

# Turismo archeologico: cresce l'interesse

Il turismo archeologico registra dati col segno più. Nel Sud l'offerta archeologica ha attirato quasi 11 milioni di persone, il 51% dei visitatori dei luoghi/siti culturali dell'Italia meridionale. Risultati rilevanti che rimettono in circuito nuove energie e offrono uno scenario positivo soprattutto delle regioni meridionali che attraversano una difficile congiuntura sotto il profilo sociale e produttivo **di TiCo**

Roma (nella foto in alto e in basso): il circuito del Colosseo, Foro e Palatino rappresentano i principali attrattori archeologici italiani

**I**n Italia sono quasi 5mila (4.976) i luoghi della cultura aperti al pubblico, tra cui 282 parchi e aree archeologici, 613 musei archeologici e 38 monumenti archeologici. Il 41% si trova al Sud, dato che dimostra il primato dell'Italia meri-

dionale in tema di archeologia. Secondo l'Istat le diverse tipologie di attrattori archeologici (musei, aree e parchi, monumenti) hanno attirato quasi 27 milioni di visitatori. I principali attrattori archeologici italiani sono il circuito romano Colosseo, Foro e Palatino e gli Scavi di Pompei. Seguono a distanza il Museo Egizio di Torino e il Museo Archeologico Nazionale di Napoli. Nel Sud, l'offerta archeologica ha attirato quasi 11 milioni di persone, ovvero il 51% dei visitatori dei luoghi/siti culturali dell'Italia meridionale e anche nel 2018, si sono registrati incrementi delle presenze rispetto all'anno precedente. Pompei è passata da 2,4 milioni a 3,6, il Museo Archeologico di Napoli da 308mila a 617mila, Paestum da 242mila del 2013 a 427mila del 2018, il Museo Archeologico di Taranto da 27mila a 73mila, la Valle dei Templi di Agrigento da 544mila a 935mila. A snocciolare i





dati, alla XXII Borsa Mediterranea del Turismo Archeologico di Paestum, promossa e sostenuta da Regione Campania, Città di Capaccio Paestum, Parco Archeologico di Paestum, è il presidente del Touring Club, **Franco Iseppi** che commenta: «Importante farne tesoro tenendo presente che si è ridotto il numero dei visitatori che si muovono per una sola motivazione, fosse anche quella culturale». Partendo da questa considerazione Iseppi fa sapere che «è possibile realizzare itinerari o reti che comprendano poli archeologici non solo nelle grandi realtà metropolitane, ma anche nei sistemi più diffusi dove prevalentemente sono localizzati i siti archeologici e sottolinea l'importanza di ogni possibile complementarietà con i parchi e aree protette, quale grande risorsa ambientale e importante destinazione turistica, e i piccoli comuni di qualità». A fargli eco il vice presidente **Giuseppe Roma**: «storia, bellezza, cibo, architettura e ambiente sono gli elementi che, ben combinati insieme, creano l'attrattiva di una destinazione turistica». Il turismo archeologico registra un grande successo al Sud e, su questo dato, il professore Roma consiglia: «Mai badare all'interesse immediato, agli introiti facili, ma puntare sempre alla valorizzazione

del territorio; il viaggiatore vuole trovare la città, il borgo, dei cittadini e non del turista». Concorde il vice presidente di Federparchi **Enzo Lavarra**: «il binomio cultura-natura è ormai un bisogno». Intanto da Trenitalia, **Serafino Lo Piano**, responsabile vendite Long Haul ci racconta che «le mete turistiche archeologiche più gettonate, prima fra tutte Pompei, hanno fatto registrare presso le agenzie Trenitalia internazionali un incremento di vendita biglietti dall'estero pari al 24% in generale, e del 54% in particolare verso Paestum, terza località preferita nella speciale classifica. Inoltre, sempre per i turisti stranieri, è stata introdotta da qualche mese la possibilità di acquisto di uno specifico "Trenitalia pass" che, in base alla tipologia di treno scelto, consente di viaggiare a condizioni particolarmente vantaggiose. Nel Sud Italia, ricco di luoghi archeologici di grande interesse storico e culturale, altre mete raggiungibili con Trenitalia e Fondazione FS Italiane e i suoi treni d'epoca, La Valle dei Templi e Porto Empedocle in Sicilia o, addirittura con Frecciargento, Sibari, colonia della Magna Grecia in Calabria».

### La parola ai T.O.

Il turismo archeologico seduce gli stranieri e coinvolge sempre più gli italiani che si mostrano curiosi verso le nuove mete invitando i tour operator a proporre soluzioni alternative. Anche per questo, per la prima volta sono approdati a Paestum,

Pompei è passata da 2,4 milioni di visitatori del 2018 a 3,6 nel 2019



alla Borsa Mediterranea del Turismo Archeologico, tour operator italiani specializzati come DaVinci Travels, Far East Viaggi, I Viaggi di Maurizio Levi, Il Tucano Viaggi Ricerca, Kel12. «Sul piano internazionale è l'Iran la destinazione emergente più richiesta», ci informa **Davide Pierantoni** archeologo accompagnatore de Il Tucano Viaggi Ricerca fondata 40 anni fa da Willy Fassio. «Negli ultimi 15 anni la domanda alla scoperta dell'antica Persia è raddoppiata e anche gli italiani iniziano a richiederla. Il nostro target è intorno ai 50 anni, con una capacità di spesa medio alta, che ha viaggiato molto ed è infor-

Paestum anche la contronarrazione de "I Viaggi di Maurizio Levi" volta ad abbattere gli stereotipi negativi di cui soffrono alcuni Paesi a causa della cronaca passata o recente. «Per fortuna il nostro target è composto da un viaggiatore curioso di esplorare destinazioni insolite e con la nostra formula di tour esclusivi accompagnati da archeologi in grado di condurli in un autentico viaggio alla scoperta delle molteplici sfaccettature dei luoghi», rivela la sales manager **Valeria Bertalero**: «L'Africa, il Medio Oriente e l'Iran sono le nostre destinazioni di punta all'estero, mentre tra i viaggi culturali e archeologici



Il suggestivo sito archeologico di Ercolano

mato; sul versante italiano invece la Sicilia è la più richiesta». **Beatrice Di Tomizio**, senior tour designer DaVinciTravels nell'annunciare un possibile sviluppo di nuove proposte nel Sud Italia ci fa sapere: «Il nostro mercato internazionale è composto principalmente da americani e cinesi che apprezzano il nostro viaggio "The core of Italy" tra Roma, Venezia e le città d'arte toscane, ed è proprio la Toscana la regione più richiesta». Specialista di viaggi archeologici e storico-culturali nel mondo con una mission perfettamente in linea con il format della BMTA volto a favorire il dialogo interculturale, a

in Italia il tour tra Puglia e Matera è il più gettonato, seguito da quello alla scoperta della Magna Grecia tra Calabria e Sicilia». «Preparati e desiderosi di scoprire e vivere la memoria storica delle nostre origini»: descrive così i viaggiatori tipici di Far East Viaggi il manager **Ferdinando Magistrelli**: «I nostri percorsi nel passato, sono molto apprezzati dai turisti della terza età e in generale da un target adulto molto attivo culturalmente, hanno l'obiettivo di favorire l'acquisizione di conoscenza delle culture umane attraverso lo studio delle loro manifestazioni materiali».