

L'intervento

Borsa del turismo

archeologico

«Una bella storia lunga 25 anni»

Ugo Picarelli

E stata e continua a essere una bella storia lunga 25 anni: tra inviti a Palazzo Grimaldi

di dal principe Alberto di Monaco nel 2009 e al Museo di Damasco dalla first lady Asma Al-Assad

in occasione della mostra delle missioni archeologiche italiane organizzata nel 2005;

portando a Belgrado, Baku e Tunisi l'esperienza delle Soprintendenze e dei Musei campani.

A pag. 31

L'intervento

Bmta, dalla precarietà alla consacrazione: una bella storia lunga 25 anni

Ugo Picarelli*

E stata e continua a essere una bella storia lunga venticinque anni: tra inviti a Palazzo Grimaldi dal principe Alberto di Monaco nel 2009 e al Museo di Damasco dalla first lady Asma Al-Assad in occasione della mostra delle missioni archeologiche italiane organizzata in nostro onore nel 2005; portando a Belgrado, Baku e Tunisi l'esperienza delle Soprintendenze e dei Musei campani nella formazione dei funzionari ministeriali di quelle nazioni; relatore a Manama nel 2013, su invito dell'Unwto, al cospetto dei Ministri del Turismo che la celebravano capitale araba del turismo, dove il sito Unesco di Qal'at al-Bahrain, capitale della Cultura Dilmun, risalente al 2600 a.C., offuscava la mia Poseidonia, fondata dai cittadini della città magnogreca di Sibari solo alla fine del VII secolo a.C.

È la Bmta, la Borsa Mediterranea del Turismo Archeologico, che ha nelle sedici sezioni la sua peculiarità di distinzione dalle borse generaliste del turismo. L'intuizione che ebbi nel 1998, anticipando la seduta del Comitato del Patrimonio Mondiale dell'Unesco del 5 dicembre a Kyoto, che iscrisse nella lista Unesco del Patrimonio Materiale dell'Umanità la città antica di Paestum, era stata pensata per accompagnare il processo di valorizzazione del sito, a quei tempi surclassato in termini di notorietà dal brand

della "mozzarella di bufala", e promuovere le destinazioni turistico archeologiche.

L'iniziativa, nasce dunque, nel Mezzogiorno, ove non è facile costruire concreti modelli operativi a favore dell'offerta turistica con particolare riferimento all'attrattiva costituita dal patrimonio culturale: ventidue anni di precarietà tra spazi improvvisati nelle due locali strutture alberghiere più capienti, tra cupole geodetiche e tendostrutture in prossimità del Tempio di Cerere, fino a quando nel 2021 il Comune di Capaccio Paestum (ente promotore con Regione Campania e il Parco Archeologico di Paestum e Velia, che nel tempo avevano raccolto il testimone dalla Provincia di Salerno, sempre con la collaborazione annuale della Camera di Commercio e del Parco nazionale del Cilento, Vallo di Diano e Alburni) in piena pandemia, acquisisce da una curatela fallimentare, riqualificandolo in due mesi e inaugurandolo proprio con la Bmta, l'ex tabacchificio, magnificato tra le maggiori espressioni dell'archeologia industriale della Piana del Sele da Gillo Dorfles, esempio mirabile di come agli inizi degli anni Venti l'iniziativa imprenditoriale, dapprima nel settore ortofrutti-colo, poi con l'introduzione dell'industria del tabacco, abbia rappresentato stimolo per lo sviluppo di insediamenti in quell'area, memoria del lavoro femminile delle "300 tabacchine", utilizzato dalle Forze Alleate quale Quartier Generale

del Comandante Clark in occasione dello sbarco durante il secondo conflitto e, poi, Ospedale militare.

La nuova location, che ospita il salone con 150 espositori provenienti da venti Paesi e un programma conferenze con 150 tra conferenze e incontri e 600 relatori ha rappresentato la consacrazione della Bmta, che comunque gratificata in più edizioni dalla presenza dei vertici di Unesco, Unwto, Parlamento Europeo, Consiglio d'Europa, CESE e da numerosi Ministri del Turismo e della Cultura (Armenia, Azerbaigian, Bahrain, Cambogia, Egitto, Etiopia, Iraq, Libia, Portogallo, Serbia, Siria, Tatarstan, Tunisia, Turchia, Vaticano), si conferma quale best practice internazionale di dialogo interculturale attraverso la valorizzazione del patrimonio archeologico e la promozione delle destinazioni, non solo del Mediterraneo.

Nei quattro giorni il Parco Archeologico di Paestum, a circa mille metri, apre le porte dell'area archeologica e del Museo Nazionale, noto per la Tomba del Tuffatore, con le sezioni dedicate al mondo giovanile e al grande pubblico: formazione e orientamento con le Università (ArcheoLavoro), esperienza con i laboratori di archeologia sperimentale (ArcheoExperience), innovazione tecnologica con la Mostra di Archeologia Virtuale (ArcheoVirtual con le produzioni più significative sulle "nuove intelligenze", legate alle più recenti innovazioni nel campo

della ricerca, dal remote sensing alle applicazioni di fruizione, alle analisi del pubblico); mentre nelle edizioni passate (Incontri con i Protagonisti) hanno fatto visita ai templi dorici meglio conservati al mondo gli archeologi delle grandi scoperte con Paolo Matthiae (Ebla), Ehud Netzer (tomba di Erode), Colin Renfrew (tra preistoria e impe-

gno contro il traffico illecito di beni culturali), Klaus Schmidt (Goebekli Tepe) e i direttori dei grandi Parchi e Musei archeologici (Acropolis, Bardo di Tunisi, Beirut, del Cairo, Marsiglia).

Una opportunità preziosa per gli operatori turistici e culturali, che oltre a incontrare i buyer europei selezionati dall'Enit nel rispetto della denominazione "Borsa" per il suo significato commerciale, possono confrontarsi sulle proposte che la Bmta mette in campo: fare delle stazioni nelle aree interne, ricche di siti archeologici, hub di intermodalità sostenibile al servizio dei viaggiatori con offerta di auto e bike elettriche, itinerari equestri e di trekking; candidare al Consiglio d'Europa un itinerario culturale europeo dei siti archeologici subacquei, partendo da Baia Sommersa alle aree marine siciliane fino a Cesarea Marittima e ad Alonissos; riscoprire l'archeologia sotterranea, partendo dalle "Catacombe d'Italia", il progetto del Cardinale Ravasi su quel mondo segreto, che si svela al pellegrino e al turista con tutta la sua bellezza.

* Fondatore e direttore della Bmta

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

046770