Ven 30 Ott, 2026

BMTA, a Paestum protagonista l’economia della bellezza la Via Appia leva di sviluppo: turismo, cultura e imprese al centro della strategia di Camera di Commercio e Provincia

Fare della bellezza una risorsa economica concreta, mettendo in rete patrimonio culturale, attrattività turistica e sistema produttivo. È questa la sfida al centro della partecipazione della Camera di Commercio di Frosinone-Latina, dell’Azienda Speciale Informare, e della Provincia di Latina alla XXVIII Borsa Mediterranea del Turismo Archeologico, in corso a Paestum fino al 1° novembre.

La prima giornata si è aperta con il taglio del nastro ufficiale della BMTA e

l’inaugurazione dello spazio istituzionale, alla presenza di Giovanni Acampora, presidente della Camera di Commercio Frosinone Latina, Antonello Testa, presidente dell’Azienda Speciale Informare, e Federico Carnevale, presidente della Provincia di Latina. Da qui ha preso avvio il programma di “Economia della Bellezza – Patrimonio, identità e sviluppo”, un progetto che punta a trasformare le eccellenze culturali, paesaggistiche ed enogastronomiche delle province di Frosinone e Latina in opportunità di crescita per le imprese e le comunità.

Accanto ai momenti di confronto istituzionale, lo spazio espositivo è stato animato da incontri, presentazioni, itinerari culturali, proposte di turismo lento e cicloturismo, progetti di rigenerazione, pubblicazioni, documentari e degustazioni. Protagonisti i 43 stakeholder coinvolti nel progetto, chiamati a raccontare le identità e le potenzialità dei territori attraverso esperienze e iniziative che spaziano dai comuni pontini ai percorsi della Ciociaria e della Valle di Comino. Un racconto nel quale la Via Appia Regina Viarum, riconosciuta Patrimonio Mondiale UNESCO, rappresenta il filo conduttore tra archeologia, paesaggio, tradizioni e nuove forme di fruizione turistica.

Nella mattinata, Acampora e Carnevale sono intervenuti nel panel della Regione Lazio dal titolo “Il Lazio sulla via della storia: l’Appia Regina Viarum” illustrando gli obiettivi del progetto congiunto portato alla BMTA.

LA VIA APPIA, UN ASSET ECONOMICO STRATEGICO: LA RICERCA

Il primo appuntamento di approfondimento ha acceso i riflettori sulle prospettive di sviluppo legate all’antica strada romana, con il convegno “Analisi della domanda e offerta turistica sulla Via Appia: dalla destinazione locale a una prospettiva di progettualità di rete” organizzato dalla Camera di Commercio Frosinone Latina in collaborazione con ISNART, l’Istituto Nazionale Ricerche Turistiche e Culturali.

Ad aprire i lavori Giovanni Acampora. Al confronto hanno partecipato Federico Carnevale, Antonella Fiorelli, ricercatrice ISNART, Paolo Galante presidente Federalberghi Latina e consigliere della Camera di Commercio Frosinone Latina, Gabriele Menotti Lippolis, Consigliere della Camera di Commercio Brindisi Taranto e per la Regione Lazio il direttore Paolo Giuntarelli. A moderare l’incontro la giornalista Giulia Teri.

Nel corso del panel è stata presentata la ricerca, commissionata dalla

Camera di Commercio Frosinone Latina e dall'Azienda Speciale Informare a ISNART, dedicata all'analisi della domanda e dell'offerta turistica nei 13 comuni interessati dal percorso della Via Appia.

I dati restituiscono un quadro significativo delle potenzialità economiche del patrimonio storico e culturale. Per il 14% dei turisti l'Appia rappresenta la motivazione principale del viaggio, mentre per un ulteriore 25% contribuisce in maniera determinante alla scelta della destinazione. Il 38% dei visitatori appartiene alla fascia dei Millennial, tra i 30 e i 45 anni, con un elevato livello di istruzione.

La ricerca evidenzia inoltre una domanda turistica orientata alla scoperta e all'esperienza diretta dei luoghi. Il 64% dei visitatori frequenta i centri storici, il 22% visita musei e mostre, il 21% acquista prodotti dell'artigianato locale e il 17% partecipa a degustazioni enogastronomiche. Un modello di fruizione che mette in relazione il patrimonio culturale con le attività produttive, la ristorazione e le tradizioni locali.

Anche la ricaduta economica è rilevante: la spesa media giornaliera dei turisti raggiunge i 177 euro, dei quali circa 103 vengono destinati direttamente al territorio, attraverso ristorazione, acquisto di prodotti tipici e shopping.

Dallo studio emerge il peso crescente dei canali digitali nella scelta della destinazione: Internet è utilizzato dal 77% dei turisti, contro una media nazionale del 45%. Le guide turistiche incidono sulle decisioni del 29% dei visitatori, rispetto al 4% registrato a livello nazionale, mentre gli eventi culturali influenzano il 16% delle scelte, contro il 5% della media italiana.

