

L'EVENTO

Dal 20 al 22 febbraio torna a Lecce il BTM, incontro tra domanda e offerta con focus sull'enogastronomia. Tanti i buyer esteri per la quinta edizione del salone specializzato

È italiano (72,5%), proviene dalla Lombardia (18%), è uomo e ha tra i 31 e i 55 anni. La vacanza è il principale motivo del suo viaggio (95% per gli stranieri e 73% per gli italiani), cerca in primis il relax, poi l'arricchimento culturale e, infine, vivere nuove esperienze. Richiede la guida turistica e cerca buon cibo. Sceglie la Puglia principalmente per il buon clima. Questo è l'identikit del turista tipo che decide di visitare la Puglia, una regione super gettonata come dimostrano anche i dati tu-

ristici: oltre 4 milioni di arrivi nel 2018 (+4% rispetto al 2017), di cui un milione dall'estero e oltre 15 milioni di presenze. Anche nel 2019 il trend di crescita è proseguito e questi i primi dati riferiti all'estate (da giugno ad agosto): +3% per gli arrivi e +4% per le presenze mentre l'incremento dall'estero si è attestato al +8% e +12%. Un turista su quattro è straniero (23,5%) e la maggior parte proviene dalla Francia (22%) seguita dalla Germania (17%). E su questi dati che sta per aprire i battenti la VI edizione di BTM

-Business Tourism Management, una delle più interessanti manifestazioni internazionali sul turismo. Dal 20 al 22 febbraio 2020 a Lecce (Lecce Fiere) l'evento metterà in comunicazione i principali attori del settore turistico quali buyer e seller, enti, esperti, operatori turistici. Un focus particolare sarà poi riservato al turismo enogastronomico. Il programma completo sarà presentato martedì 11 febbraio in occasione della BIT di Milano nell'area espositiva di Puglia promozione.



L'edizione dello scorso anno

