano e nazionale che per tre giorni celebrerà le eccellenze enogastronomiche italiane e i suoi protagonisti, esaltandone gli elementi chiave come creatività e sostenibilità, cultura e economia, innovazione e sperimentazione. Asset principali - oltre al supporto di un partner di livello mondiale come Pwc per il secondo anno consecutivo - saranno anche il business e la creazione di una sinergica tra le migliori realtà aziendali e gli operatori, in linea con la volontà di Excellence di porsi sin dal suo esordio come una sorta di 'centro di incubazione' delle imprese del food&wine. Tra cooking show, tavole rotonde, degustazioni, talk show e incontri B2B, saranno numerosi gli eventi in agenda rivolti ai professionisti e agli appassionati per valorizzare la qualità del made in Italy e approfondire importanti temi di attualità settoriale. Protagonisti indiscussi, naturalmente, i grandi chef del panorama nazionale, stellati Michelin in testa, gli imprenditori F&B e i ristoratori.

23/10/19

Roma, 22 ott. (Labitalia) – Mercato Mediterraneo, brand di Fiera Roma, ed Excellence si alleano per gettare le basi di un nuovo grande evento diffuso dedicato alla filiera agroalimentare ed enogastronomica che per la prima volta coinvolgerà l'intera Capitale e, nel futuro, anche nuove partnership, a partire da quella con …Vai all'articolo originale Fonte: Today.it [...]

The post Fiere: Mercato Mediterraneo ed Excellence insieme per Roma Food Exhibition appeared first on Nuova Rassegna .

Lavoro

Fiere: Mercato Mediterraneo ed Excellence insieme per Roma Food Exhibition

Redazione
23 OTTOBRE 2019 03:40

„Roma, 22 ott. (Labitalia) - Mercato Mediterraneo, brand di Fiera Roma, ed Excellence si alleano per gettare le basi di un nuovo grande evento diffuso dedicato alla filiera agroalimentare ed enogastronomica che per la prima volta coinvolgerà l'intera Capitale e, nel futuro, anche nuove partnership, a partire da quella con 'Il Festival della gastronomia' (in programma il 28 ottobre alle Officine Farneto) di Luigi Cremona e Lorenza Vitali, già saliti 'a bordo'. Si chiama infatti Roma Food Exhibition e, come si evince dal claim "Tutti Insieme. A Roma", ha come scopo principale quello di accendere i riflettori sul business legato all'alta ristorazione e alle tematiche inerenti le produzioni alimentari del Mare Nostrum in un'ottica di lavoro sinergico, internazionalizzazione e rilancio turistico. Driver strategici, in tal senso, risultano quindi la proposta ristorativa e lo straordinario paniere agroalimentare presente in Italia e nel bacino mediterraneo che faranno da fil rouge a tutte le manifestazioni coinvolte.

A ospitare il calendario di eventi diffusi Roma Food Exhibition saranno location di alto profilo con Fiera Roma che dal 9 al 12 novembre aprirà i battenti di Mercato Mediterraneo, mentre il Rome Convention Center La Nuvola sarà la nuova sede di Excellence dal 9 all'11 novembre. Due grandi iniziative che quest'anno si preparano dunque a debuttare sotto un unico 'ombrello', facendo di Roma per quattro giorni la Capitale nazionale del gusto.

"Uniti si vince: crediamo profondamente nel lavoro di squadra - dichiara Pietro Piccinetti, amministratore unico e direttore generale di Fiera Roma - e siamo convinti sia ciò che serve a Roma, a tutti i livelli, per fare esplodere il suo immenso potenziale. La missione delle Fiere è essere volano per lo sviluppo economico e sociale dei territori, anche con sinergie che potenzino le azioni. Con un evento diffuso e condiviso come Roma Food Exhibition, puntiamo a rendere la Città Eterna un riferimento per il mondo dell'agroalimentare e dell'enogastronomia di alta qualità, tanto per gli addetti ai lavori quanto per gli appassionati. E la collaborazione con Excellence completa e rafforza il nostro approccio al settore".

Un salone professionale dal respiro internazionale, dove si fondono affari e cultura, scambi e storie, un luogo dove aziende, portatori di interesse, intellettuali e rappresentati del mondo politico e delle istituzioni possono confrontarsi per creare nuove necessarie opportunità. È questo l'identikit di Mercato Mediterraneo. Un format espositivo originale e innovativo - ideato e organizzato da Fiera Roma - che anche per la sua terza edizione punta i riflettori su produzioni tipiche, tradizioni, cibo e culture del Mare Nostrum in un'ottica di relazioni, scambio di idee e opportunità di business tra aziende espositrici e buyer nazionali e internazionali.

Il tutto senza mai perdere di vista l'importanza di incentivare il dibattito aperto sul tema dei popoli che condividono lo stesso mare al fine di gettare nuovi basi di sviluppo e pace. Non a caso, la quattro giorni di fiera coinvolgerà numerosi enti di promozione e tutela, ambasciatori, rappresentanti istituzionali, esperti e studiosi di livello mondiale, al fine di sottolineare la centralità di questo bacino nello scenario geopolitico internazionale.

In questa edizione verranno esplorati i temi della sostenibilità, in agricoltura e non solo, le sfide del settore ittico, l'intera filiera dell'olio extravergine di oliva, i nuovi sviluppi commerciali che legano Cina e bacino del Mediterraneo, le infrastrutture e le vie di collegamento di questa parte del mondo, come l'Autostrada del Mediterraneo di Anas, che mette in comunicazione le comunità, custodi di tradizione e storia. Non mancherà, infine, lo spazio per la formazione, grazie anche alla presenza del Master in Economia e Gestione della comunicazione e dei media 'Food, Wine&co. Quando il cibo si fa marca' dell'Università di Roma Tor Vergata, 6 master class e una tavola rotonda internazionale previste il 9-10-11 novembre.

Per il terzo anno consecutivo, l'appuntamento crea un contatto privilegiato tra la formazione e il mondo fieristico per rendere ancora più concreta la possibilità di nuove professionalità legate allo sviluppo dei brand in ambito enogastronomico. Farà luce sulle opportunità offerte dalla Unione europea in tema di sviluppo e internazionalizzazione delle aziende il seminario organizzato dallo Studio Valla. Un prezioso aggiornamento verrà offerto dagli ospiti del Dipartimento Salute dell'Università di Yale, che punteranno l'attenzione su Stati Uniti, consumo di extravergine e salute pubblica. Si tratta quindi di una manifestazione ricca di contenuti, a cui quest'anno si aggiunge il plus costituito dal 'gemellaggio' con Excellence.

"Il binomio pubblico e privato - spiega l'organizzatore di Excellence, Pietro Ciccotti - è senza dubbio strategico ed elemento di grande forza, perché capace di creare un importante momento di sintesi tra il mondo istituzionale, rappresentato in questo caso da Fiera Roma, e l'universo creativo che contraddistingue Excellence. Riteniamo quindi assolutamente positivo che due attori come questi optino per la condivisione d'intenti che, a nostro giudizio, può e deve rappresentare un valore aggiunto fondamentale per il nostro territorio. Un territorio che custodisce straordinari prodotti e realtà, ma anche un grande capitale umano che in ogni edizione di Excellence cerchiamo di raccontare, declinandoli attraverso la food experience, lo spettacolo, gli incontri b2b e b2c e le innovazioni. Il tutto seguendo una mission imprescindibile, vale a dire fare cultura enogastronomica".

Si prepara, dunque, ad aprire i battenti anche l'edizione numero 7 di Excellence, manifestazione ormai storica e di riferimento nel panorama romano e nazionale che per tre giorni celebrerà le eccellenze enogastronomiche italiane e i suoi protagonisti, esaltandone gli elementi chiave come creatività e sostenibilità, cultura e economia, innovazione e sperimentazione. Asset principali - oltre al supporto di un partner di livello mondiale come Pwc per il secondo anno consecutivo - saranno anche il business e la creazione di una

sinergica tra le migliori realtà aziendali e gli operatori, in linea con la volontà di Excellence di porsi sin dal suo esordio come una sorta di ‘centro di incubazione' delle imprese del food&wine. Tra cooking show, tavole rotonde, degustazioni, talk show e incontri B2B, saranno numerosi gli eventi in agenda rivolti ai professionisti e agli appassionati per valorizzare la qualità del made in Italy e approfondire importanti temi di attualità settoriale. Protagonisti indiscussi, naturalmente, i grandi chef del panorama nazionale, stellati Michelin in testa, gli imprenditori F&B e i ristoratori.

