*Comunicato stampa*

**Fino al 12 novembre, Fiera Roma - padiglione 4 (ingresso gratuito)**

**IL MARE NOSTRUM MOTORE DI SVILUPPO DI TUTTO L’OCCIDENTE  
PRIMA GIORNATA RICCA DI CONTENUTI PER LA TERZA EDIZIONE DI MERCATO MEDITERRANEO**

**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.

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

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

Info e programma: www.mercatomediterraneo.it

Ingresso: gratuito

Registrazione operatori: www.mercatomediterraneo.it/registrazione/

Orari:

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

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

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

Stefano Carboni +39 335 5277431 – [stefano.carboni@mglogos.it](mailto:stefano.carboni@mglogos.it)

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

**Fiera Roma – Ufficio stampa**

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

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

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