

Un campo di studi d'interesse è quello del **marketing del turismo**. Lo scrivente ha diretto numerosi progetti di ricerca nell'ambito del Centro Studi CITTA della Sapienza, ora chiuso.

2015-16

Sapienza Università di Roma

**Roma come brand**

Lo studio mira a definire il ruolo e i limiti dell'utilizzo del nome della città come Brand. Si tratta di uno studio desk che, sulla base della letteratura specifica e delle esperienze maturate nel contesto romano, ha prodotto un saggio pubblicato su volume collettaneo.

2013-15

Sapienza Università di Roma

**L'impatto della soddisfazione retail sull'esperienza turistica: il caso Roma**

La ricerca ha messo in luce l'impatto della soddisfazione che i turisti maturano nel corso della visita con la percezione complessiva di qualità della esperienza turistica. La ricerca ha prodotto un report e un paper in corso di referaggio su riviste internazionali.

2005-6

Regione Toscana Irpet

**Il valore del brand Etruschi sul territorio toscano.**

La ricerca ha prodotto un contributo in volume monografico curato dal coordinatore, professor Lorenzo Zanni, dal titolo: "L'Etrusco come brand: Un'analisi del progetto etruschi in chiave di marketing culturale", in Zanni L. (a cura di) *La gestione del patrimonio archeologico tra passato e futuro: la valutazione del "Progetto Etruschi*, Collana IRPET 2007