“

Potrebbe interessarti: https://www.today.it/partner/adnkronos/economia/lavoro/fiere-mercato-mediterraneo-ed-excellence-insieme-per-roma-food-exhibition.html
Seguici su Facebook: https://www.facebook.com/pages/Todayit/335145169857930

Roma, parte progetto per marchio ombrello eventi food

di Cristian Isola Casagrande il Ottobre 24, 2019 in Alimenti e alimentazione

FACEBOOK GOOGLE +

Roma, parte progetto per marchio ombrello eventi food
"Roma Food Exhibition" è il nome scelto per calendario rassegne
Author:
Vai all'articolo originale

http://enolab.altervista.org/roma-parte-progetto-per-marchio-ombrello-eventi-food/

GIORNALE DI SICILIA

Roma, parte progetto per marchio ombrello eventi food

24 Ottobre 2019

© ANSA

(ANSA) - ROMA - Cantiere aperto a Roma per un marchio ombrello che riunisca più eventi diffusi sul business legato all'alta ristorazione e alle tematiche relative alle produzioni agroalimentari. A fare da apripista al progetto sinergico sono "Mercato Mediterraneo", brand di Fiera di Roma, e l'evento Execellence, organizzato da Pietro e Claudio Ciccotti. Il cartellone degli eventi prende il nome di "Roma Food Exhibition" con il claim "Tutti insieme. A Roma". Le due manifestazioni sono in calendario, rispettivamente il 9-12 novembre alla Fiera di Roma e 9-11 novembre al Roma Convention Center La Nuvola.Per il futuro è garantito l'ingresso nella programmazione della rassegna del Festival della Gastronomia. "Uniti si vince", dichiara l'amministratore e direttore generale di Fiera di Roma Piero Piccinetti. "Crediamo profondamente- aggiunge- nel lavoro di squadra e siamo convinti sia ciò che serve a Roma, a tutti i livelli, per fare esplodere il suo immenso potenziale". "Il binomio pubblico e privato- spiega l'ideatore di Excellence Pietro Ciccotti- è senza dubbio strategico e elemento di grande forza perché capace di creare un importante momento di sintesi tra il mondo istituzionale e Excellence"

The Parallel Vision

STORIE DI CULTURA DA ROMA

BY THE PARALLEL VISION ON 28 OTTOBRE 2019 · (LASCIA UN COMMENTO)

Mercato Mediterraneo, *brand* di **Fiera Roma**, ed **Excellence** si alleano per gettare le basi di un nuovo grande evento diffuso dedicato alla filiera agroalimentare ed enogastronomica che per la prima volta coinvolgerà l'intera Capitale e, nel futuro, anche nuove *partnership*, a partire da quella con **Il Festival della Gastronomia** (28 ottobre, **Officine Farneto**) di **Luigi Cremona** e **Lorenza Vitali**, già saliti a bordo.

Si chiama infatti **Roma Food Exhibition** e, come si evince dal *claim* "**Tutti Insieme. A Roma**" ha come scopo principale quello di accendere i riflettori sul *business* legato all'alta ristorazione e alle tematiche inerenti le produzioni alimentari del *Mare Nostrum* in un'ottica di lavoro sinergico, internazionalizzazione e rilancio turistico di una delle metropoli più belle al mondo.

https://theparallelvision.com/2019/10/28/roma-food-exhibition-4-giorni-di-grandi-eventi-tra-fiera-di-roma-e-la-nuvola/

A ospitare il calendario di eventi diffusi **Roma Food Exhibition** saranno luoghi di alto profilo con **Fiera Roma** che dal 9 al 12 novembre aprirà i battenti di **Mercato Mediterraneo**, mentre il **Rome Convention Center La Nuvola** sarà la nuova sede di **Excellence** dal 9 all'11 novembre. 2 grandi iniziative che quest'anno si preparano a debuttare sotto un unico "ombrello", facendo di Roma per 4 giorni la Capitale nazionale del gusto.

Il *format* anche per la sua terza edizione punta i riflettori su produzioni tipiche, tradizioni, cibo e culture del Mediterraneo in un'ottica di relazioni, scambio di idee e opportunità di *business* tra aziende espositrici e *buyer* nazionali e internazionali. **Roma Food Exhibition** coinvolgerà numerosi enti di promozione e tutela, ambasciatori, rappresentanti istituzionali, esperti e studiosi di livello mondiale, al fine di sottolineare la centralità di questo bacino nello scenario geopolitico internazionale. In questa edizione verranno esplorati i temi della sostenibilità, in agricoltura e non solo, le sfide del settore ittico, l'intera filiera dell'olio extravergine di oliva, i nuovi sviluppi commerciali che legano Cina e bacino del Mediterraneo, le infrastrutture e le vie di collegamento di questa parte del mondo, come l'**Autostrada del Mediterraneo** di **ANAS**, che mette in comunicazione le comunità, custodi di tradizione e storia.

"*Uniti si vince*" dichiara **Pietro Piccinetti**, amministratore unico e direttore generale di **Fiera Roma**. "*Crediamo profondamente nel lavoro di squadra e siamo convinti sia ciò che serve a Roma, a tutti i livelli, per fare esplodere il suo immenso potenziale. La missione delle Fiere è essere volano per lo sviluppo economico e sociale dei territori, anche con sinergie che potenzino le azioni. Con un evento diffuso e condiviso come* ***Roma Food Exhibition****, puntiamo a rendere la Città Eterna un riferimento per il mondo dell'agroalimentare e dell'enogastronomia di alta qualità, tanto per gli addetti ai lavori quanto per gli appassionati. E la collaborazione con* ***Excellence*** *completa e rafforza il nostro approccio al settore*".

https://theparallelvision.com/2019/10/28/roma-food-exhibition-4-giorni-di-grandi-eventi-tra-fiera-di-roma-e-la-nuvola/

Mediterraneaonline.eu
rivista di cultura mediterranea

MERCATO MEDITERRANEO ED EXCELLENCE INSIEME PER ROMA FOOD EXHIBITION

Redazione 29 Ottobre 2019

Mercato Mediterraneo, brand di Fiera Roma, ed **Excellence** si alleano per gettare le basi di un nuovo grande evento diffuso dedicato alla filiera agroalimentare ed enogastronomica che per la prima volta coinvolgerà l'intera Capitale e, nel futuro, anche nuove partnership, a partire da quella con **Il Festival della Gastronomia** (28 ottobre, Officine Farneto) di Luigi Cremona e Lorenza Vitali, già saliti 'a bordo'.

Si chiama infatti **Roma Food Exhibition** e, come si evince dal claim ***"Tutti Insieme. A Roma"***, ha come scopo principale quello di accendere i riflettori sul business legato all'alta ristorazione e alle tematiche inerenti le produzioni alimentari del Mare Nostrum in un'ottica di lavoro sinergico, internazionalizzazione e rilancio turistico di una delle metropoli più belle al mondo. Driver strategici, in tal senso, risultano quindi la proposta ristorativa e lo straordinario paniere agroalimentare presente in Italia e nel bacino mediterraneo che faranno da fil rouge a tutte le manifestazioni coinvolte.

A ospitare il calendario di eventi diffusi Roma Food Exhibition saranno location di alto profilo con **Fiera Roma** che **dal 9 al 12 novembre** aprirà i battenti di Mercato Mediterraneo, mentre il suggestivo e avveniristico **Rome Convention Center La Nuvola** sarà la nuova sede di Excellence **dal 9 all'11 novembre**. Due grandi iniziative che quest'anno si preparano dunque a debuttare sotto un unico 'ombrello', facendo di Roma per quattro giorni la Capitale nazionale del gusto.

https://www.mediterraneaonline.eu/mercato-mediterraneo-ed-excellence-insieme-per-roma-food-exhibition

"*Uniti si vince* – **dichiara Pietro Piccinetti, amministratore unico e direttore generale di Fiera Roma** –. *Crediamo profondamente nel lavoro di squadra e siamo convinti sia ciò che serve a Roma, a tutti i livelli, per fare esplodere il suo immenso potenziale. La missione delle Fiere è essere volano per lo sviluppo economico e sociale dei territori, anche con sinergie che potenzino le azioni. Con un evento diffuso e condiviso come Roma Food Exhibition, puntiamo a rendere la Città Eterna un riferimento per il mondo dell'agroalimentare e dell'enogastronomia di alta qualità, tanto per gli addetti ai lavori quanto per gli appassionati. E la collaborazione con Excellence completa e rafforza il nostro approccio al settore*".

Un salone professionale dal respiro internazionale, dove si fondono affari e cultura, scambi e storie, un luogo dove aziende, portatori di interesse, intellettuali e rappresentati del mondo politico e delle istituzioni, possono confrontarsi per creare nuove necessarie opportunità. È questo l'identikit di Mercato Mediterraneo.

Un format espositivo originale e innovativo – ideato e organizzato da Fiera Roma – che anche per la sua terza edizione punta i riflettori su produzioni tipiche, tradizioni, cibo e culture del Mare Nostrum in un'ottica di relazioni, scambio di idee e opportunità di business tra aziende espositrici e buyer nazionali e internazionali.

