

Turismo, alla "Bmta" Camere di commercio al fianco delle aziende

La fiera dal 29 ottobre al 1° novembre. L'educational con buyer nazionali e internazionali per conoscere le destinazioni campane tra Capua e Caserta, Irpinia, Sannio, Salerno e Cilento

Emanuela Sorrentino

Camere di Commercio da sempre al fianco della Borsa Mediterranea del Turismo Archeologico di Paestum, occasione di dialogo tra realtà imprenditoriali, crescita e promozione della filiera turistica in programma a Paestum dal 29 ottobre al 1° novembre. Andrea Prete, presidente di Unioncamere e della Camera di Commercio di Salerno ricorda che «i dati del nuovo Rapporto Unioncamere/Symbola "Io sono Cultura 2026" confermano la straordinaria solidità del Sistema Produttivo Culturale e Creativo, capace di generare oltre 115,8 miliardi di euro di valore aggiunto e di attivare un effetto moltiplicatore che muove circa 310 miliardi di euro complessivi nell'economia nazionale, pari al 15,4% del Pil. La Campania si distingue come prima regione in Italia per crescita di imprese culturali e creative nell'ultimo quinquennio (+12,3%)». Poi entra nel merito di questa edizione della Bmta.

L'IMPEGNO

«La Camera di Commercio di Salerno rinnova con convinzione il proprio impegno a fianco della Borsa Mediterranea del Turismo Archeologico e quest'anno intendiamo evidenziare l'evoluzione dell'Heritage Tech e l'uso critico e strategico dell'Intelligenza Artificiale Generativa. La convergenza tra contenuti storici e nuove tecnologie emergenti, dalla realtà aumentata all'AI fino ai linguaggi interattivi del videogioco e della smart production, rappresenta la nuova frontiera per rendere il patrimonio archeologico accessibile, coinvolgente e proiettato nel futuro, senza mai smarrire la centralità dell'elemento umano e autoriale», conclude il presidente Prete.

Tommaso De Simone, presidente Unioncamere Campania e della Camera di Commercio di Caserta focalizza l'attenzione sulla tappa per buyer internazionali e alcuni giornalisti alla Reggia di Caserta, all'Anfiteatro campano, al Belvedere di San Leucio sito Unesco e al museo Provinciale Campano di Capua, organizzata dall'ente camerale il 28 ottobre prima che i buyer possano raggiungere la Borsa Mediterranea del Turismo Archeologico.

«C'è da sottolineare - spiega De Simone - che il turismo, in senso ampio, non è solo la scoperta di luoghi, ma è una galassia di turismi, come quello enogastronomico o il turismo lento e sostenibile, il cicloturismo, il turismo religioso e tanti altri target a cui fare riferimento. Attrarre nuovi investitori significa tenere fede all'indirizzo della