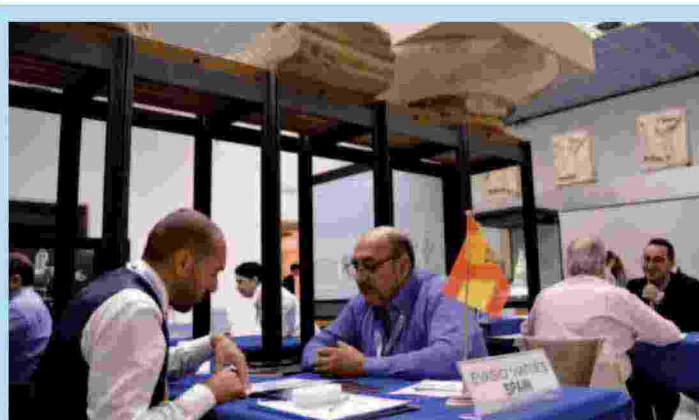


## BORSA MEDITERRANEA DEL TURISMO A PAESTUM

### Non solo Pompei per i tour operator Il Cilento è sempre più "quotato"

**PAESTUM.** Non c'è solo Pompei nei programmi dei tour operator stranieri. Per gli austriaci di E. K. Reiserburo e Reisen ed i quattro operatori inglesi c'è anche il Cilento con Paestum e la Certosa di Padula. Oltre Napoli con il suo centro storico, olandesi e spagnoli preferiscono l'area archeologica vesuviana, prima di fare una puntatina in una delle isole del golfo partenopeo. Pronti a vendere e promuovere il prodotto Italia, nel Mezzogiorno e la Campania, sono stati i buyers esteri che ieri alla Borsa mediterranea del turismo archeologico hanno incontrato oltre cento operatori nel corso del workshop promosso in collaborazione con l'Enit; un incontro tra domanda internazionale e l'offerta italiana del turismo culturale. Sono venuti a Paestum alla ricerca delle migliori opportunità d'affari per i propri mercati, in particolare per la Campania, oltre che per vedere e testare il prodotto che venderanno. «La Borsa ha confermato la sua caratterizzazione internazionale, attraverso le iniziative dedicate agli accadimenti funesti di Tunisi, al Museo del Bardo, e di Palmira con l'istituzione dell'International Archaeological Discovery Award "Khaled al-Asaad", premio intitolato al direttore del sito archeologico di Palmira che ha pagato con la vita la difesa del patrimonio culturale. Un ricco contenitore dunque - ha commentato Ugo Picarelli, direttore della Bmta - dove si spazia dal dialogo interculturale, alla valorizzazione del patrimonio e la promozione delle destinazioni turistiche. Inoltre, il workshop tra la domanda selezionata dall'Enit e l'offerta del turismo culturale, unico incontro b2b al mondo a svolgersi in un museo archeologico: l'obiettivo è recuperare la domanda turistica europea, con trenta buyers esteri provenienti da Austria, Belgio, Francia, Germania, Gran Bretagna, Irlanda, Olanda, Spagna, Svizzera. L'obiettivo è recuperare tedeschi, francesi ed inglesi, trascurati in passato a favore dei nuovi mercati di Cina e Russia». C'è chi punta sulla cucina, sulla natura e su un tipo di turismo lento, come hanno spiegato Sonia Litterio del tour operator svizzero "Sicilia e Più" e Renato Fantoni dell'inglese Hps Hotel&Reservation e chi invece, come Freddy Bijn di B'Tours (Belgio) auspica un miglioramento dei collegamenti tra le varie località della Campania. Ieri, comunque, nel corso dei vari eventi in programma, gli operatori del settore hanno stato ribadito che le sole risorse finanziarie non sono sufficienti a consentire processi di valorizzazione del patrimonio culturale del Sud e della Campania. Serve la capacità di utilizzare appieno tutte le risorse, indirizzandole verso percorsi di sviluppo coerenti con il territorio, capaci di dare occupazione e ricchezza. Tenuto conto soprattutto che se il turismo culturale genera in Italia 105,4 euro di prodotto interno lordo e presenta un valore pari ad oltre il 38% in più del dato balneare (dati Srm) in Campania tale valore aumenta a 109,40 euro. Un dato che deve far riflettere gli amministratori locali.

**EDUARDO CAGNAZZI**



— I buyers alla Borsa del turismo archeologico a Paestum