Il tutto senza mai perdere di vista l'importanza di incentivare il dibattito aperto sul tema dei popoli che condividono lo stesso mare al fine di gettare nuovi basi di sviluppo e pace. Non a caso, la quattro giorni di fiera coinvolgerà numerosi enti di promozione e tutela, ambasciatori, rappresentanti istituzionali, esperti e studiosi di livello mondiale, al fine di sottolineare la centralità di questo bacino nello scenario geopolitico internazionale.

In questa edizione verranno esplorati i temi della **sostenibilità**, in **agricoltura** e non solo, le sfide del **settore ittico**, l'intera **filiera dell'olio extravergine di oliva**, i nuovi sviluppi commerciali che legano **Cina e bacino del Mediterraneo**, le **infrastrutture** e le vie di collegamento di questa parte del mondo, come l'**Autostrada del Mediterraneo di ANAS**, che mette in comunicazione le comunità, custodi di tradizione e storia.

Non mancherà infine lo spazio per la formazione, grazie anche alla presenza del **Master in Economia e Gestione della Comunicazione e dei Media "Food, Wine&co**. Quando il cibo si fa marca" dell'Università di Roma Tor Vergata, 6 master class e una tavola rotonda internazionale previste il 9-10-11 novembre. Per il terzo anno consecutivo, l'appuntamento crea un contatto privilegiato tra la formazione e il mondo fieristico per rendere ancora più concreta la possibilità di nuove professionalità legate allo sviluppo dei brand in ambito enogastronomico. Farà luce sulle opportunità offerte dalla Unione europea in tema di sviluppo e internazionalizzazione delle aziende il seminario organizzato dallo **Studio Valla**. Un prezioso aggiornamento verrà offerto dagli ospiti del **Dipartimento Salute dell'Università di Yale**, che punteranno l'attenzione su Stati Uniti, consumo di extravergine e salute pubblica.

Si tratta quindi di una manifestazione ricca di contenuti, a cui quest'anno si aggiunge il plus costituito dal 'gemellaggio' con **Excellence**.

"*Il binomio pubblico e privato* – **spiega l'organizzatore di Excellence, Pietro Ciccotti** – *è senza dubbio strategico e elemento di grande forza, perché capace di creare un importante momento di sintesi tra il mondo istituzionale, rappresentato in questo caso da Fiera Roma, e l'universo creativo che contraddistingue Excellence. Riteniamo quindi assolutamente positivo che due attori come questi optino per la condivisione d'intenti che, a nostro giudizio, può e deve rappresentare un valore aggiunto fondamentale per il nostro territorio. Un territorio che custodisce straordinari prodotti e realtà, ma anche un grande capitale umano che in ogni edizione di Excellence cerchiamo di raccontare, declinandoli attraverso la food experience, lo spettacolo, gli incontri b2b e b2c e le innovazioni. Il tutto seguendo una mission imprescindibile, vale a dire fare cultura enogastronomica*".

https://www.mediterraneaonline.eu/mercato-mediterraneo-ed-excellence-insieme-per-roma-food-exhibition

Si prepara dunque ad aprire i battenti anche l'edizione n.7 di Excellence, manifestazione ormai storica e di riferimento nel panorama romano e nazionale che per tre giorni celebrerà le eccellenze enogastronomiche italiane e i suoi protagonisti, esaltandone gli elementi chiave come creatività e sostenibilità, cultura e economia, innovazione e sperimentazione.

Asset principali – oltre al supporto di un partner di livello mondiale come PWC per il secondo anno consecutivo – saranno anche il business e la creazione di una sinergica tra le migliori realtà aziendali e gli operatori, in linea con la volontà di Excellence di porsi sin dal suo esordio come una sorta di 'centro di incubazione" delle imprese del food&wine.

Tra **cooking show, tavole rotonde, degustazioni, talk show** e incontri B2B, saranno numerosi gli eventi in agenda rivolti ai professionisti e agli appassionati per valorizzare la qualità del **made in Italy** e approfondire importanti temi di attualità settoriale. Protagonisti indiscussi, naturalmente, i **grandi chef del panorama nazionale, stellati Michelin in testa, gli imprenditori F&B e i ristoratori.**

https://www.mediterraneaonline.eu/mercato-mediterraneo-ed-excellence-insieme-per-roma-food-exhibition

Vinotype

Mercato Mediterraneo ed Excellence insieme per Roma Food Exhibition

29/10/2019

Dal 9 al 12 novembre Mercato Mediterraneo presso Fiera Roma
Dal 9 all'11 novembre Excellence al Rome Convention Center La Nuvola

MERCATO MEDITERRANEO ED EXCELLENCE INSIEME PER ROMA FOOD EXHIBITION***

Due grandi manifestazioni per un evento diffuso che farà di Roma la Capitale del Gusto in un'ottica di gioco di squadra e nuove alleanze

—

Mercato Mediterraneo, brand di Fiera Roma, ed Excellence si alleano per gettare le basi di un nuovo grande evento diffuso dedicato alla filiera agroalimentare ed enogastronomica che per la prima volta coinvolgerà l'intera Capitale e, nel futuro, anche nuove partnership, a partire da quella con Il Festival della Gastronomia di Luigi Cremona e Lorenza Vitali, già saliti 'a bordo'. Si chiama infatti Roma Food Exhibition e, come si evince dal claim "Tutti Insieme. A Roma", ha come scopo principale quello di accendere i riflettori sul business legato all'alta ristorazione e alle tematiche inerenti le produzioni alimentari del Mare Nostrum in un'ottica di lavoro sinergico, internazionalizzazione e rilancio turistico di una delle metropoli più belle al mondo. Driver strategici, in tal senso, risultano quindi la proposta ristorativa e lo straordinario paniere agroalimentare presente in Italia e nel bacino mediterraneo che faranno da fil rouge a tutte le manifestazioni coinvolte.

A ospitare il calendario di eventi diffusi Roma Food Exhibition saranno location di alto profilo con Fiera Roma che dal 9 al 12 novembre aprirà i battenti di Mercato Mediterraneo, mentre il suggestivo e avveniristico Rome Convention Center La Nuvola sarà la nuova sede di Excellence dal 9 all'11 novembre. Due grandi iniziative che quest'anno si preparano dunque a debuttare sotto un unico 'ombrello', facendo di Roma per quattro giorni la Capitale nazionale del gusto.

"Uniti si vince – dichiara Pietro Piccinetti, amministratore unico e direttore generale di Fiera Roma –. Crediamo profondamente nel lavoro di squadra e siamo convinti sia ciò che serve a Roma, a tutti i livelli,

per fare esplodere il suo immenso potenziale. La missione delle Fiere è essere volano per lo sviluppo economico e sociale dei territori, anche con sinergie che potenzino le azioni. Con un evento diffuso e condiviso come Roma Food Exhibition, puntiamo a rendere la Città Eterna un riferimento per il mondo dell'agroalimentare e dell'enogastronomia di alta qualità, tanto per gli addetti ai lavori quanto per gli appassionati. E la collaborazione con Excellence completa e rafforza il nostro approccio al settore".

Un salone professionale dal respiro internazionale, dove si fondono affari e cultura, scambi e storie, un luogo dove aziende, portatori di interesse, intellettuali e rappresentati del mondo politico e delle istituzioni, possono confrontarsi per creare nuove necessarie opportunità. È questo l'identikit di Mercato Mediterraneo. Un format espositivo originale e innovativo – ideato e organizzato da Fiera Roma – che anche per la sua terza edizione punta i riflettori su produzioni tipiche, tradizioni, cibo e culture del Mare Nostrum in un'ottica di relazioni, scambio di idee e opportunità di business tra aziende espositrici e buyer nazionali e internazionali. Il tutto senza mai perdere di vista l'importanza di incentivare il dibattito aperto sul tema dei popoli che condividono lo stesso mare al fine di gettare nuovi basi di sviluppo e pace. Non a caso, la quattro giorni di fiera coinvolgerà numerosi enti di promozione e tutela, ambasciatori, rappresentanti istituzionali, esperti e studiosi di livello mondiale, al fine di sottolineare la centralità di questo bacino nello scenario geopolitico internazionale. In questa edizione verranno esplorati i temi della sostenibilità, in agricoltura e non solo, le sfide del settore ittico, l'intera filiera dell'olio extravergine di oliva, i nuovi sviluppi commerciali che legano Cina e bacino del Mediterraneo, le infrastrutture e le vie di collegamento di questa parte del mondo, come l'Autostrada del Mediterraneo di ANAS, che mette in comunicazione le comunità, custodi di tradizione e storia. Non mancherà infine lo spazio per la formazione, grazie anche alla presenza del Master in Economia e Gestione della Comunicazione e dei Media "Food, Wine&co. Quando il cibo si fa marca" dell'Università di Roma Tor Vergata, 6 master class e una tavola rotonda internazionale previste il 9-10-11 novembre. Per il terzo anno consecutivo, l'appuntamento crea un contatto privilegiato tra la formazione e il mondo fieristico per rendere ancora più concreta la possibilità di nuove professionalità legate allo sviluppo dei brand in ambito enogastronomico. Farà luce sulle opportunità offerte dalla Unione europea in tema di sviluppo e internazionalizzazione delle aziende il seminario organizzato dallo Studio Valla. Un prezioso aggiornamento verrà offerto dagli ospiti del Dipartimento Salute dell'Università di Yale, che punteranno l'attenzione su Stati Uniti, consumo di extravergine e salute pubblica.

