

COMUNICATO STAMPA

XVI Borsa Mediterranea del Turismo Archeologico

I buyer israeliani alla ricerca di destinazioni del Sud Italia

Ecco gli affari che si stanno facendo tra i reperti archeologici del Museo di Paestum

Tutti i dati di buyer e seller e le prime idee di pacchetti turistici

De Caro: “Magazzini stracolmi di materiale che non si può vedere”, la necessità di innovare i musei, Campanelli: “Adesso sono repellenti”

Siusy Blady e Patrizio Roversi “vendono” la piccola Italia alla Cina

Viviano Domenici ha presentato il libro anti-spacciatori di misteri

Arrivano da Belgio, Francia, Germania, Olanda, Spagna, Svizzera, Irlanda, Regno Unito e persino da Israele. Sono i buyer giunti a Paestum per incontrare gli operatori turistici provenienti da tutto il mondo, 250 tra enti turistici e hotel, agenzie di viaggio, consorzi, aziende agrituristiche. La novità di questa edizione della Borsa Mediterranea del Turismo Archeologico di Paestum è la evocativa sede in cui si svolgono le trattative, ossia tra i reperti archeologici dello straordinario Museo, famoso soprattutto per la “Tomba del tuffatore”. Altra novità sono i dieci buyer israeliani alla ricerca da sempre di “tutte le destinazioni” soprattutto Europa e Usa, ma da qualche anno sempre più interessati a Paestum e incantati dagli scavi e dalla maestosità dei templi. Sono 4.387.200 i turisti israeliani che girano il mondo, di questi ne sono arrivati in Italia, soggiornandovi almeno una notte, ben 492mila nel 2012.

Tra le destinazioni che preferiscono, l'Italia è al quarto posto, le regioni italiane che finora hanno privilegiato sono il Lazio, la Lombardia e il Veneto. Da Tel Aviv, Ashkelon, Mevaseret Zion Givaataim, Migdal Haemek, e anche Gerusalemme, cercano hotel a tre, quattro e cinque stelle, sale congressi, eventi sportivi, itinerari religiosi, fiere, ville in campagna, tour culturali ed enogastronomici, ma anche mare e città. In particolare, la compagnia Eshet di Tel Aviv è alla ricerca di destinazioni del Sud Italia, in estate e in inverno, stagioni che loro privilegiano.

Le regioni italiane più richieste dai buyer presenti a Paestum sono ancora quelle del nord: il Veneto per l'Austria, l'Olanda, la Svizzera e la Francia, la Lombardia per il Belgio, il Trentino Alto Adige per la Germania, il Lazio per Israele, Regno Unito e Spagna.

I Paesi europei più richiesti sono l'Italia per la Svizzera, la Francia per il Belgio e per la Spagna, la Spagna per la Francia, il Regno Unito e la Germania, il Regno Unito per Israele, la Germania per l'Olanda.

Le idee maturate nella giornata di trattative sono tante, nascono già dei pacchetti turistici.

Qualche esempio: un percorso di degustazione abbinato alle rovine archeologiche, un pacchetto di almeno cinque giorni tra buon mangiare salernitano e i siti principali, come ci illustra il General Manager di *Emozioni*, uno dei migliori tour operator del Belgio con i 30 buyer selezionati dall'Enit presenti alla Borsa, decisi a puntare sui luoghi dell'evento già dal prossimo catalogo approntato per il loro mercato. Un mercato interessante, soprattutto per la stagionalità. Un pacchetto simile quello di *Discovering Italy*, tour operator inglese “specializzato nell'Italia vera”, come ha spiegato il suo direttore a Paestum, perché alla ricerca anche di siti minori, meno blasonati e circondati da un territorio ancora legato alle tradizioni locali.

Il museo del futuro dovrà necessariamente essere sempre più virtuale, perché l'ininterrotto riaffiorare dei reperti di antiche civiltà fa apparire nettamente inadeguati gli spazi fisici a disposizione. Al workshop di *ArcheoVirtual*, la rassegna delle nuove applicazioni robotiche e tecnologiche legate alla fruizione dei beni culturali il direttore generale Iccrom, **Stefano De Caro**, rivela che i magazzini “sono stracolmi” di materiali archeologici che non potranno mai essere esposti. “L'archeologia preventiva, legata ai cantieri delle grandi opere infrastrutturali, riguarda ormai il 95% degli scavi. Solo lungo la linea dell'Alta Velocità Napoli – Roma è venuta alla luce una Città del Coccio, mentre nel cantiere della nuova stazione Tav di Afragola sono riaffiorati i resti di antichi villaggi micenei. Per non parlare delle stazioni della metropolitana di Napoli. Reperti che, senza le opportunità offerte dalle nuove tecnologie, il grande pubblico non vedrebbe mai”. Per il Soprintendente ai beni archeologici di Salerno, Benevento, Caserta e Avellino, **Adele Campanelli**, l'archeologia virtuale deve rendere più attraenti musei che sono “repellenti, perché respingono, non accolgono. Allo stato – ha detto la Campanelli – i nostri musei sono visitati solo dal 10%

