

Speciale

BMTA 2021 A PAESTUM

a cura di Luciano Pignataro

La XXIII edizione della Borsa Mediterranea del Turismo Archeologico dal 25 al 28 nella sede dell'ex tabacchificio restaurato Sul piano internazionale c'è la candidatura al Consiglio d'Europa dell'itinerario "Mediterranean Underwater Cultural Heritage" A livello nazionale la mobilità sostenibile con le auto elettriche nei Parchi. Sul versante locale il Cilento attira tutte le attenzioni

Tre progetti già in cantiere

Emanuela Sorrentino

Tre prospettive emergeranno dalla prossima edizione della Borsa Mediterranea del Turismo Archeologico di Capaccio Paestum, in programma nell'ex Tabacchificio in località Cafasso dal 25 al 28 novembre. Quella internazionale (sul turismo archeologico, soprattutto quello subacqueo), la nazionale (mobilità sostenibile) e la locale (cultura del territorio cilentano).

La prospettiva internazionale vede la candidatura al consiglio d'Europa dell'itinerario "Mediterranean Underwater Cultural Heritage". Un'occasione per la valorizzazione del patrimonio culturale come sottolinea Paolo Giulierini, direttore del Museo Archeologico Nazionale di Napoli. «Mentre costruisce una sezione permanente legata al Mediterraneo, sulla scorta dei risultati della mostra Thalassa, il Mann promuove insieme ad altri siti campani come il Parco Archeologico dei Campi Flegrei, una rete dei centri di archeologia subacquea del Mare Nostrum. Si intende creare un itinerario di valore europeo, promuovendo una nuova forma di turismo esperienziale legata ai siti dell'archeologia subacquea e creando una rete di musei che ne possono costitui-

re i centri di approfondimento. Una sottile linea blu attraverserà tutto il Mediterraneo».

Fabio Pagano, direttore del Parco Archeologico dei Campi Flegrei spiega che «il prossimo anno ricorreranno i venti anni dall'istituzione dell'area marina protetta di Baia, il nostro Parco archeologico sommerso che è ora un luogo attivo nella ricerca, nella conservazione e nella narrazione di uno dei più importanti siti archeologici sommersi del mondo.

È anche un luogo che ha determinato un'occasione di sviluppo economico per il territorio coinvolgendo operatori privati, che collaborano con il Parco. Quest'ultimo, gestore dell'Area Marina Protetta di Baia deve rivestire un ruolo di primo piano nella candidatura dell'itinerario culturale europeo dando forza al passato e sostegno ad una strategia di sviluppo sostenibile».

Per la prospettiva nazionale, tra le iniziative, quella che sarà sviluppata nei Parchi Nazionali e che vedrà l'introduzione di auto elettriche per la mobilità sostenibile in raccordo con le stazioni servite dai treni regionali, partendo dal locale Parco Nazionale a cura di Aci e Trenitalia con Federparchi, Confagricoltura, Legambiente, Touring Club. «Si tratta - precisa Tommaso Pellegrino, presidente Parco Nazionale del Cilento,

Vallo di Diano e Alburni - di uno dei progetti volti a favorire la mobilità sostenibile in questo caso elettrica verso i luoghi di arrivo turistici coinvolgendo le stazioni ferroviarie. Bisogna poi far sì che progetti come questo abbiano piena attuazione: è necessario dotare ciascuno degli 80 comuni del Parco del Cilento di colonnine per la ricarica dei mezzi elettrici, cosa che siamo stati tra i primi a fare. Abbiamo poi un progetto di bike sharing con pedalata assistita già finanziato perché solo così si attuerà un turismo sostenibile e si svilupperà un'economia legata anche a nuovi investimenti».