Si tratta quindi di una manifestazione ricca di contenuti, a cui quest'anno si aggiunge il plus costituito dal 'gemellaggio' con Excellence.

"Il binomio pubblico e privato – spiega l'organizzatore di Excellence, Pietro Ciccotti – è senza dubbio strategico e elemento di grande forza, perché capace di creare un importante momento di sintesi tra il mondo istituzionale, rappresentato in questo caso da Fiera Roma, e l'universo creativo che contraddistingue Excellence. Riteniamo quindi assolutamente positivo che due attori come questi optino per la condivisione d'intenti che, a nostro giudizio, può e deve rappresentare un valore aggiunto fondamentale per il nostro territorio. Un territorio che custodisce straordinari prodotti e realtà, ma anche un grande capitale umano che in ogni edizione di Excellence cerchiamo di raccontare, declinandoli attraverso la food experience, lo spettacolo, gli incontri b2b e b2c e le innovazioni. Il tutto seguendo una mission imprescindibile, vale a dire fare cultura enogastronomica".

Si prepara dunque ad aprire i battenti anche l'edizione n.7 di Excellence, manifestazione ormai storica e di riferimento nel panorama romano e nazionale che per tre giorni celebrerà le eccellenze enogastronomiche italiane e i suoi protagonisti, esaltandone gli elementi chiave come creatività e sostenibilità, cultura e economia, innovazione e sperimentazione. Asset principali – oltre al supporto di un partner di livello mondiale come PWC per il secondo anno consecutivo – saranno anche il business e la creazione di una sinergica tra le migliori realtà aziendali e gli operatori, in linea con la volontà di Excellence di porsi sin dal suo esordio come una sorta di 'centro di incubazione" delle imprese del food&wine. Tra cooking show, tavole rotonde, degustazioni, talk show e incontri B2B, saranno numerosi gli eventi in agenda rivolti ai professionisti e agli appassionati per valorizzare la qualità del made in Italy e approfondire importanti temi di attualità settoriale. Protagonisti indiscussi, naturalmente, i grandi chef del panorama nazionale, stellati Michelin in testa, gli imprenditori F&B e i ristoratori.

- Eventi di Gusto

Roma Food Exhibition 2019: dalla ristorazione all'importanza del Mediterraneo

By Patrizia Gallina

2 Novembre 2019

Dal 9 al 12 novembre si terrà **Roma Food Exhibition 2019**, un evento che, mai come quest'anno, abbraccerà diversi settori, partendo dall'enogastronomia e arrivando fino all'importanza del Mare Mediterraneo non solo sotto il profilo economico, ma anche per garantire una maggiore collaborazione e scambio culturale tra i vari popoli che si affacciano su di esso. La manifestazione in questa sua terza edizione si arricchirà ulteriormente grazie alla presenza di Excellence e Mercato Mediterraneo che proporranno una serie di iniziative legate allo slogan ufficiale *«Tutti insieme. A Roma»*.

La location della kermesse sarà la **Fiera di Roma** dove sarà possibile prendere parte agli appuntamenti targati Mercato Mediterraneo, mentre Excellence dal 9 all'11 novembre sarà protagonista presso la nuova sede del *Rome Convention Center La Nuvola*. Inoltre in questo 2019 la manifestazione enogastronomica e culinaria potrà avvalersi della partnership con il Festival della Gastronomia diretto da Luigi Cremona e Lorenza Vitali.

Alla Fiera di Roma il Food Exhibition 2019.

Pietro Piccinetti, amministratore unico e direttore generale di Fiera Roma, nel presentare il grande evento di novembre ha sottolineato l'importanza di lavorare tutti insieme per far sì che la Capitale possa finalmente mettere in campo tutte le sue reali potenzialità per rilanciarsi non solo da un punto di vista economico ma anche turistico. Infatti ha ricordato che solitamente l'obiettivo principale delle Fiere è quello di fungere da trampolino di lancio per uno sviluppo dell'economia e del tessuto sociale dei vari territori, favorendo anche una serie di utili collaborazioni. Dunque, per quanto riguarda Roma Food Exhibition 2019, si punta a fare in modo che la *«città eterna»* torni ad essere un importante punto di riferimento per gli appassionati e gli addetti ai lavori del comparto **enogastronomico e alimentare.**

Roma Food Exhibition 2019 abbraccerà cultura, tradizioni e nuove prospettive per il futuro

La terza edizione di **Roma Food Exhibition 2019** si proporrà come una grande manifestazione volta a toccare vari campi: da quello intellettuale e culturale a quello finanziario e gastronomico. Quest'obiettivo verrà perseguito soprattutto con il supporto di **Mercato Mediterraneo** che cercherà di mettere in contatto il mondo politico e delle istituzioni con quello degli addetti ai lavori e degli esperti dei diversi settori per far sì che possano sorgere nuovi progetti e opportunità.

Cioccolatò 2019: Torino capitale della golosità

Tra i grandi protagonisti della fiera ci sarà il *«Mare Nostrum»* con esposizioni di prodotti, pietanze ed eccellenze derivanti proprio dalle varie realtà che sorgono sul **Mediterraneo**. Al contempo, ospitando numerose aziende internazionali e professionisti del business, ci si augura che questi incontri possano favorire la nascita di idee innovative e vincenti. Allo stesso tempo verrà lanciato un messaggio di **pace e collaborazione** tra i Paesi che condividono quest'importante bacino marino, e non a caso nella Capitale sono attesi ambasciatori, rappresentanti diplomatici, esperti e studiosi per rimarcare ancora una volta quanto sia importante e centrale il Mediterraneo in ottica geopolitica.

Gli incontri che verranno organizzati **dal 9 al 12 novembre** non mancheranno di sottolineare l'importanza della sostenibilità nell'agricoltura e in tutti gli altri settori, e ci si soffermerà anche sul comparto ittico, sulla produzione di olio extravergine di oliva e sulle nuove rotte commerciali che coinvolgono il bacino del Mediterraneo e la Cina.

Roma Food Exhibition 2019 darà ampio spazio anche alla divulgazione e alla formazione con il **Master in Economia e Gestione della Comunicazione e dei Media** intitolato *«Food, Wine & Co. Quando il cibo si fa marca»* gestito dall'Università di Roma Tor Vergata. Quest'iniziativa si ripete per il terzo anno consecutivo per ribadire come il connubio tra Fiera e formazione possa risultare fondamentale per far sorgere nuove figure professionali legate al settore dell'enogastronomia di qualità.

Excellence dal 9 all'11 novembre a Roma.

Excellence approderà alla manifestazione capitolina con la sua settima edizione di incontri e appuntamenti volti a promuovere la grande tradizione enogastronomica italiana. Tra gli elementi fondamentali per giungere a livelli di eccellenza vi sono indubbiamente sostenibilità, cultura, innovazione ed economia. Si terranno quindi svariati cooking-show, degustazioni, dibattiti e tavole rotonde per far sì che visitatori e professionisti possano entrare in contatto con la grande tradizione culinaria italiana e per approfondire delle tematiche rilevanti che riguardano l'intero comparto.

Ramona in Cucina

Arriva il “Roma Food Exhibition”: “Excellence” e “Mercato Mediterraneo” per un evento diffuso tra Fiera Roma e la Nuvola

Pubblicato da ramonaincucina il novembre 4, 2019

Con un grande evento diffuso arriva nella capitale il “**Roma Food Exhibition”,** un *gioco di squadra* che vede nuove interessanti alleanze tra privato e pubblico. **Mercato Mediterraneo**, brand di Fiera Roma, ed **Excellence** si sono *alleati* per gettare le basi di **un nuovo grande evento dedicato alla filiera agroalimentare ed enogastronomica che per la prima volta coinvolgerà l’intera Capitale** e, in un prossimo futuro, anche nuove partnership, a partire da quella con **Il Festival della Gastronomia** di Luigi Cremona e Lorenza Vitali.

