

Comunicato stampa n. 19 del 30/10/2015

XVIII edizione della Borsa Mediterranea del Turismo Archeologico
“Non più solo Pompei e Caserta, la Campania ha tanto altro da offrire”
A Paestum il nuovo direttore del polo museale della Campania, il suo progetto
Il Salone espositivo, gli slogan della BMTA

Non più solo Pompei e Reggia di Caserta, ma tutte le destinazioni della Campania, in un unico itinerario, per un unico obiettivo di sviluppo e di crescita. Sfida, responsabilità, sistema, sono le parole-chiave del Direttore del Polo museale della Campania, Mariella Utili, che ha un progetto ben preciso: “Non trascurando l’aspetto della sinergia tra turismo e cultura – ha spiegato a margine del convegno sullo sviluppo delle destinazioni del Sud Italia – bisogna fundamentalmente cercare di individuare i target e fare in modo che i grandi attrattori, che sono indubbiamente gli scavi di Pompei e la reggia di Caserta, non schiaccino, oscurino, tutto ciò che c’è sul territorio, ma facciano da traino perché in Campania c’è tanto da visitare”.

Grande confronto oggi a Paestum, per la XVIII Borsa Mediterranea del Turismo Archeologico, tra i nuovi direttori dei Poli museali del Sud Italia: Lucia Arbace per l’Abruzzo, Angela Tecce per la Basilicata e proprio Mariella Utili per la Campania. La Basilicata è stata presentata come esempio virtuoso dai dirigenti MiBACT Manuel Guido e Francesco Tapinassi, attraverso il racconto del dirigente Apt Mariano Schiavone.

Lo slogan conta. Nell’epoca della comunicazione veloce 2.0 ancora di più vale il messaggio sintetico ed efficace. Alla XVIII Borsa Mediterranea di Paestum ne abbiamo una esemplificazione nei motti che accompagnano i vari stand del Salone espositivo. La Sicilia si presenta in inglese, all’insegna del “così tanto”: **so much colour, so much nature, so much light, so much history, so much wonder, so much magic.** La Calabria si offre al pubblico con un classico quanto intrigante: **“Terra che seduce”.** Il Lazio è la regione italiana ospite ufficiale e ha scelto come sottotitolo per illustrare il complesso delle proprie bellezze archeologiche, storico-artistiche e paesaggistiche l’evocativo slogan **“Eterna scoperta”.** L’India è invece il Paese Ospite e si presenta con semplice ed efficace **“Incredible !ndia”**, col punto esclamativo a dar più forza alla I maiuscola. Tornando nel bacino del Mediterraneo, troviamo l’isola di Cipro che compendia la propria proposta culturale con un più sofisticato: **“Dal culto del sole ai luoghi di culto in un batter d’occhio”.** Più diretti appaiono gli slogan usati dall’isola di Malta: **“Più culture da conoscere. Più storia. Più autenticità”.** E ancora: **“Più fondali da scoprire”**, in sintesi: **“Malta is more”.** La Toscana, quando si parla di archeologia e storia, non può che essere “Terra d’Etruria” o, nella variante, **“Terre degli Etruschi”**, il popolo che ha sperimentato tanti secoli fa “la gioia di vivere e la gioia di creare”, come recita una delle frasi impresse sulle pareti del padiglione dedicato alla regione. La Fondazione Aquileia fa conoscere l’antica e importante città friulana di epoca romana con questa frase: **“Frammenti di passato, tracce di futuro”.** Mentre la città di Aosta, all’interno dello stand della Valle d’Aosta, è **“Un museo a cielo aperto”.** Il comune di Ascea, la patria dei filosofi Parmenide e Zenone con l’antica Elea-Velia, si mostra anche come **“Un mare di emozioni”.**

Incuriosisce l'intestazione ("In volo su Priolo") in alto al piccolo stand di Priolo Gargallo, l'antica Thapsos, in provincia di Siracusa. I piccoli centri calabresi di Nicotera e Soriano, nel vibonese, si presentano insieme con la dicitura "Scorci d'arte".

La XVIII edizione della **Borsa Mediterranea del Turismo Archeologico**, ideata e organizzata dalla Leader srl, evento culturale divenuto negli anni punto di riferimento non solo per gli addetti ai lavori ma anche per gli appassionati di archeologia e del turismo culturale, **si svolgerà a Paestum dal 29 ottobre al 1 novembre 2015**. La Borsa declinerà un'offerta culturale di primissimo piano, che lo scorso anno ha attratto **nell'area archeologica della città antica** oltre 10.000 visitatori.

La BMTA, con **100 espositori di cui 20 Paesi Esteri (Paese Ospite l'India, Regione Ospite il Lazio) e 30 buyers europei selezionati dall'Enit**, presenta l'unico salone espositivo internazionale dedicato alla promozione del turismo archeologico e l'unico Workshop b2b al mondo a svolgersi in un museo archeologico.

Fiore all'occhiello della Borsa è **ArcheoVirtual**, la Mostra di archeologia virtuale realizzata in collaborazione con l'**Istituto per le Tecnologie Applicate ai Beni Culturali del CNR**: attraverso alcune originali produzioni virtuali (tra cui il Labirinto di Versailles, il Foro romano di Augusto, l'Oppidium di Numancia e l'applicazione KIVI), i visitatori saranno catapultati nell'antichità, vivendo un'esperienza affascinante, unica ed originale.

Per ulteriori informazioni: www.bmta.it

Ufficio stampa Leader srl
comunicazione@leaderonline.it
089/253170