"Il Cilento in Prospettiva" è il progetto nato dall'incontro di studi ed esperienze sul territorio. Ludovica Grompone, direttrice del Museo Mig Mamei e socia del Comitato Regione Campania dell'associazione Italiana Giovani per l'Unesco lo ha curato con Valentino Piccolo e Angela D'Angelo. Il titolo omaggia l'opera "Il Regno di Napoli in Prospettiva". «Il Cilento in Prospettiva - spiega Grompone - nasce da una rinnovata attenzione nei confronti della Cultura del Territorio. Quest'ultima scaturisce dalla necessità di attenuare una dicotomia accentuata nel corso del periodo industriale tra città e campagna, che ha portato a un progressivo spopolamento dei nostri territori

favorendo lo sviluppo delle città e dei poli industriali a discapito dei piccoli borghi e delle aree rurali.

Pertanto la costruzione di un modello, che oltre alle richieste dell'industria del turismo sappia rispondere alle più intime necessità delle comunità che vivono tali aree le quali più di altre hanno saputo dimostrare durante la pandemia di saper fronteggiare i periodi di crisi, è oggi quanto mai necessaria». Chiara Ficarra, coordinatrice d'area sud e membro del Coordinamento del Tavolo Rigenerazione Urbana dell'Associazione Italiana Giovani per l'Unesco spiega come «il punto II dell'Agenda 2030 delle Nazioni Unite invita a rendere le città e gli insediamenti umani inclusivi, sicuri, resilienti e sostenibili. Per Rigenerazione urbana intendiamo un processo partecipato che connetta territorio e comunità. Con questa consapevolezza sto coordinando il prossimo evento Aigu del Comitato Regionale Campania. Insieme alla presidentessa Chiara Bocchio, al vicepresidente Luigi Zotta e ai soci delle regioni italiane dialogheremo con istituzioni e organizzazioni: partiremo dallo studio dei territori del Cilento per ideare un modello iterabile che declini sul territorio nazionale le proposte del nostro Manifesto Next Generation You».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



A sinistra, un momento di animazione nel corso della scorsa edizione della Borsa Mediterranea del Turismo

IPROTAGONISTI

«La ripresa c'è ma ora bisogna sfruttare tutte le potenzialità»

► Il turismo è fatto di persone, imprese e servizi offerti. Il terziario è un settore economico che come tutti ha risentito della pandemia. Vito Cinque, vicepresidente Confindustria Salerno, spiega che «rispetto ad altre destinazioni turistiche Salerno con la sua area ha fatto registrare numeri migliori. Ho riscontrato con piacere che in zone in cui si erano evidenziati decrementi ora c'è stato un incremento. Il Cilento - prosegue Cinque - è una destinazione di prossimità che ha retto bene alla mancanza di turisti, a differenza della Costiera amalfitana e delle isole hanno sofferto di più proprio per la

mancanza prima e riduzione poi dei flussi turistici stranieri. Se si vuole avere una crescita turistica vera occorre una nuova politica di lavoro, accordi diversi per non rimanere al palo, e poi bisogna migliorare le scuole di formazione del personale: il back office ha funzionato da remoto ma tanto del nostro lavoro si fa in presenza».

Per Raffaele Esposito, presidente provinciale Confesercenti, si intravede la ripartenza e la ripresa. «La Bmta è un punto importante per il territorio salernitano, bisogna andare avanti e coinvolgere il tessuto economico locale, ma anche

nazionale e internazionale, favorire i flussi da e per la provincia oltre che per la città di Salerno. Ci aspettano anni di investimento per fare formazione e progettualità, risorse e iniziative saranno catalizzate sul territorio soprattutto se aprirà l'aeroporto nel 2023. Il Pnrr servirà ancor più a fare rete per riammodernare un territorio già appetibile».

