

UN INTERESSANTE PROGETTO DI RICERCA

Turismo archeologico possibilità per giovani

Parte con un questionario in vista anche di una Borsa internazionale in programma a Paestrum per il prossimo aprile

SALERNO – Alla sua XXIII edizione, in programma dall'8 all'11 aprile 2021, la Borsa Mediterranea del Turismo Archeologico di Paestrum 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?

Ecco che, sotto la direzione della professoressa Maria Teresa Cuomo del Dipartimento di Scienze Economiche e Statistiche dell'Università degli Studi di Salerno, nasce un interessante progetto di ricerca volto a indagare le condizioni di rilancio del **turismo archeologico**.

E se lo sguardo deve essere fiduciosamente rivolto al futuro, allora quale campione preferenziale coinvolgere nello studio se non Millennial e Generazione Z, oggi solo parzialmente "fruitori" del patrimonio artistico-culturale



8-11 aprile 2021
 Paestrum - Salerno

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 - dati alla mano per supportare il modello di ricerca - 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 surrogato 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 - per dirla in termini di marketing, trasformando una minaccia in opportunità - anche per impostare una rinnovata comunicazione del patrimonio del territorio, valorizzando esperienze di "fisicità aumentata" in grado di affascinare i nuovi target.

Il questionario a cui si chiede di rispondere accedendo al seguente link: <https://forms.office.com/Pages/ResponsePage.aspx?id=22cHw9o91E2KTQ19IsuZ06QBnHjetMIBnaQ24Kevy0IUMV1Y5DFMUK5JNFVgUk4zZmZJXS005M0taTy4u>. - in forma anonima e la cui compilazione richiede solo alcuni minuti - ha l'obiettivo di comprendere, in generale, quali aspetti siano reputati rilevanti per la scelta di visita presso siti/aree/parchi/musei archeologici e come cambieranno le priorità a seguito dell'emergenza sanitaria tuttora in corso.