Dal 9 al 12 novembre prossimi, si accenderanno i riflettori sul **business legato all’alta ristorazione seguendo il fil rouge della proposta ristorativa e dello straordinario paniere agroalimentare presente in Italia e nel bacino mediterraneo**, in un’ottica di lavoro sinergico, di internazionalizzazione e rilancio turistico di una delle metropoli più belle al mondo, come si evince dal claim ***“Tutti Insieme. A Roma”.***

Due grandi iniziative che quest'anno si preparano dunque a debuttare sotto un unico *ombrello in l*ocation importanti e in date strategiche a cavallo del weekend: il suggestivo e avveniristico **Rome Convention Center La Nuvola** ospiterà la nuova sede di Excellence **dal 9 all'11 novembre**, mentre **Fiera Roma** aprirà i battenti di Mercato Mediterraneo **dal 9 al 12 novembre**.

Ma vediamo nei dettagli. Torna ampliato, e con importanti novità, l'appuntamento capitolino di **Excellence giunto alla sua settima edizione.** Organizzato dai fratelli ed editori **Pietro e Claudio Ciccotti, c**ome da tradizione accenderà i riflettori sui grandi temi del made in Italy enogastronomico e sui suoi protagonisti. Questa volta lo farà da un palco di un teatro d'eccezione all'EUR in viale Asia 40, un capolavoro firmato dall'archistar Massimiliano Fuksas, una location affascinante che si prepara a ospitare cooking show, tavole

rotonde, degustazioni, talk show, incontri, realtà aziendali tra i più importanti del settore a livello nazionale e non solo. Senza dimenticare enti istituzionali, scuole di formazione professionale di sala o di cucina, associazioni d'impresa, buyer, opinion leader, giornalisti, imprenditori F&B, sommelier e ristoratori.

Cento gli chef presenti, molti dei quali stellati, protagonisti indiscussi degli spettacoli di cucina che si svolgeranno in tre aree diverse:

1)la **Next Cooking Lazio** con cooking show a 4 mani con cuochi e prodotti del Lazio

2)la **Food Innovation** con cooking show con chef stellati moderati da un personaggio 'fuori dagli schemi'

3)l'**Excellence Academy** con cooking show con chef docenti di Coquis e di altre scuole di cucina di Roma

Cento anche le aziende espositrici, tra artigiani del gusto e industriali di alta qualità, schierati nell'avveniristica struttura congressuale che accoglierà anche diverse cantine vitivinicole italiane, alcune delle quali protagoniste nello spazio **We Love Tasting**, mentre a fare da punto di ritrovo per l'olio extravergine di oliva sarà l'area **Evo School**, gestita da Coldiretti.

Attraverso un ventaglio di incontri ad hoc, che quest'anno si susseguiranno all'interno di **tre teatri** e nell'area **Excellence Cloud,** ci sarà spazio per l'approfondimento, il racconto e la condivisione di progetti e idee. Si va dal **Congresso Nazionale Apci** (Associazione Professionale Cuochi Italiani), all'evento *Falsi d'Autore* curato da Luigi Cremona con gli chef stellati chiamati a riprodurre piatti che hanno fatto la storia della cucina; dalla presentazione della **guida 'Roma nel Piatto'** (edita da Pecora Nera) a quella dell'anteprima della guida '**Roma Doc**' de La Repubblica; dal talk show dedicato ai 100 anni dell'azienda vinicola La Scolca alla presentazione del **progetto M'Ama.Seeds** 'Recupero delle antiche colture e delle antiche culture per la salute dell'Uomo e del Pianeta' (a cura di M'Ama.Art).

Torna per il secondo anno il **contest** "**Race to The Stars"** in memoria dello chef Alessandro Narducci, una competizione riservata a giovani chef under 30 nati o residenti nel Lazio e organizzata in collaborazione con la Regione Lazio e Arsial che, dopo le fasi eliminatorie presso la scuola Coquis, si concluderà proprio lunedì 11 novembre in chiusura di Excellence.

Sul fronte delle **novità 2019** c'è ancora da annoverare il 'fuori salone' con **Excellence Off**: quattro cene all'insegna dell'alta cucina e dei grandi vini italiani, in programma dal 5 all'8 novembre (a pagamento e su prenotazione fino a esaurimento posti), che permetteranno di vivere in anteprima una vera e propria food experience in compagnia di quattro grandi chef e dei loro piatti abbinati a quattro importanti cantine d'Italia: **Francesco Apreda – Velenosi Vini; Roy Caceres – Cantine Briziarelli; Cristina Bowerman – Famiglia Cotarella; Daniele Usai – La Scolca.**

Invece, nello spazio di **Fiera Roma** aprirà i battenti della **terza edizione di Mercato Mediterraneo dal 9 al 12 novembre**, proponendosi ancora una volta come un salone professionale dal respiro internazionale, che punta i riflettori su produzioni tipiche, tradizioni, cibo e culture del Mare Nostrum in un'ottica di relazioni, scambio di idee e opportunità di business tra aziende espositrici e buyer nazionali e internazionali. Quest'anno si esplorano i temi della sostenibilità, in agricoltura e non solo, le sfide del settore ittico, l'intera filiera dell'olio extravergine di oliva, i nuovi sviluppi commerciali che legano Cina e bacino del Mediterraneo, le infrastrutture e le vie di collegamento di questa parte del mondo, come l'Autostrada del Mediterraneo di ANAS, che mette in comunicazione le comunità, custodi di tradizione e storia.

Non mancherà lo **spazio per la formazione**, grazie anche alla presenza del Master in Economia e Gestione della Comunicazione e dei Media "Food, Wine&co. Quando il cibo si fa marca" dell'Università di Roma Tor Vergata, 6 master class e una tavola rotonda internazionale previste il 9-10-11 novembre. Si farà luce sulle opportunità offerte dalla Unione europea in tema di sviluppo e internazionalizzazione delle aziende il seminario organizzato dallo Studio Valla. Un prezioso aggiornamento verrà offerto dagli ospiti del Dipartimento Salute dell'Università di Yale, che punteranno l'attenzione su Stati Uniti, consumo di extravergine e salute pubblica.

Si tratta quindi di una manifestazione ricca di contenuti, a cui quest'anno si aggiunge il plus costituito dal 'gemellaggio' con Excellence.

ROMA E DINTORNI NOTIZIE

Roma Food Exhibition, la città eterna diventa “Capitale nazionale del gusto”

Posted By: admin_notizie 4 Novembre 2019

Sarà un lungo weekend all’insegna dell’enogastronomia nostrana – tra piccoli produttori e alta ristorazione – quello dal 9 al 12 novembre a Roma. Se la Fiera di Roma aprirà nuovamente le porte a Mercato Mediterraneo…

...continua la lettura dell'articolo >> http://www.romatoday.it/eventi/de-magna-e-beve/roma-food-exhibtion-9-12-novembre-2019.html

De Magna e beve

Roma Food Exhibition, la città eterna diventa "Capitale nazionale del gusto"

Mercato Mediterraneo ed Excellence si alleano per accendere i riflettori sulla filiera agroalimentare ed enogastronomica del nostro Paese. Quattro giorni di alta ristorazione, show cooking, piccoli produttori ed eccellenze del Mare Nostrum

F.D.
04 NOVEMBRE 2019 13:28

Roma Food Exhibition | 9-12 novembre 2019

”

Sarà un lungo weekend all'insegna dell'enogastronomia nostrana - tra piccoli produttori e alta ristorazione - quello dal 9 al 12 novembre a Roma. Se la Fiera di Roma aprirà nuovamente le porte a Mercato Mediterraneo, presso Nuvola approderà - per il primo anno - Excellence 2019.

Le due grandi manifestazioni - molto attese dagli esperti del settore e non solo - si alleano quest'anno per gettare le basi di un **nuovo grande evento diffuso dedicato alla filiera agroalimentare ed enogastronomica** che per la prima volta coinvolgerà l’intera Capitale e, nel futuro, anche nuove partnership, a partire da quella con Il Festival della Gastronomia (tenutosi lo scorso 28 ottobre a Officine Farneto) di Luigi Cremona e Lorenza Vitali, già saliti ‘a bordo’.

Roma Food Exhibition: riflettori accesi su alta ristorazione e produzioni "nostre"

Si chiama infatti **Roma Food Exhibition** e, come si evince dal claim “Tutti Insieme. A Roma”, ha come scopo principale quello di accendere i riflettori sul business legato all’**alta ristorazione** e alle **tematiche inerenti le produzioni alimentari del Mare Nostrum** in un’ottica di lavoro sinergico, internazionalizzazione e rilancio turistico di una delle metropoli più belle al mondo. Driver strategici, in tal senso, risultano quindi la proposta ristorativa e lo straordinario paniere agroalimentare presente in Italia e nel bacino mediterraneo che faranno da fil rouge a tutte le manifestazioni coinvolte.