Ideazione e Organizzazione

del loro pubblico potenziale”. Nello stesso tempo, le nuove tecnologie devono favorire “l’effetto coinvolgimento. Non è di effetti speciali che abbiamo bisogno, ma di una nuova concezione del museo costruito sulla metafora e pensato come ipertesto. I nostri visitatori devono essere invogliati ad andare oltre”. Alla tavola rotonda, moderata dalla giornalista **Alessia Maccaferri**, coordinatrice dell’inserito Nova de Il Sole 24 Ore e introdotta da **Riccardo Pozzo** direttore del Dipartimento di Scienze Umane e Sociali e Patrimonio del Cnr, sono intervenuti **Andrea Ettore**, Direzione Generale per la Valorizzazione del Patrimonio Culturale del MiBACT, il responsabile europeo di Nvidia leader mondiale in tecnologie di Visual Computing, **Edmondo Orlotti**, che ha presentato alcune nuove applicazioni già sperimentate con successo in diversi musei europei, **Augusto Palombini**, archeologo, ricercatore dell’Istituto per le Tecnologie Applicate ai Beni Culturali del Cnr.

A “vendere l’Italia alla Cina” ci penseranno invece i più celebri “Turisti per caso” italiani, **Syusy Blady** e **Patrizio Roversi**, protagonisti del primo Incontro della giornata nella splendida Basilica Paleocristiana. La coppia ideatrice e produttrice del programma “Slow Tour”, andato in onda questa estate da giugno a settembre la domenica alle 13 su Rete 4 con risultati di audience sempre importanti (800mila spettatori di media), hanno anticipato a Paestum che è in corso una trattativa con il primo canale di Stato cinese per trasmettere dal prossimo anno il loro format, che potrebbe andare in onda già dal 2014 in 120 puntate. In anteprima alla Borsa hanno mostrato i primi promo realizzati: racconti tematici dei siti principali e i luoghi più suggestivi dell’Italia minore, dalla Villa del Palladio ad Assisi e Norcia, dalla Motor Valley emiliana all’Isola di Montecristo. Un’idea della Blady, come ha raccontato lei stessa alla Borsa, “per mostrare a chi non lo conosce proprio il vero spirito italiano. Ho sempre pensato che bisogna andare da loro, all’estero, per attrarre i turisti stranieri: detto fatto, sono partita e ho preso i contatti giusti, conquistandoli con lo stupore che suscita il made in Italy e spiegando loro che è tutto frutto della nostra storia, anche della nostra vera mitologia che va recuperata. Ormai si sa meno di Cerere che di Harry Potter”.

Di buona conoscenza ha parlato anche **Viviano Domenici** presentando al pubblico della Borsa “C’è qualcuno là fuori?” scritto insieme alla compianta **Margherita Hack**.

“Un libro in cui ho riversato la rabbia verso gli spacciatori di misteri che imperversano in tv e che anebbiani i cervelli con imbrogli fantascientifici”, ha detto il giornalista e scrittore che ha naturalmente dedicato parte del suo intervento al ricordo dell’astrofisica e divulgatrice scientifica italiana “che ha sempre detto di guardare in faccia alla realtà”. A Domenici, autore versatile per anni a capo delle pagine culturali del Corriere della Sera, il direttore della Borsa **Ugo Picarelli** ha consegnato il Premio Paestum Archeologia “per l’apporto dato alla vitalità delle pagine culturali del quotidiano diventate, grazie a lui, punto di riferimento non solo per gli intellettuali ma anche per i lettori desiderosi di approfondire anche i temi dell’archeologia”. “Un Premio inaspettato ma più che gradito – ha detto Domenici – dal momento che Ugo Picarelli mi fece partecipe della nascita dell’idea di questo evento, quasi vent’anni fa, e fa molto piacere vedere oggi come quella idea si sia sviluppata con successo. Per me questo Premio ha un valore in più”.

Per ulteriori informazioni: www.bmta.it

Ufficio stampa Leader srl
comunicazione@leaderonline.it

Paestum, 16 novembre 2013