



trasversali come l'accesso anziché il possesso, l'acquisto etico a quelli settoriali che riguardano il retail e l'e-commerce, nuovi target per il turismo e la terziarizzazione dell'economia.

Di ogni argomento si è verificato la posizione del campione tra consonanza o dissonanza e le peculiarità, in questo modo si sono registrati sia gli aspetti che costituiscono criticità sia le potenzialità sul tema.