A ospitare il calendario di eventi diffusi Roma Food Exhibition saranno location di alto profilo con **Fiera Roma che dal 9 al 12 novembre aprirà i battenti di Mercato Mediterraneo**, mentre il suggestivo e avveniristico **Rome Convention Center La Nuvola sarà la nuova sede di Excellence dal 9 all’11 novembre**. Due grandi iniziative che quest’anno si preparano dunque a debuttare sotto un unico ‘ombrello’, facendo di Roma per **quattro giorni la Capitale nazionale del gusto**.

“*Uniti si vince* – sono le parole di **Pietro Piccinetti, amministratore unico e direttore generale di Fiera Roma** – *crediamo profondamente nel lavoro di squadra e siamo convinti sia ciò che serve a Roma, a tutti i livelli, per fare esplodere il suo immenso potenziale. La missione delle Fiere è essere volano per lo sviluppo economico e sociale dei territori, anche con sinergie che potenzino le azioni. Con un evento diffuso e condiviso come Roma Food Exhibition, puntiamo a rendere la Città Eterna un riferimento per il mondo dell’agroalimentare e dell’enogastronomia di alta qualità, tanto per gli addetti ai lavori quanto per gli appassionati. E la collaborazione con Excellence completa e rafforza il nostro approccio al settore”.*

Mercato Mediterraneo 2019

Un salone professionale dal respiro internazionale, dove si fondono affari e cultura, scambi e storie, un luogo dove aziende, portatori di interesse, intellettuali e rappresentati del mondo politico e delle istituzioni, possono confrontarsi per creare nuove necessarie opportunità. È questo l'**identikit di Mercato Mediterraneo**. Un format espositivo originale e innovativo - ideato e organizzato da **Fiera Roma** – che anche per la sua terza edizione punta i riflettori su produzioni tipiche, tradizioni, cibo e culture del Mare Nostrum in un'ottica di relazioni, scambio di idee e opportunità di business tra aziende espositrici e buyer nazionali e internazionali. Il tutto senza mai perdere di vista l'importanza di incentivare il dibattito aperto sul tema dei popoli che condividono lo stesso mare al fine di gettare nuovi basi di sviluppo e pace. Non a caso, la quattro giorni di fiera coinvolgerà numerosi enti di promozione e tutela, ambasciatori, rappresentanti istituzionali, esperti e studiosi di livello mondiale, al fine di sottolineare la centralità di questo bacino nello scenario geopolitico internazionale. In questa edizione verranno esplorati i temi della sostenibilità, in agricoltura e non solo, le sfide del settore ittico, l'intera filiera dell'olio extravergine di oliva, i nuovi sviluppi commerciali che legano Cina e bacino del Mediterraneo, le infrastrutture e le vie di collegamento di questa parte del mondo, come l'Autostrada del Mediterraneo di ANAS, che mette in comunicazione le comunità, custodi di tradizione e storia. Non mancherà infine lo spazio per la formazione, grazie anche alla presenza del Master in Economia e Gestione della Comunicazione e dei Media "Food, Wine&co. Quando il cibo si fa marca" dell'Università di Roma Tor Vergata, 6 master class e una tavola rotonda internazionale previste il 9-10-11 novembre. Per il terzo anno consecutivo, l'appuntamento crea un contatto privilegiato tra la formazione e il mondo fieristico per rendere ancora più concreta la possibilità di nuove professionalità legate allo sviluppo dei brand in ambito enogastronomico. Farà luce sulle opportunità offerte dalla Unione europea in tema di sviluppo e internazionalizzazione delle aziende il seminario organizzato dallo Studio Valla. Un prezioso aggiornamento verrà offerto dagli ospiti del Dipartimento Salute dell'Università di Yale, che punteranno l'attenzione su Stati Uniti, consumo di extravergine e salute pubblica.

Excellence 2019

Si tratta quindi di una manifestazione ricca di contenuti, a cui quest'anno si aggiunge il plus costituito dal 'gemellaggio' con Excellence.

"*Il binomio pubblico e privato* – spiega **l'organizzatore di Excellence, Pietro Ciccotti** - *è senza dubbio strategico e elemento di grande forza, perché capace di creare un importante momento di sintesi tra il mondo istituzionale, rappresentato in questo caso da Fiera Roma, e l'universo creativo che contraddistingue Excellence. Riteniamo quindi assolutamente positivo che due attori come questi optino per la condivisione d'intenti che, a nostro giudizio, può e deve rappresentare un valore aggiunto fondamentale per il nostro territorio. Un territorio che custodisce straordinari prodotti e realtà, ma anche un grande capitale umano che in ogni edizione di Excellence cerchiamo di raccontare, declinandoli attraverso la food experience, lo spettacolo, gli incontri b2b e b2c e le innovazioni. Il tutto seguendo una mission imprescindibile, vale a dire fare cultura enogastronomica*".

Si prepara dunque ad aprire i battenti anche **l'edizione n.7 di Excellence**, manifestazione ormai storica e di riferimento nel panorama romano e nazionale che per tre giorni celebrerà le eccellenze enogastronomiche italiane e i suoi protagonisti, esaltandone gli elementi chiave come creatività e sostenibilità, cultura e economia, innovazione e sperimentazione. Asset principali - oltre al supporto di un partner di livello mondiale come PWC per il secondo anno consecutivo - saranno anche il business e la creazione di una sinergica tra le migliori realtà aziendali e gli operatori, in linea con la volontà di Excellence di porsi sin dal suo esordio come una sorta di 'centro di incubazione" delle imprese del food&wine. Tra cooking show, tavole rotonde, degustazioni, talk show e incontri B2B, saranno numerosi gli eventi in agenda rivolti ai professionisti e agli appassionati per valorizzare la qualità del made in Italy e approfondire importanti temi di attualità settoriale. Protagonisti indiscussi, naturalmente, i grandi chef del panorama nazionale, stellati Michelin in testa, gli imprenditori F&B e i ristoratori.

"

Fiere: Mercato Mediterraneo ed Excellence insieme per Roma Food Exhibition.

Mercato Mediterraneo, brand di Fiera Roma, ed Excellence si alleano per gettare le basi di un nuovo grande evento diffuso dedicato alla filiera agroalimentare ed enogastronomica che per la prima volta coinvolgerà l'intera Capitale e, nel futuro, anche nuove partnership, a partire da quella con 'Il Festival della gastronomia' (in programma il 28 ottobre alle Officine Farneto) di Luigi Cremona e Lorenza Vitali, già saliti 'a bordo'. Si chiama infatti Roma Food Exhibition e, come si evince dal claim "Tutti Insieme. A Roma", ha come scopo principale quello di accendere i riflettori sul business legato all'alta ristorazione e alle tematiche inerenti le produzioni alimentari del Mare Nostrum in un'ottica di lavoro sinergico, internazionalizzazione e rilancio turistico. Driver strategici, in tal senso, risultano quindi la proposta ristorativa e lo straordinario paniere agroalimentare presente in Italia e nel bacino mediterraneo che faranno da fil rouge a tutte le manifestazioni coinvolte.

A ospitare il calendario di eventi diffusi Roma Food Exhibition saranno location di alto profilo con Fiera Roma che dal 9 al 12 novembre aprirà i battenti di Mercato Mediterraneo, mentre il Rome Convention Center La Nuvola sarà la nuova sede di Excellence dal 9 all'11 novembre. Due grandi iniziative che quest'anno si preparano dunque a debuttare sotto un unico 'ombrello', facendo di Roma per quattro giorni la Capitale nazionale del gusto.

"Uniti si vince: crediamo profondamente nel lavoro di squadra - dichiara Pietro Piccinetti, amministratore unico e direttore generale di Fiera Roma - e siamo convinti sia ciò che serve a Roma, a tutti i livelli, per fare esplodere il suo immenso potenziale. La missione delle Fiere è essere volano per lo sviluppo economico e sociale dei territori, anche con sinergie che potenzino le azioni. Con un evento diffuso e condiviso come Roma Food Exhibition, puntiamo a rendere la Città Eterna un riferimento per il mondo dell'agroalimentare e dell'enogastronomia di alta qualità, tanto per gli addetti ai lavori quanto per gli appassionati. E la collaborazione con Excellence completa e rafforza il nostro approccio al settore".

Un salone professionale dal respiro internazionale, dove si fondono affari e cultura, scambi e storie, un luogo dove aziende, portatori di interesse, intellettuali e rappresentati del mondo politico e delle istituzioni possono confrontarsi per creare nuove necessarie opportunità. È questo l'identikit di Mercato Mediterraneo. Un format espositivo originale e innovativo - ideato e organizzato da Fiera Roma - che anche per la sua terza edizione punta i riflettori su produzioni tipiche, tradizioni, cibo e culture del Mare Nostrum in un'ottica di relazioni, scambio di idee e opportunità di business tra aziende espositrici e buyer nazionali e internazionali.