Accanto alle opportunità, l'indagine individua margini di miglioramento. Se il 79% delle imprese riconosce l'importanza della Via Appia per il territorio, soltanto il 34% promuove attivamente itinerari lungo il percorso. Tra le criticità segnalate figurano la carenza di segnaletica, la necessità di aree di sosta e punti di accoglienza, il potenziamento dei servizi per camminatori e cicloturisti e lo sviluppo di strumenti digitali per orientare i visitatori.

«La Via Appia rappresenta un'opera di ingegneria monumentale, la prima strada pubblica romana che diventò un modello per le costruzioni successive. È stata un crocevia non solo economico, ma anche culturale verso le civiltà del Mediterraneo e dell'Oriente», ha sottolineato Giovanni Acampora, evidenziando il valore del riconoscimento UNESCO e

l’importanza di tradurlo in nuove opportunità di sviluppo. «I numeri confermano che la Via Appia rappresenta un asset economico fondamentale per il nostro territorio. Il turismo legato a questo patrimonio millenario genera ricchezza e occupazione, ma richiede anche una visione strategica condivisa tra istituzioni e imprese per trasformare l’esperienza culturale in valore economico duraturo», ha aggiunto il presidente.

«La Via Appia Regina Viarum costituisce un’opportunità strategica per promuovere il nostro patrimonio storico e culturale e trasformarlo in un motore di sviluppo turistico ed economico. Come Provincia, intendiamo favorire il dialogo e la collaborazione tra i Comuni interessati dal tracciato, sostenendo una progettualità condivisa che sappia valorizzare le specificità dei singoli territori e inserirle in una visione d’insieme. Mettere in rete siti archeologici, percorsi culturali, tradizioni e attività produttive significa costruire nuove occasioni di crescita, andando oltre i confini amministrativi. La sinergia tra istituzioni è la condizione necessaria per rendere questa eredità millenaria un patrimonio vivo, capace di generare valore per le comunità locali e opportunità per le nuove generazioni». – Ha commentato il presidente della Provincia, Federico Carnevale.

APPIA REGINA VIARUM: GOVERNANCE MULTILIVELLO E VALORIZZAZIONE DEL PATRIMONIO CULTURALE ED ECONOMICO

La Via Appia protagonista anche con l’incontro “Appia Regina Viarum: governance multilivello e valorizzazione del patrimonio culturale ed economico”, al quale sono intervenuti Federico Carnevale, Antonello Testa, presidente di Informare, Stefania Bove, archeologa e autrice televisiva, e Fabio Tagliaferri, presidente di Ales.

«La Via Appia Regina Viarum non è soltanto un patrimonio storico e culturale, ma un’infrastruttura viva, capace di generare sviluppo economico e nuove opportunità. La sfida è superare la frammentazione e costruire una progettualità di rete che unisca istituzioni, Comuni e imprese. Come Azienda Speciale Informare lavoriamo per trasformare la ricchezza dei nostri territori in opportunità concrete di crescita, turismo sostenibile e internazionalizzazione, nel segno dell’Economia della Bellezza». – Ha commentato Antonello Testa.

UNA STRATEGIA CONDIVISA

Al centro della prima giornata, la necessità di superare una promozione frammentata delle singole destinazioni e di sviluppare una rete capace di collegare territori, borghi, siti archeologici, paesaggi, tradizioni e attività produttive. Una prospettiva che richiede una visione interregionale, coerente con la natura stessa dell'antica strada, che attraversa comunità e territori differenti mettendone in relazione le identità.

«La forza del sistema camerale sta proprio nella nostra capacità, grazie alla regia di Unioncamere, di creare un network, mettendo insieme le migliori energie e competenze», ha evidenziato Acampora, richiamando anche il contributo di ISNART e le opportunità offerte dal progetto Mirabilia, che mette in rete le Camere di Commercio e gli attori territoriali per promuovere il patrimonio culturale e naturalistico attraverso lo sviluppo integrato.

«Dobbiamo pensare all'Appia non come a una somma di singole destinazioni, ma come a un sistema integrato, capace di mettere in rete le straordinarie risorse di tutti questi luoghi», ha ribadito il presidente, indicando nel turismo lento e nella destagionalizzazione dei flussi due direttrici strategiche per ampliare le opportunità di sviluppo.

Il percorso avviato a Paestum proseguirà fino al 1° novembre con ulteriori appuntamenti dedicati alla Blue Economy, all'archeologia subacquea e alle identità enogastronomiche delle province di Frosinone e Latina. Un programma che, attraverso il coinvolgimento dei 43 stakeholder e la sinergia tra Camera di Commercio e Provincia, punta a consolidare il dialogo tra istituzioni, imprese e comunità e a costruire un'offerta turistica integrata, riconoscibile e competitiva.

L'obiettivo è fare della bellezza non soltanto un patrimonio da custodire e promuovere, ma una leva concreta di crescita sostenibile, capace di generare valore economico, sostenere le imprese e rendere i territori sempre più attrattivi.

Galleria immagini

Stampa in PDF

PDF

Ultima modifica

Lun 02 Nov, 2026

Condividi

Reti Sociali

Quanto ti è stata utile questa pagina?

Select rating
Average: 4 (1 vote)

Rate