

# Matrimoni all'estero: viaggi più "liberi"

*Aumenta la pratica del self made honeymoon*

di Laura Dominici

**S**aranno oltre 2.100 le coppie italiane che nel 2014 sceglieranno di convolare a nozze all'estero. A rilevarlo è l'ultima, in ordine di tempo, analisi elaborata dalla

coppia pari a 8.900 euro), in estate sono le isole della Grecia a farla da padrone, con una spesa più modesta per la coppia, pari a 5.200 euro circa. "In declino - spiega l'indagine - le classi-

soggiorno in occasione della cerimonia".

## La proattività del trade

L'interessante valore di queste pratiche, per le quali i

derivare dal celebrare le nozze in un luogo così ricco di storia e risorse naturali. "Sono diverse migliaia le coppie straniere che scelgono l'Italia per consacrare la loro unione - avverte Feruz-



società di consulenza Jfc. "Si tratta in prevalenza della seconda o terza esperienza matrimoniale (il 38% del totale) - commenta l'amministratore unico Massimo Feruzzi - acquistata e vissuta solamente in coppia nel 76,4% dei casi. Negli altri casi, pochi accompagnatori che sono, generalmente, amici e non parenti: in media circa 7 persone". Proprio per questo motivo, e per la libertà di poter scegliere la località più gradita senza dover sottostare ad alcun vincolo, questi sposi preferiscono località balneari, dove unire il piacere della vacanza con la cerimonia.

## Le scelte predilette

Se nel periodo invernale le scelte ricadono in prevalenza su Maldive e Seychelles (con una spesa media di

che mete, come gli Stati Uniti, che vengono sempre più collegate a tour che comprendono anche destinazioni balneari, siano esse le Hawaii o la Polinesia". La nuova destinazione di tendenza è rappresentata dall'Australia.

## I due trend

Due le maggiori novità del segmento sposi: "La riduzione del numero di persone al seguito - dichiara Feruzzi -, in quanto si riduce il numero delle persone che seguono gli sposi in occasione del loro matrimonio all'estero, che passa da 9,5 nel 2013 a 7 nel 2014 e la pratica del self made honeymoon: aumentano le coppie che viaggiano liberamente, in media per 17 giorni, ma che acquistano in anticipo solo un paio di giorni di

neo sposi non lesinano la spesa per il viaggio della vita - anche se un po' di spending review si sta trasferendo al target -, ha da sempre focalizzato l'attenzione del trade. Tour operator e agenzie di viaggi intensificano la presenza alle fiere dedicate, pubblicano cataloghi ad hoc, si specializzano in questa nicchia con partnership che garantiscono particolari benefit ai potenziali clienti, si spingono al web con la proposta di liste online, app e agiscono sulle community attraverso i canali social.

## Il fenomeno degli stranieri

Il Belpaese continua invece ad esercitare il suo fascino sulle coppie che, più che alla lunghezza del matrimonio, pensano al ricordo che può

zi - e questo movimento genera oltre un milione di presenze, provenienti da 25 Paesi del mondo, e più di 300 milioni di euro di fatturato, di cui il 40% alberghiero). Toscana, Costa amalfitana, Umbria e Veneto le aree geografiche più richieste, seguite dai laghi di Como e di Garda. In crescita la domanda di location particolari, dagli hotel di charme ai castelli, alle fortezze, ai palazzi storici. Da qui l'exploit di investimenti immobiliari per spingere sugli eventi, che permettono tra l'altro di stagionalizzare le presenze. In media la spesa che sostengono gli sposi stranieri per effettuare il loro matrimonio in Italia, comprensivo di viaggi, ospiti, festeggiamenti, addobbi, catering o ristorazione si aggira sui 51mila euro". ■

## inbreve

### LE CIFRE DEL CODACONS

Sono 246mila i matrimoni in Italia e dell'85% di quota che parte per la luna di miele, il 76% acquista il viaggio in agenzia. E' un business da 4,5 miliardi di euro, con una quota media che va dai 3 ai 5mila euro a persona, ma che, a sentire il panel di agenzie che hanno risposto al poll di Guida Viaggi un paio di mesi fa, inizia a fare attenzione alla spesa e riduce il budget.

