

TURISMO

Bmta al via a Paestum dal 27 al 30 ottobre

La XXIV Borsa Mediterranea del Turismo Archeologico (Bmta) si terrà a Paestum, nell'ex Tabacchificio Cafasso, dal 27 al 30 ottobre. Alla XXIV edizione parteciperanno 20 Paesi esteri, 150 espositori, 400 relatori in 100 conferenze in 5 sale in contemporanea.

Quest'anno la Bmta accenderà i riflettori su catacombe e città sotterranee, mete di un turismo esperienziale e sostenibile: antri, caverne, cripte, gallerie, labirinti, realizzati dall'uomo, da scoprire e da valorizzare. L'offerta culturale meridionale attira 8,3 milioni di presenze turistiche l'anno - come rivela uno studio di Srm - l'8% del dato nazionale.

Ierace

- a pagina 17



Archeologia. Sopra, il cantiere di scavo di Canosa in Puglia; a sinistra la edizione XXIII 2021 della Borsa Mediterranea del Turismo Archeologico che si svolge a Paestum



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.



046770

Al Sud solo l'8% del totale del turismo culturale Bmta dal 27 al 30 ottobre

Archeologia Catacombe allo studio

Luigia Ierace

L'offerta culturale meridionale attira 8,3 milioni di presenze turistiche l'anno, l'8% del dato nazionale. Al Sud la domanda turistica culturale è pari appena al 10% del turismo totale (26% in Italia) eppure, il territorio presenta una capacità endogena di ricchezza rilevante, in relazione all'aumento delle presenze turistiche.

Pochi numeri, una sintesi della ricerca intitolata "Archeologia sotterranea: nuove opportunità di sviluppo locale e occupazione per il turismo culturale" curata da Srm (Studi e Ricerche per il Mezzogiorno del Gruppo Intesa Sanpaolo) che sarà presentata, con un intervento del Dg di Srm, Massimo Deandreis, in occasione della Bmta, la XXIV Borsa Mediterranea del Turismo Archeologico (Bmta), che si terrà a Paestum, nell'ex Tabacchificio Caffasso, dal 27 al 30 ottobre.

Insomma, se oggi il turismo culturale è un forte attrattore turistico, è evidente che si tratta di un comparto che potrebbe crescere ancora molto con indubbi effetti positivi sull'economia meridionale. Si pensi - dice la ricerca - che una presenza aggiuntiva sul territorio genera una ricchezza di 70,8 euro di valore aggiunto, ma per il turismo culturale la ricchezza attivata sale a 105,4 euro. Per Srm, inoltre, la destagionalizzazione potrebbe essere una importante opportunità per il Mezzogiorno che ancora concentra l'attività turistica nei mesi estivi.

Sviluppare nuove destinazioni,

facendo rete e dando vita a nuovi itinerari e percorsi che partendo dal Sud possano diventare un attrattore per il Paese e a livello internazionale: è l'obiettivo della Bmta che offre una opportunità di confronto per operatori e policy maker. Alla XXIV edizione parteciperanno 20 Paesi esteri, 150 espositori, 400 relatori in 100 conferenze in 5 sale in contemporanea. Quest'anno la Bmta accenderà i riflettori su catacombe e città sotterranee, mete di un turismo esperienziale e sostenibile: antri, caverne, cripte, gallerie, labirinti, realizzati dall'uomo, sono da scoprire e da valorizzare per l'enorme potenziale economico e attrattivo che possono sprigionare.

«L'Italia - dice Ugo Picarelli, fondatore e direttore della Bmta - non è solo un museo a cielo aperto, ma vanta anche un territorio sotterraneo di inimmaginabile bellezza e unicità, cui si tenta di dare rilievo, tutelandolo e impegnandosi per una corretta fruizione. Di qui l'auspicio che, dopo l'Archeologia subacquea di cui ci siamo occupati nel 2021, l'Archeologia sotterranea, cui è dedicato il focus nel 2022, possa essere al centro di progetti di valorizzazione da parte della Conferenza delle Regioni».

Come valorizzare le mete turistiche culturali? Non è solo una questione di risorse (disponibili nel Pnrr e non solo). Per la crescita e il potenziamento delle mete turistiche culturali, evidenzia Srm, servono anche azioni programmatiche e operative che diano valore e significato all'unicità della destinazione italiana e meridionale. Occorre fare sistema tra i vari attori, innalzare la capacità competitiva delle imprese e promuovere un'offerta turistica basata su sostenibilità ambientale, innovazione e digitalizzazione dei servizi.

Al Sud non mancano gli esempi positivi: in Campania, il programma "Artecard" con i suoi «percorsi sotterranei e grotte naturali» da Napoli sotterranea, al cimitero delle Fontanelle, le catacombe di San Gennaro e San Gaudioso e le grotte di Pertosa e Castelcivita. L'abbinamento tra ambiente naturale, culturale e storico è anche un fattore potente di attrazione e di valorizzazione turistica di aree cosiddette di periferia, come le catacombe di San Gennaro, con effetti positivi anche di natura sociale nel quartiere della Sanità a Napoli. In tutto il mondo cresce l'interesse: dalla Turchia, a Derinkuyu la più grande delle oltre 200 città sotterranee in Cappadocia, all'altro continente, nel Mammoth Cave National Park in Virginia, sito Unesco, all'ipogeo di al-Saflien di Malta.

L'iniziativa della Bmta affonda le radici nel progetto "Catacombe d'Italia" della Pontificia Commissione di Archeologia Sacra. «Mira soprattutto a una nuova valorizzazione di questi monumenti unici nel loro genere e che rimandano alle "radici" non solo religiose ma anche culturali e artistiche dell'Italia e dell'Europa - spiega Pasquale Iacobone, segretario della Commissione -. Una migliore conoscenza, tramite i nuovi media, e una migliore fruizione promuovono le visite che la Pontificia Commissione cura e tutela in tutta Italia». A 200 anni dalla nascita di Giovambattista De Rossi, padre dell'archeologia cristiana, l'interesse è cresciuto. Le tecniche di scavo hanno fatto da apripista per le altre ricerche nel sottosuolo dove c'è tanto da scoprire e si continua a scavare, come in Puglia, a Canosa dove un'equipe di 12 giovani archeologi sta facendo scoperte straordinarie con effetti sul turismo.

Studio di Srm. Focus sulle catacombe già nel Progetto della Pontificia commissione



RIPRODUZIONE RISERVATA

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

046770