

# **BTM 2019. Una buona idea per “fare turismo”**

**LECCE-** Ritorna nel Castello di Carlo V di Lecce, dal 28 febbraio al 2 marzo, BTM Business Tourism Management. La manifestazione, giunta alla sua quinta edizione, nasce come una buona idea per “fare turismo”. Anche quest’anno BTM, ideato e organizzato dall’agenzia 365 giorni in Puglia, esplorerà gli scenari dei mercati per i prossimi 5 anni in tema di Accoglienza e Ospitalità nel turismo globale, nazionale e regionale.

Nel foyer del Politeama Greco, sarà allestita la main hall dell’evento dove importanti professionisti del settore provenienti da ogni parte del mondo terranno incontri, seminari, conferenze e workshop. Tra gli ospiti della manifestazione, Josep Ejarque, professionista in Destination Management e Marketing, Giuseppe Festa, direttore del Corso di perfezionamento universitario e aggiornamento culturale in “Wine Business” all’Università degli Studi di Salerno, e Roberta Garibaldi, coordinatrice dell’Osservatorio sul Turismo enogastronomico in Italia.

Diversi gli incontri in programma, come B2B tra Buyers internazionali e Sellers pugliesi e Educational Tour per buyers, influencers e giornalisti che saranno accompagnati in un tour guidato.

Una novità importante quest’anno sarà l’Hotel Performance Day, un’intera giornata di formazione organizzata da BTM 2019 in collaborazione con TITANKA! Web Company Spa, in cui dieci relatori, esperti del settore comunicazione, cureranno un percorso formativo destinato ai titolari di hotel e strutture extra alberghiere, insegnando loro come posizionare la propria struttura sul web, acquisire contatti e trasformarli in clienti per aumentare le vendite dirette.

Da non perdere la sezione Gusto di BTM con un “Village Teg” in cui verranno proposti “salotti del gusto” per scambiare idee, progetti e accordi aziendali, “tavolini del gusto” per degustare e approfondire la conoscenza dei prodotti, e una “corte” uno spazio dedicato alla cultura e all’informazione.

Tanti i temi trattati come il “Wine business”, diventato uno dei settori trainanti dell’economia turistica, e il Turismo inclusivo e l’Accessibilità universale, intesi come insieme di servizi e di prodotti turistici che permettono alle persone con speciali necessità di vivere delle esperienze personalizzate e su misura.