### CATALOGO IN ARRIVO DAL QUALITY GROUP

E' una novità per il consorzio piemontese Quality Group, che tra pochi giorni presenterà al trade una new entry: un catalogo dedicato al target honeymoon con una selezione delle migliori proposte dei suoi brand.

### PLANHOTEL, PROMOZIONE PER LA SPOSA

Viaggi di nozze, oltre che famiglie, continuano ad essere segmenti di mercato molto importanti per PlanHotel Hospitality Group che - proprio per gli honeymooners - propone cerimonie locali e pacchetti studiati su misura. Con l'obiettivo di incentivare ulteriormente la vendita di questa nicchia di mercato, in crescita e sempre più strategica, PlanHotel ha studiato una promozione - valida per tutto il 2014 - rivolta alle coppie che celebrano la cerimonia presso il Diamonds La Gemma dell'Est a Zanzibar e il Sandies Tropical Village a Malindi, che prevede il soggiorno gratuito della sposa per le prenotazioni effettuate entro il 30 giugno 2014. Per tutti gli ospiti che decidono di sposarsi al resort, sono previsti dei pacchetti esclusivi.

### DA GEO TRAVEL NETWORK UN KIT PER LE ADV

Geo Travel Network ripropone per il 2014 il kit per viaggi di nozze, con l'obiettivo di sostenere le agenzie del gruppo nelle loro attività territoriali rivolte al target sposi. Le agenzie che ne fanno richiesta hanno diritto all'attivazione di promozioni ad hoc per i viaggi di nozze, studiate con gli operatori che hanno aderito all'iniziativa: Alpitour World, Costa Crociere, I Grandi Viaggi, Best Tours e Naar. Il network ha realizzato una serie di strumenti per supportare i punti vendita a promuovere questo segmento di mercato: in particolare il catalogo, da consegnare al cliente all'interno di una shopper coordinata. Di natura emozionale, la brochure reca consigli di viaggio e le descrizioni delle mete più interessanti. Sul sito ilmioviaggiadinozze.com, rinnovato nella grafica e nei contenuti, è possibile visualizzare gli itinerari proposti nel catalogo.

### BENE L'AUSTRALIA DI AMO IL MONDO

Per il brand Amo il Mondo (Gruppo Settemari) che sta registrando un tasso di crescita del +30%, in evidenza c'è l'Australia e la Polinesia, molto richieste dal settore viaggi di nozze, soprattutto con i combinati fly and drive e nella soluzione tour ed estensione mare in Polinesia.

### UN CONTEST PER LA THAILANDIA

Prosegue fino al 10 maggio il contest dell'ente nazionale per il Turismo thailandese dedicato ai neo sposi e che mette in palio una luna di miele di 7 giorni in Thailandia. L'iniziativa prevede il coinvolgimento in attività dal significato profondo per contribuire allo sviluppo della cultura locale, alla tutela dell'ambiente e alla formazione. Una Honeyteering, appunto, neologismo che nasce dall'unione dei termini honeymoon e volunteering.

Per partecipare al contest è necessario loggarsi al sito dedicato [www.honeyteeringthailand.com](http://www.honeyteeringthailand.com), selezionare il viaggio-esperienza preferito, completare il proprio profilo e messaggiare gli amici, quindi condividere il link con loro chiedendo di votare cliccando "Heart". Vinceranno le 4 coppie che riusciranno a collezionare più cuori.

### GASTALDI 1860: VOUCHER PER LA LISTA

Gastaldi 1860 fa focus sui viaggi di nozze. Il target sarà al centro della strategia dell'operatore, che promuove la lista nozze in agenzia con voucher da 100 euro agli invitati che partecipano alla lista, supporto commerciale alle adv, anche a quelle che partecipano alle fiere sposi con un kit dedicato.



Bangkok