

*La sfida di Bmta: la cultura deve creare appeal*

## Musei e operatori: sinergia virtuosa

Si è chiusa nel segno di una possibile alleanza strategica tra il rinnovato management del sistema museale italiano e il tour operating, la 18ª edizione della Bmta, Borsa Mediterranea del **Turismo Archeologico**, che si è tenuta a Paestum con la partecipazione di oltre 10mila visitatori ed un workshop operativo che ha visto coinvolti circa 30 buyers da tutta Europa.

Per il direttore **Ugo Picarelli**: «È stato rilanciato il brand Italia attraverso i suoi punti di maggior appeal, cultura ed enogastronomia. Ma i due fatti nuovi scaturiti dalle decisioni del Mibact, ovvero la direzione generale dei musei e l'affidamento a veri e propri manager di 20 siti museali da gestire come aziende, hanno aperto un nuovo corso nella valorizzazione e commercializzazione turistica di questi luoghi che sono forti attrattori culturali».

E su queste sfide che si è concentrato uno dei momenti più interessanti della borsa, ovvero il confronto con le associazioni di categoria, dove si sono gettate le basi per una sinergia virtuosa tra pubblico e privato.

Nello specifico sia **Vincenzo Schiavo** di Assoturismo (Confesercenti) che **Serafino Lo Piano** (Federturismo) hanno manifestato la piena disponibilità degli operatori turistici ad avviare un costruttivo dialogo con il nuovo sistema museale italiano, evidenziando quali sono le priorità operative.

A.L.



Ugo Picarelli