

Bmta, progetto con tre università per avvicinare i giovani all'archeologia

La Borsa Mediterranea del Turismo Archeologico, in programma a Paestum quest'anno eccezionalmente nel mese di aprile a causa dell'emergenza pandemica, si conferma da oltre un ventennio come luogo di dialogo e confronto tra cultura e business.

Un connubio che vedrà anche il coinvolgimento e la partecipazione di tre prestigiose Università. Sotto la direzione della della professoressa Maria Teresa Cuomo del Dipartimento di Scienze Economiche e Statistiche dell'Università degli Studi di Salerno, è nato un progetto di ricerca volto a inda-

gare le condizioni di rilancio del **turismo archeologico**. Il campione preferenziale coinvolgerà Millennial e Generazione Z. 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, la ricerca 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. In tal senso 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.

RIPRODUZIONE RISERVATA