Il tutto senza mai perdere di vista l'importanza di incentivare il dibattito aperto sul tema dei popoli che condividono lo stesso mare al fine di gettare nuovi basi di sviluppo e pace. Non a caso, la quattro giorni di fiera coinvolgerà numerosi enti di promozione e tutela, ambasciatori, rappresentanti istituzionali, esperti e studiosi di livello mondiale, al fine di sottolineare la centralità di questo bacino nello scenario geopolitico internazionale.

In questa edizione verranno esplorati i temi della sostenibilità, in agricoltura e non solo, le sfide del settore ittico, l'intera filiera dell'olio extravergine di oliva, i nuovi sviluppi commerciali che legano Cina e bacino del Mediterraneo, le infrastrutture e le vie di collegamento di questa parte del mondo, come l'Autostrada del Mediterraneo di Anas, che mette in comunicazione le comunità, custodi di tradizione e storia. Non mancherà, infine, lo spazio per la formazione, grazie anche alla presenza del **Master in Economia e Gestione della comunicazione e dei media 'Food, Wine&co. Quando il cibo si fa marca' dell'Università di Roma Tor Vergata, 6 master class e una tavola rotonda internazionale previste il 9-10-11 novembre.**

Per il terzo anno consecutivo, l'appuntamento crea un contatto privilegiato tra la formazione e il mondo fieristico per rendere ancora più concreta la possibilità di nuove professionalità legate allo sviluppo dei brand in ambito enogastronomico. Farà luce sulle opportunità offerte dalla Unione europea in tema di sviluppo e internazionalizzazione delle aziende il seminario organizzato dallo Studio Valla. Un prezioso aggiornamento verrà offerto dagli ospiti del Dipartimento Salute dell'Università di Yale, che punteranno l'attenzione su Stati Uniti, consumo di extravergine e salute pubblica. Si tratta quindi di una manifestazione ricca di contenuti, a cui quest'anno si aggiunge il plus costituito dal 'gemellaggio' con Excellence.

"Il binomio pubblico e privato - spiega l'organizzatore di Excellence, Pietro Ciccotti - è senza dubbio strategico ed elemento di grande forza, perché capace di creare un importante momento di sintesi tra il mondo istituzionale, rappresentato in questo caso da Fiera Roma, e l'universo creativo che contraddistingue Excellence. Riteniamo quindi assolutamente positivo che due attori come questi optino per la condivisione d'intenti che, a nostro giudizio, può e deve rappresentare un valore aggiunto fondamentale per il nostro territorio. Un territorio che custodisce straordinari prodotti e realtà, ma anche un grande capitale umano che in ogni edizione di Excellence cerchiamo di raccontare, declinandoli attraverso la food experience, lo spettacolo, gli incontri b2b e b2c e le innovazioni. Il tutto seguendo una mission imprescindibile, vale a dire fare cultura enogastronomica".

Si prepara, dunque, ad aprire i battenti anche l'edizione numero 7 di Excellence, manifestazione ormai storica e di riferimento nel panorama romano e nazionale che per tre giorni celebrerà le eccellenze enogastronomiche italiane e i suoi protagonisti, esaltandone gli elementi chiave come creatività e sostenibilità, cultura e economia, innovazione e sperimentazione. Asset principali - oltre al supporto di un partner di livello mondiale come Pwc per il secondo anno consecutivo - saranno anche il business e la creazione di una sinergica tra le migliori realtà aziendali e gli operatori, in linea con la volontà di Excellence di porsi sin dal suo esordio come una sorta di 'centro di incubazione' delle imprese del food&wine. Tra cooking show, tavole rotonde, degustazioni, talk show e incontri B2B, saranno numerosi gli eventi in agenda rivolti ai professionisti e agli appassionati per valorizzare la qualità del made in Italy e approfondire importanti temi di attualità settoriale. Protagonisti indiscussi, naturalmente, i grandi chef del panorama nazionale, stellati Michelin in testa, gli imprenditori F&B e i ristoratori.

Roma Food Exhibition, la città eterna diventa 'Capitale nazionale del gusto'

Condividi con gli amici
Invia agli amici

Sarà un lungo weekend all'insegna dell'enogastronomia nostrana - tra piccoli produttori e alta ristorazione - quello dal 9 al 12 novembre a Roma. Se la Fiera di Roma aprirà nuovamente le...

Leggi tutta la notizia

Roma Today | 04-11-2019 17:22

Categoria: ECONOMIA

IL FARO
Quotidiano telematico del mediterraneo

Gli appuntamenti

Roma Food Exhibition, la capitale del gusto e della cultura enogastronomica

Dal 9 al 12 novembre, Excellence 2019 con il Pizza Awards 2019 e Mercato Mediterraneo approdano a Roma per un weekend pieno di eccellenze made in Italy

Cucina & Sapori - 06 Novembre 2019 - 8:00

di ILARIA CASTODEI

Cucina e Sapori – A Roma un **weekend pieno di eccellenze made in Italy**, storia agroalimentare, alta ristorazione, premi, seminari e show cooking. Tutto targato **Roma Food Exhibition**.

Dopo il Festival della Gastronomia conclusosi da poco alle Officine Farneto a Roma che ha premiato il miglior chef emergente e chef pizza d'Italia, la capitale è pronta ad accogliere **Roma Food Exhibition**, un intero fine settimana carico di appuntamenti nel **settore agroalimentare ed enogastronomico**.

Da non perdere assolutamente quindi, presso il suggestivo e avveniristico Rome Convention Center La Nuvola, la **settima edizione di Excellence 2019** dal 9 all'11 novembre e il **Pizza Awards 2019** (al suo interno) e, presso la Fiera di Roma, la terza edizione di Mercato Mediterraneo.

Le manifestazioni quest'anno si combinano in unico weekend. Roma Food Exhibition, appunto, così viene chiamato l'intero progetto che ha come scopo di rendere Roma un polo di riferimento per il business legato all'alta ristorazione e alle tematiche inerenti le produzioni alimentari del Mare Nostrum in un'ottica di lavoro sinergico, di internazionalizzazione e rilancio turistico di una delle metropoli più belle al mondo.

"Tutti Insieme. A Roma", questo è lo slogan! La collaborazione tra Mercato Mediderraneo ed Excellence completa e rafforza l'approccio trasformando Roma, per quattro giorni, nella Capitale nazionale del gusto.

Excellence 2019: food innovation

Dal 9 all'11 novembre 2019, in una delle sedi più prestigiose di Roma, La Nuvola di Fuksas, prenderà il via l'edizione numero sette di una manifestazione ricca di contenuto e di storia, ormai un riferimento nel panorama romano e nazionale che per tre giorni celebrerà le eccellenze enogastronomiche italiane e i suoi protagonisti, esaltandone gli elementi chiave come creatività e sostenibilità, cultura e economia, innovazione e sperimentazione. Excellence 2019, evento creato da **Pietro Ciccotti di Excellence magazine**, vuole diventare la culla imprenditoriale del food&wine; tra cooking show, tavole rotonde, degustazioni, talk show e incontri B2B (business to business) e B2C (business to consumer), saranno numerosi gli eventi in agenda rivolti ai professionisti e agli appassionati per valorizzare la qualità del made in Italy e approfondire importanti temi di attualità settoriale.

Protagonisti indiscussi, naturalmente, i **grandi chef del panorama nazionale,** stellati Michelin in testa, gli imprenditori Food&Beverage e i ristoratori. Tutto ciò sarà affrontato girando attorno al perno del tema principale che quest'anno sarà la fiducia.

I protagonisti saranno suddivisi in varie aree, come: Next Cooking Lazio (cooking show a 4 mani con cuochi e prodotti del Lazio), Food Innovation (cooking show con chef stellati) ed Excellence Academy (cooking show con chef docenti di Coquis e di altre scuole di cucina di Roma), oltre alla We Love Tasting, dedicata al vino, e alla Evoo School per raccontare e far conoscere realtà riguardanti l'olio d'oliva.

Precedentemente alla manifestazione c'è stata la **consegna dei premi Excellence 2019** dedicati a personaggi, eventi e aziende che si sono distinte nella promozione territoriale durante l'anno appena passato. I premi "Food Experience 2019"e "Una sala con Carattere 2019" saranno invece consegnati durante i tre giorni presso il Centro Congressi La Nuvola.

