Una buona idea: dal 28 febbraio al 2 marzo partecipare a BTM Puglia

Tra pochi giorni Lecce si prepara ad ospitare **BTM** (Business Tourism Management), quest'anno con il suo nuovo claim "UNA BUONA IDEA", una delle manifestazioni internazionali sul mondo del turismo, punto di riferimento del sud Italia, giunta ormai alla sua quinta edizione.
Dal 28 febbraio al 2 marzo si apriranno le porte del Castello Carlo V e del foyer del Politeama Greco di Lecce per tre giornate fitte di incontri, workshop formativi, strategie di marketing, seminari e speech su revenue management, web e social media marketing, digital marketing, pricing, comunicazione, food, cultura, arte e cinema, musica e architettura, start up, matching tra operatori del settore (hospitality, ristorazione, produttori, organizzatori di eventi culturali, tour operator e agenzie di viaggi) e tantissimo altro in un programma fitto di novità.
L'area espositiva, al primo piano del Castello, sarà dedicata alle migliori aziende di servizi, alle strutture ricettive e OTA del settore turistico.
Immancabile la sezione Gusto di BTM che sarà ospitato all'interno di una struttura dalle pareti a vista, di alta tecnologia, realizzata dall'azienda leader del settore Sprech Group Outdoor, partner di BTM.
Un "Village Teg" in cui parlare di eccellenze pugliesi che fanno rete e promuovono un concetto di turismo esperienziale nell'enogastronomia sempre più di qualità. Il Villaggio proporrà i "salotti del gusto" per scambiare idee, progetti e accordi aziendali; i "talovini del gusto" per degustare e approfondire la conoscenza dei prodotti, e la "corte" uno spazio dedicato alla cultura e all'informazione.
Il 25 febbraio parte l'Educational Tour in Puglia, organizzato dallo staff di BTM per buyers, influencers e giornalisti che saranno accompagnati in un tour guidato per conoscere e promuovere quelli che sono i prodotti, la storia e la cultura del territorio pugliese.
40 i buyer internazionali (tour operator, tour organizer e agenti di viaggio) dei settori **MICE** (meeting, Incentive, Convention, Exhibition), Leisure, Luxury (Business e Wedding) e Sport Destination, provenienti da Stati Uniti, India, Brasile, Russia, Polonia, Norvegia, Ungheria, Germania, Inghilterra, Belgio e Italia, che nelle giornate dell'evento, saranno impegnati in un B2B per creare occasioni di networking e business matching.

Durante la giornata, consulenti ed esperti di marketing turistico si alterneranno sul palco per proporre un percorso formativo destinato ai titolari di hotel e strutture extra alberghiere.
In occasione del BTM sarà presentata in anteprima nazionale, la nuovissima collana Digital Marketing Turismo (DMT), edita da Hoepli. Un'iniziativa editoriale innovativa, che propone manuali dedicati al digital marketing per approfondire strategie, tecniche e strumenti per promuovere il turismo e la ristorazione sui canali online. La curatrice è Nicoletta Polliotto, esperta di food & restaurant marketing, autrice e conference speaker nel mondo Travel e Digital Food Marketing mentre la prima uscita è prevista ad aprile con il volume Digital Marketing Extra Alberghiero, del direttore di Webitmag Domenico Palladino.