

Il fatto - E' stato presentato progetto in programma "Turismo Archeologico e Giovani – insight e policy per un New Normal"

Le Università di Salerno (capofila), Milano Bicocca e Londra Middlesex con la Bmta

Alla sua XXIII edizione, in programma dall'8 all'11 aprile 2021, la Borsa Mediterranea del Turismo Archeologico si conferma da oltre un ventennio come luogo di dialogo e confronto tra cultura e business. E quale migliore sintesi avrebbe potuto dare corpo a siffatto connubio, se non la collaborazione con tre prestigiose Università, lungo un immaginario asse sud-nord, che mette saperi e competenze internazionali a servizio di un

segmento turistico così fortemente provato dalle restrizioni imposte dall'emergenza epidemiologica in atto? Sotto la direzione della professoressa Maria Teresa Cuomo del Dipartimento di Scienze Economiche e Statistiche dell'Università degli Studi di Salerno, nasce un progetto di ricerca volto a indagare le condizioni di rilancio del turismo archeologico. E se lo sguardo deve essere fiduciosamente rivolto al fu-

turo, allora quale campione preferenziale coinvolgere nello studio se non Millennial e Generazione Z, oggi solo parzialmente "fruitori" del patrimonio artistico-culturale nazionale, ma target concretamente trainante di domani? La ricerca, oltre al Macref – Laboratorio di Management dell'Ateneo salernitano, si arricchisce del contributo scientifico del Criet – Centro di Ricerca Interuniversitario in Economia del Territorio

dell'Università degli Studi di Milano-Bicocca e del Dipartimento di Marketing della Middlesex University di Londra, nell'interpretare i nuovi comportamenti cui la società ha dovuto uniformarsi per fronteggiare la pandemia, dimostra che coniugare business, cultura e patrimonio non solo è possibile, ma necessario e doveroso, trovando validi alleati proprio nelle nuove forme di connessione virtuali. Nel loro salto da sur-

rogato di socialità a incalzante proposta di legame, i social media possono divenire strategici alleati emozionali nel preparare il terreno a un "new deal" del turismo archeologico. È un'occasione da non lasciarsi sfuggire anche per impostare una rinnovata comunicazione del patrimonio del territorio, valorizzando esperienze di "fisicità aumentata" in grado di affascinare i nuovi target.

red.cro