Giuseppe Gagliano presidente provinciale Confcommercio e Federalberghi Salerno precisa che «una programmazione costante, a lunga veduta, e più considerazione per il settore

sono necessari assieme alla volontà politica di incentivare il turismo. Con le nostre destinazioni di mare e le limitazioni man mano allentate abbiamo lavorato sicuramente più di altre aree. Per le destinazioni montane o le città d'arte è stato più difficile. Servono progetti per destagionalizzare il nostro turismo, creare più eventi a vantaggio di chi voglia investire. Penso alle Luci d'Artista di Salerno: dovrebbero essere un evento, non "l'evento". Oltre al mare, all'enogastronomia, all'archeologia abbiamo potenzialità quasi inesprese, come i piccoli musei dell'area cilentana».

em.so.

Promozione, digitale e infrastrutture Operatori e Intesa San Paolo a confronto

Il turismo archeologico tra gli asset portanti, ma per valorizzarlo occorre una strategia forte e condivisa. Tra i relatori della tavola rotonda sull'industria turistica dopo il Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza **Costanzo Jannotti Pecci**, vicepresidente dell'Unione Industriali di Napoli che fa il punto della situazione sullo "stato di salute" del comparto, analizzando il momento e guardando al futuro. «Speriamo che con le risorse del Pnrr saremo in grado di voltare pagina. La pandemia ha fatto comprendere quanto l'industria del turismo sia necessaria in Italia. E il turismo archeologico è uno degli asset portanti soprattutto nel Meridione. Basti pensare a Pompei, Ercolano, Paestum, alla Sicilia e alla Calabria: è arrivato il momento per elaborare una strategia che

tenga presente i nostri punti di forza. L'Italia non dimentichiamo che ha un'offerta turistica a 360 gradi eppure non siamo nelle prime posizioni del ranking mondiale, ma solo quinti o sestì. Abbiamo un'opportunità imperdibile da cogliere: nei prossimi 10 anni - prosegue Jannotti Pecci - secondo World Tourism Organization, si muoveranno per turismo 2 miliardi di persone, l'Italia ne potrà beneficiare tra il 5 e il 10%. D'altronde è a primo posto come desiderio di viaggio ma il sistema aeroportuale è però inadeguato, così come la campagna di promozione all'estero. Occorre fare di più, valorizzare ad esempio anche tante mete turistiche che ora sono solo stagionali».

Alla tavola rotonda prenderà parte anche **Giuseppe Nargi**, direttore Campania, Calabria e Si-

cilia di Intesa Sanpaolo partner ufficiale della Btma. «La pandemia ha colpito duramente l'intera filiera turistica del Mezzogiorno. Ma già durante quest'ultima estate le imprese campane del settore hanno pienamente sfruttato l'opportunità di ripartire e la Banca le ha sostenute, così come continuerà a fare, offrendo loro tutti gli strumenti necessari per programmare le attività e favorire gli investimenti lungo la direzione del turismo sostenibile a cui abbiamo recentemente riservato un miliardo di euro su scavalca nazionale. Il nostro Gruppo, sin dalle prime fasi dell'emergenza sanitaria, ha messo in campo misure nazionali significative per le aziende dell'industria turistica: un plafond da 2 miliardi di euro a sostegno della liquidità e la possibilità di sospendere fino a 24 me-

si le rate dei finanziamenti in essere. Inoltre con l'accordo sottoscritto con Federalberghi, siglato lo scorso anno, abbiamo ribadito l'impegno nel comparto non solo a livello finanziario ma anche di consulenza per tutti gli associati. Come emerge da alcune analisi sul tema realizzate da Srm, Centro Studi collegato a Intesa Sanpaolo, il settore turistico registra dati importanti ma ancora lontani dal pieno recupero. Occorre lavorare sui punti di debolezza, tra cui l'eccessiva stagionalità del turismo. La Campania ha tutte le caratteristiche per rilanciarsi in questo momento. Alcune trasformazioni imposte dalla pandemia sono destinate a durare: investire ora in digitale, sostenibilità, rafforzamento patrimoniale e diversificazione dell'offerta turistica è essenziale per rimanere competitivi».

em.so.



Costanzo Jannotti Pecci

