

UNIVERSITÀ

Indagine sul turismo ai tempi di pandemia e social media



L'ateneo di Salerno

Un'indagine sulle nuove frontiere del turismo ai tempi della pandemia e dei social media. Il progetto vede la collaborazione tra Università di Salerno (capofila), Milano Bicocca e Londra Middlesex, insieme alla Borsa Mediterranea del Turismo Archeologico. I risultati saranno presentati in occasione della XXIII edizione dell'evento. Sotto la direzione della professoressa **Maria Teresa Cuomo** del dipartimento di Scienze Economiche e Statistiche di Unisa, ha visto la luce una ricerca che coinvolge Millennial e Generazione Z, oggi solo parzialmente fruitori del patrimonio artistico-culturale naziona-

le. L'indagine, 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.

L'obiettivo è 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. I social media possono divenire strategici alleati emozionali nel preparare il terreno a un "new deal" del **turismo archeologico**. Un'occasione anche per impostare una rinnovata comunicazione del patrimonio del territorio, valorizzando esperienze di "fisicità aumentata" in grado di affascinare i nuovi target. Il questionario è disponibile al link <https://forms.office.com/Pages/ResponsePage.aspx?id=22cHw9o91E2KT-Q19IsuZ06QBnHJetMBnaQ24Kevy0IUMVIYSDFMUK5JNFFV-GUk4zMzJXS005M0taTy4u>.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

