

## TREND

# Un paese da promessi sposi

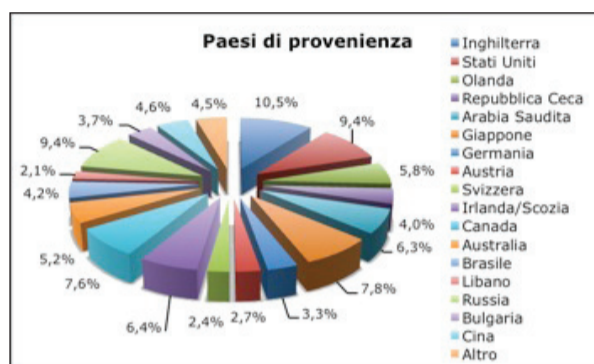
*Il wedding tourism: un segmento in controtendenza dalle grandi potenzialità per l'Italia*

di MARCO BEAQUA

**S**e per il turismo italiano nel suo complesso il 2012 è stato un anno difficile, con cali consistenti sia in termini di presenze sia di fatturato, non altrettanto si può dire del wedding tourism: l'industria dei matrimoni di origine internazionale va infatti in decisa controtendenza, dimostrandosi un segmento in salute, capace di generare volumi e fatturati sempre più importanti. «Aumentano i wedding planner stranieri che propongono matrimoni in Italia, ma cresce a dismisura anche il numero di siti Internet dedicati, così come sono sempre di più i tour operator, soprattutto di medio-piccola dimensione, che si stanno specializzando in questa particolare tipologia di offerta», racconta l'amministratore unico di Jfc, **Massimo Feruzzi**, che ha recentemente svolto un'ampia ricerca sul tema.

Ai viaggi, insomma, pare che ormai si possa anche rinunciare, ma ai matrimoni no. E una quota sempre maggiore di stranieri desidera accostare il giorno più importante della propria esistenza alla nostra penisola. «L'immagine dell'Italia nel mondo è un fattore di straordinario impulso per il wedding tourism», riprende infatti Feruzzi. «Tanto che da noi, nel solo 2012, si sono celebrati ben 6.180 matrimoni di stranieri: una domanda che ha prodotto oltre 1 milione e 221 mila presenze provenienti da più di 25 paesi differenti, per una spesa media di 51 mila euro a cerimonia e un fatturato complessivo di 315 milioni di euro».

Numeri davvero consistenti che non possono certo lasciare indifferenti gli operatori alberghieri, se è vero che il 40,4% del giro d'affari complessivo finisce proprie nelle casse del settore ricettivo, mentre il restante 59,6% è suddiviso tra viaggi, noleggio auto, servizi di ristorazione, affitto delle location, flower design e altre spese inerenti all'organizzazione del matrimonio. «Non esistono pacchetti, né



proposte standard: ogni cerimonia è un fatto a sé, studiato e personalizzato sui desideri degli sposi», prosegue Feruzzi. «Dalla scelta della location al catering, dagli addobbi floreali sino alla torta, dal servizio fotografico alle bomboniere, per arrivare all'ospitalità per sposi e invitati, tutto è assolutamente personalizzato».



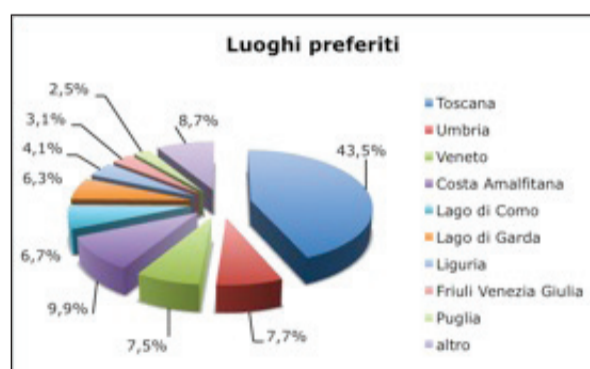
del nostro paese starebbe tutto nei suoi più tradizionali punti di forza: «la storia e le bellezze culturali» (per il 16,3% del campione interpellato), il «fascino e il fatto di essere un luogo desiderato» (12,9%), il «romanticismo e la bellezza» (12%), nonché il «cibo» (11%).

