



PROGRAMMA BTM INTERAZIONI TARANTO

25 settembre - Università degli studi di Bari Aldo Moro - sede di Taranto -

Dalle ore 09:30 alle 13:30

Workshop B2B tra buyer e seller

Ore 15:00

Registrazione partecipanti

Introduce **Mary Roberta Rossi** - Event Manager BTM Italia

Ore 15:30

CAMBIO DELLA DOMANDA, ESTREMI CLIMATICI, NUOVI SERVIZI. QUALE STRATEGIA PER LA DESTINAZIONE TARANTO

Intervengono:

Gianfranco Lopane - Assessore al Turismo Regione Puglia

Rinaldo Melucci - Sindaco di Taranto

Antonio Vasile - Presidente Aeroporti di Puglia

Lara Marchetta - Delegato WWF Italia per la Puglia

Sergio Prete - Presidente Autorità Portuale

Giuseppina Antonaci - Presidente ITS Turismo

Salvatore Toma - Presidente Confindustria Taranto

Emanuela D'Aversa - Vice Presidente Federterziario Turismo

Grazia Semeraro - Comitato Scientifico museo MarTA e Docente ordinaria in Archeologia Unisalento (in collegamento)

Introduce e modera: **Giuseppe Giaccardi** - Consulente di strategia e advisor Comitato Scientifico BTM Italia

Ore 17:00

LE DESTINAZIONI DI TURISMO SPORTIVO: IL POSIZIONAMENTO DELLA PUGLIA SUL MERCATO EUROPEO E GLOBALE

Lo sport come driver di attrattività del territorio pugliese per i nuovi Turisti che cercano nel wellness e nei corretti principi di alimentazione, i loro elementi principali, oltre naturalmente ad un paesaggio bello ed incontaminato come quello della Puglia.

Intervengono:

Sebastiano Leo - Assessore Formazione Regione Puglia

Fabrizio Manzulli - Vice Sindaco di Taranto e Assessore allo sviluppo economico e promozione territoriale

Angelo Giliberto - Consigliere Nazionale CONI e Presidente C.R. CONI Puglia

Lucia Fanini - Ricercatrice c/o Università del Salento - Dipartimento di scienze e tecnologie biologiche e ambientali

Angelofabio Attolico - Puglia Promozione - Cammini e turismo sostenibile

Moderano:

Carlo Morelli - Delegato regionale Federazione Italiana sci nautico, wake board e surfing ed esperto di turismo sportivo

Mary Roberta Rossi - Event Manager BTM Italia

Ore 18:00 CASSETTA DEGLI ATTREZZI

PLACE BRANDING: DALLE PAROLE AI FATTI PASSANDO PER UNA VISIONE STRATEGICA

Quando si progetta la comunicazione turistica di una città in cambiamento come Taranto, le sfide da affrontare sono molteplici e complesse. È necessario lavorare sul "fronte interno" affinché tutti gli attori del cambiamento, non solo si sentano coinvolti, ma diano un contributo determinante nel processo di trasformazione e turistizzazione della città. Per raggiungere obiettivi ambiziosi e costruire un place brand efficace è fondamentale avere una visione a lungo termine di quella che sarà la città del prossimo futuro. In questo intervento, esploreremo in maniera sintetica una piccola cassetta degli attrezzi per trasformare un progetto di place branding in realtà.

Interviene: **Alessio Neri** - esperto di comunicazione e marketing management

Ore 18:40 CASSETTA DEGLI ATTREZZI

IDENTITA' DIGITALI CHE VENDONO: COME SFRUTTARE L'ONLINE PER RIEMPIRE LA TUA STRUTTURA E FAR CONOSCERE IL TERRITORIO

Nel competitivo settore dell'ospitalità, distinguersi dalla concorrenza è fondamentale per attirare nuovi clienti e mantenere quelli esistenti. Uno dei modi più efficaci per raggiungere questo obiettivo è curare attentamente la brand identity, cioè l'immagine e l'identità visiva che rappresentano un hotel o un'attività turistica. Investire nella costruzione di una forte e affermata brand identity può contribuire ad aumentare le prenotazioni e il prestigio di una struttura.

Interviene: **Michela Sapienza Pennisi** - Consulente di marketing e comunicazione turistica

Al termine delle InterAzioni, seguirà un momento conviviale a cura di **BTM Gusto** - sezione di BTM dedicata al Turismo Enogastronomico - con alcune eccellenze del territorio.

La serata sarà accompagnata da DJ Set e intrattenimento musicale dal vivo