Appuntamento quindi a Excellence 2019 per scoprire i premi e i premiati della settima edizione. **www.excellencemagazine.it** o **www.excellenceroma.it**

Pizza Awards 2019 all'interno di Excellence

All'interno di Excellence 2019, per la sola giornata finale dell'11 novembre dalle 15:00 alle 17:00, si terrà anche Pizza Awards 2019, gli oscar della pizza e delle pizzerie d'Italia. Ideato da **Fabio Carnevali di Mangia&Bevi** in associazione, da quest'anno, con **Vincenzo Pagano di Scatti di Gusto**, i Pizza Awards Italia vogliono contribuire ad accendere i riflettori sulle eccellenze della pizza italiana e sui suoi più valenti rappresentanti, offrendo un giusto riconoscimento a quelle attività e quegli operatori del settore che si sono distinti durante gli ultimi 12 mesi.

Protagonista della serata e dei premi ovviamente sarà la pizza come prodotto alimentare e sarà giudicata su parametri "classici" come materie prime, impasti, condimenti e digeribilità, ma anche su fattori come tradizione, creatività, innovazione e attenzione verso diete particolari e intolleranze. **100 le pizzerie in gara** provenienti da tutto lo stivale. Il panel di giurati è composto da circa 200 dei più autorevoli giornalisti gastronomici italiani con particolari competenze per il mondo della pizza, e dai più importanti esperti di pizza in Italia.

Altri elementi di giudizio saranno l'ambiente, il servizio di sala, la carta delle birre o dei vini, che saranno premiati con i riconoscimenti speciali assegnati dalla giuria tecnica, dai media partner e dagli sponsor.

Pizza Awards Italia è l'unico riconoscimento di tutta la stampa nazionale specializzata che premia un'eccellenza tutta italiana. Saranno assegnati 35 premi nelle categorie principali, oltre alla Miglior Pizza

d'Italia, ci saranno i premi Miglior Pizza Tradizionale, la Miglior Pizza Contemporanea, la Miglior Nuova Apertura, la Miglior Pizza Regionale (una per ognuna delle 20 regioni). Due i premi assegnati ai migliori pizzaioli d'Italia: Miglior Pizza Chef Uomo, Miglior Pizza Chef Donna. Saranno assegnati inoltre dei premi speciali: Miglior Pizza Napoletana, Miglior Pizza Romana, Miglior Pizza Canotto, Miglior Pizza Fritta, Miglior Pizza Bio, Miglior Pizza Senza Glutine, Miglior Design, Miglior Comunicazione Digitale e Miglior Carta Vini e Birre, riconoscimento quest'ultimo assegnato in collaborazione con l'associazione Noi di Sala. www.pizzaawards.it

Mercato Mediterraneo 2019: la fiera dei prodotti agroalimentari e del mediterraneo

Dal 9 al 12 novembre il complesso della Fiera di Roma, dal quale è organizzato, apre le porte e fa ripartire Mercato Mediderraneo; per la sua terza edizione la manifestazione, da quest'anno all'interno del progetto Roma Food Exhibition, punta sulle produzioni tipiche, fusione di **tradizioni, cibo e culture del Mare Nostrum** in un'ottica di relazioni, scambio di idee e opportunità di business tra aziende espositrici e buyer nazionali e internazionali. Il tutto senza mai perdere di vista l'importanza di incentivare il dibattito aperto sul tema dei popoli che condividono lo stesso mare al fine di gettare nuovi basi di sviluppo e pace.

In questa edizione verranno esplorati i temi della sostenibilità, in agricoltura e non solo, le sfide del settore ittico, l'intera filiera dell'olio extravergine di oliva, i nuovi sviluppi commerciali. Non mancherà lo spazio per la formazione con seminari e master.

Il concept di Mercato Mediterraneo sarà **AgroFoodMed** che si svilupperà su sei importanti temi:
• 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 destinata alla bevanda più amata al mondo, dove si alterneranno i racconti delle torrefazioni artigianali, compreso quello dello storico Caffè Florian di Venezia (la prima caffetteria in Italia)
• 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.

Incontri educational, presentazioni, show-cooking, iniziative speciali completano l'offerta per gli espositori di Mercato Mediterraneo 2019. Per info e programma **www.mercatomediterraneo.it**

Food Roma La Nuvola

Excellence Roma, food exhibition

Fino a lunedì 11 novembre 2019

Da sabato 9 a lunedì 11 novembre, il **Roma convention center La Nuvola** ospita per la prima volta ***Excellence, Roma food exhibition***, arrivata alla settima edizione.

Una tre giorni quella di *Excellence* che, come da tradizione, accenderà i riflettori sui grandi temi del **made in Italy enogastronomico** e sui suoi protagonisti, con cooking show, tavole rotonde, degustazioni, talk show, incontri B2B e B2C, ma anche cuochi e realtà aziendali del settore a livello nazionale e non solo. Senza dimenticare enti istituzionali, **scuole di formazione professionale** di sala o di cucina, associazioni d'impresa, buyer, opinion leader, giornalisti, imprenditori F&B, sommelier e ristoratori.

Cento, in particolaregli chef, tra cui molti stellati, protagonisti degli spettacoli di cucina che si svolgeranno in tre aree diverse di *Excellence*: **Next cooking Lazio** (cooking show a 4 mani con cuochi e prodotti del Lazio), **Food innovation** (cooking show con chef stellati moderati da un personaggio *fuori dagli schemi*) ed **Excellence academy** (cooking show con chef docenti di Coquis e di altre scuole di cucina di Roma).

Cento anche le aziende espositrici a *Excellence*, tra **artigiani del gusto** e industriali di qualità, schierati nella struttura congressuale firmata Massimiliano Fuksas, che accoglierà anche diverse cantine vitivinicole italiane, alcune delle quali saranno protagoniste dello spazio **We love tasting**, mentre a fare da punto di ritrovo per l'olio extravergine di oliva sarà l'area **Evo school**, gestita da Coldiretti.

Creatività, **sperimentazione** e **business** sono i tratti distintivi del **calendario di attività** di *Excellence* 2019, che per il secondo anno consecutivo vede come main sponsor PwC (network internazionale leader nei servizi professionali alle imprese). Ma, attraverso un ventaglio di incontri ad hoc che quest'anno si susseguiranno all'interno di tre teatri e nell'area **Excellence cloud** ci sarà spazio anche per l'approfondimento, il racconto e la condivisione di progetti e idee.

Si va dal **Congresso nazionale Apci** (Associazione Professionale Cuochi Italiani) all'evento **Falsi d'autore** curato da Luigi Cremona con gli chef stellati chiamati a riprodurre piatti che hanno fatto la storia della cucina; dalle presentazioni della guida ***Roma nel piatto*** (edita da Pecora Nera) e dell'anteprima della guida ***Roma Doc*** de La Repubblica; dal talk show dedicato ai 100 anni dell'azienda vinicola **La Scolca** alla presentazione del progetto **M'Ama Seeds. Recupero delle antiche colture e delle antiche culture per la salute dell'uomo e del pianeta** (a cura di M'Ama.Art).

https://www.mentelocale.it/roma/eventi/151043-excellence-roma-food-exhibition.htm

Per il secondo anno torna a *Excellence* il contest **Race to the stars** in memoria dello chef Alessandro Narducci (una competizione riservata a giovani chef under 30 nati o residenti nel Lazio e organizzata in collaborazione con la Regione Lazio e Arsial che, dopo le fasi eliminatorie presso la scuola Coquis, si concluderà proprio lunedì 11 novembre in chiusura di Excellence).

Sul fronte delle novità 2019 c'è ancora da annoverare il *fuori salone* **Excellence off**: quattro cene all'insegna dell'alta cucina e dei grandi vini italiani, in programma **da martedì 5 a venerdì 8 novembre** (a pagamento e su prenotazione fino a esaurimento posti) che permetteranno di vivere in anteprima una vera e propria food experience in pieno stile *Excellence*, in compagnia di **quattro grandi chef e dei loro piatti abbinati** a quattro importanti cantine d'Italia (Francesco Apreda – Velenosi Vini; Roy Caceres - Cantine Briziarelli, Cristina Bowerman - Famiglia Cotarella, Daniele Usai - La Scolca).

Guardando ancora al nuovo, ma in un'ottica di progetti sinergici, infine, la settima edizione di *Excellence* in tandem con la terza edizione di **Mercato Mediterraneo** (dal 9 al 12 novembre, Fiera Roma) saranno i *trampolini* ideali per **Roma food exhibition**, il maxi calendario di eventi diffusi legati al Food business italiano e mediterraneo che punta a coinvolgere tutta la città, con l'obiettivo di mettere a sistema manifestazioni di riferimento e fiere di settore per celebrare sotto un unico ombrello l'alta ristorazione e lo straordinario **paniere agroalimentare del Mare Nostrum**.

https://www.mentelocale.it/roma/eventi/151043-excellence-roma-food-exhibition.htm