

Btm, i visitatori crescono del 20 per cento

LECCE – Si è conclusa con successo la tre giorni dedicata a Btm Gusto svoltasi a Lecce. “Sono molto soddisfatto e orgoglioso del risultato raggiunto – afferma Nevio D’Arpa, patron della manifestazione – in questi tre giorni dell’evento. Btm è cresciuto tanto ed è per questo che la V edizione lo ha visto protagonista in più location, dal Politeama Greco, a Btm Gusto e a tutto il Castello di Carlo V che ha ospitato espositori di importanti aziende nazionali e internazionali, una sala B2B e due sale conferenza”. E’ stato registrato un incremento dei visitatori di circa il 20% rispetto la scorsa edizione; un flusso continuo di visitatori, 150 espositori, 40 buyer, influencer, giornalisti, importanti relatori e aziende del settore turistico hanno dato vita dal 28 febbraio al 2 marzo a Btm, un evento ritenuto ormai di forte importanza e riferimento del sud Italia. Molto apprezzata la crescente qualità dei contenuti del ricco palinsesto che ha permesso di avere le sale sempre piene, una continua affluenza anche nella main hall allestita nel foyer del Politeama Greco, in particolare venerdì per la giornata dedicata all’Hotel Performance Day.

“Grande riscontro – continua Nevio D’Arpa – dai numerosi buyer, influencer e giornalisti provenienti da tutto il mondo che oltre ad aver visitato alcune tra le mete turistiche pugliesi in un Farm Trip organizzato dallo staff di Btm, hanno partecipato, in questi tre giorni, a incontri B2B registrando il tutto esaurito e con un feed back più che positivo da parte delle aziende coinvolte.

Senza alcun dubbio anche la parte dedicata al turismo enogastronomico (Btm Gusto) è stata un successo. Oltre ad aver

accolto migliaia di visitatori, coinvolto buyer e imprenditori aziendali in numerose attività di show cooking, Btm Gusto è stato contenitore di numerosi seminari formativi tenuti dai migliori professionisti del settore. Soddisfazione per le aziende espositrici dei prodotti enogastronomici del nostro territorio pugliese”.

“Stiamo ancora elaborando i dati ufficiali e complessivi della campagna social – aggiunge D’Arpa – ma le anticipazioni ci forniscono una prima fotografia del pubblico che ha seguito Btm 2019 on line. Sia sui profili Instagram che su Facebook abbiamo avuto un aumento del 30%, con un picco di oltre 70mila impression solo il primo giorno, e con oltre 40mila persone raggiunte complessivamente dai post nei giorni dell’evento. Il 55% sono donne e il 44% uomini, per una fascia media di età compresa tra i 25 e i 55 anni. La nazionalità del nostro pubblico: al primo posto Italia poi a seguire Regno Unito, Svizzera, Spagna, Germania, Stati Uniti, India, Francia, Turchia e Azerbaigian. Tutti i dettagli nello specifico saranno comunicati nei prossimi giorni sui profili social ufficiali della manifestazione. Numeri importanti anche sul sito web ufficiale di Btm”.

Per rivedere alcuni momenti e avere informazioni aggiornate su Btm è possibile visitare il sito ufficiale www.btmpuglia.it e tutti i social network dedicati.