

La fiera

# Turismo archeologico, diecimila visitatori alla Borsa

**Cala il sipario sulla kermesse  
Contatti con 250 buyers  
Vince la location tra i Templi  
Paola Desiderio**

PAESTUM Guardando il tempio di Cerere, proprio accanto alla tendostruttura, soprattutto di notte, illuminato da un suggestivo gioco di luci, in molti se lo sono chiesto: come mai fino ad ora nessuno ci aveva pensato? Per la Borsa Mediterranea del Turismo archeologico non ci poteva essere location migliore dell'area archeologica di Paestum. Per la prima volta i visitatori, anziché doversi spostare a bordo di navette, hanno semplicemente dovuto fare qualche metro in più, dopo aver visitato gli stand e osservato il patrimonio archeologico attraverso immagini e filmati, per vedere dal vivo gli splendidi templi che i Greci hanno lasciato come loro eredità. Si è fatto di necessità virtù: il venir meno di una parte dei finanziamenti ha imposto la scelta di una location alternativa che alla fine si è rivelata anche la più indicata.

Si riparte dunque dall'edizione 2013, dai numeri più che positivi (10 mila presenze tra zona archeologica, basilica e museo) e ci si proietta verso il futuro ripartendo, appunto,

dalla nuova location. L'edizione 2013 segna il giro di boa. È stata l'occasione per riflettere sull'importanza di un evento che riunisce ogni anno i più importanti esperti del settore archeologico. È stato il momento per capire dove e come migliorare ancora. «La scelta del sito Unesco ha fatto rivivere in maniera straordinaria l'antica Poseidonia e l'antica Paestum - ha detto il direttore Ugo Picarelli - Questo mette in condizione la Borsa di approfondire la valenza internazionale che già persegue ma che ha ancora ampi spazi di divulgazione in tutto il mondo».

Tra enti turistici, hotel, agenzie di viaggio, consorzi, aziende agrituristiche sono stati 250 gli operatori turistici che a Paestum hanno incontrato buyer provenienti da Belgio Francia, Germania, Olanda, Spagna, Svizzera, Irlanda, Regno Unito e Israele. Ma la Borsa deve anche promuovere il territorio che la ospita, Paestum e gli altri attrattori della provincia di Salerno, proiettandosi verso l'esterno. «Bisogna migliorare il dialogo internazionale e promuovere le nostre destinazioni turistiche attraverso la valorizzazione del patrimonio culturale. Abbiamo i protagonisti più impor-

tanti, come il segretario generale dell'Organizzazione mondiale del Turismo Taleb Rifai e il consigliere speciale del direttore generale Unesco Mounir Bouchenaki ma il " marchio Borsa" deve entrare nei contesti più variegati, come organismi culturali, in più paesi possibili. È possibile farlo attraverso media partner come mezzi per divulgare il nostro evento. Lavorando in sinergia con enti e operatori, utilizzando il patrimonio culturale come mezzo di conoscenza per la promozione del territorio».

L'idea è di portare la Borsa attraverso i suoi eventi, come l'Archeo Virtual, all'interno di importanti appuntamenti culturali nel mondo, di promuoverne la divulgazione in collaborazione con le più importanti riviste di settore che ogni anno partecipano alle quattro giorni di Paestum. A dispetto di altri settori che stanno subendo gli effetti della crisi economica, il settore museale nell'ultimo anno ha registrato un incremento del 5%. Un aumento di visite che a Paestum va anche oltre la media nazionale, come ha spiegato la soprintendente ai Beni culturali Adele Campanelli, dove l'incremento è stato del 6%, anche grazie alle aperture serali effettuate l'ultimo sabato di ogni mese.



**Ospiti Studentesse in visita  
alla Borsa del turismo archeologico**

## La strategia

Il direttore  
Picarelli  
«Saremo  
più presenti  
nei circuiti  
culturali  
mondiali»