Al di là dell'indubitabile appeal del nostro paese, però, oggi vi sarebbero anche alcune variabili socio-logiche a sostenere il nuovo trend dei matrimoni all'estero: l'incremento dei divorzi e delle seconde (e anche terze) nozze, in particolare, favorirebbe la scelta di luoghi lontani dalla propria residenza per la cerimonia, in modo da consentire agli sposi di sentirsi più liberi di festeggiare con accanto solo le persone care. Non solo: il progressivo abbandono del cosiddetto «matrimonio di consuetudine» permetterebbe alle coppie di organizzare ciò che veramente desiderano, senza essere imbrigliate dai condizionamenti sociali. Ma ci sarebbe anche il desiderio di provare un'emozione unica, che si lega perfettamente con l'emergente concetto di «turismo esperienziale», nonché l'aumento delle cerimonie di rinnovo della promessa matrimoniale, che permetterebbero anche a chi è già sposato di farsi quel viaggio in Italia tanto desiderato ma mai intrapreso.

Tra le destinazioni della penisola preferite spicca quindi



soprattutto la Toscana, scelta da ben il 43,5% dei novelli o «rinnovanti» sposi stranieri, mentre Puglia (2,5%), Lago di Garda (6,3%) e Friuli Venezia Giulia (3,1%) possono essere considerate le location emergenti. I wedding tourist, inoltre, provengono da ben quattro continenti differenti (Europa, America, Oceania e Asia), con i russi, i cinesi, i giapponesi, i brasiliani, gli australiani e i sauditi segnalati in forte crescita per i prossimi anni. «La scelta dell'Italia, come luogo per celebrare il matrimonio», precisa tuttavia Feruzzi, «limita ovviamente il numero dei partecipanti. E ciò è vero soprattutto per le seconde nozze. Solo in pochi casi si supera quindi la soglia dei 100 invitati, mentre una buona quota di matrimoni non raccoglie più di 30 persone, sposi inclusi. La durata di permanenza media degli ospiti si aggira, poi, attorno ai 5,2 giorni, ma a volte si raggiunge anche la settimana. Più lungo, invece, il soggiorno degli sposi, l'82% dei quali, una volta terminati i festeggiamenti, resta nella penisola per il viaggio di nozze, della durata di circa una o due settimane, prevalentemente in Costiera Amalfitana, nella zona Venezia-Verona e in quella Roma-Firenze».



Per quanto riguarda le location, infine, gli stranieri preferiscono gli hotel di charme e i relais (29,6%), seguiti dalle ville (19,3%), nonché da castelli e fortezze (14,8%). Negli ultimi anni, però, sono aumentate pure le proposte di luoghi più insoliti, come le cantine vinicole in festa tra i vigneti, le barche a vela, i conventi e le masserie. Da segnalare, inoltre, anche il fenomeno dei cosiddetti outdoor wedding, soprattutto in spiaggia e in giardino, «all'americana». «Le coppie straniere che desiderano sposarsi in Italia non lasciano nulla al caso», conclude Feruzzi. «Si rivolgono perciò in prevalenza a veri professionisti: wedding planner o tour operator. Ciononostante la modalità di promozione più funzionale è pur sempre il web, che si dimostra il canale capace di fornire i maggiori ritorni. Rimangono tuttavia importanti anche fattori più tradizionali, quali il passaparola, i referenti locali o promoter, e le agenzie di viaggio. In generale, infatti, i promessi sposi cercano in rete la destinazione per poi personalizzare la richiesta rivolgendosi a un intermediario professionale».



Licenza Creative Commons.

Foto di Vincent van der Pas