

Dossier Viaggi di nozze



Molti i trend emergenti per gli stranieri che scelgono la Penisola, che possono essere spunti interessanti anche per **gli sposi tricolore**

Matrimoni e agenzie

Il segmento continua a essere una componente di punta nel business dei dettaglianti, che dedicano attenzioni aggiuntive agli honeymooners

► **Li curano e li coccolano come nessun altro cliente, perché la coppia di sposi, se si crea la giusta miscela di simpatia reciproca e di fiducia,** può voler dire costruire una base forte di utenti fidelizzati.

Per questo le agenzie di viaggi parlano dei viaggi di nozze come di uno degli asset principali del loro business, e dedicano al segmento attenzioni del tutto particolari. Anche perché, essendo solitamente viaggi complessi e su destinazioni lungo raggio, il passaggio attraverso la distribuzione turistica è pressoché obbligato, e quindi assicura un flusso di clientela pari a nessun altro segmento.

Così, le agenzie si attrezzano: moltissime quelle che dedicano sforzi e investimenti per essere presenti alle fiere sposi, che consentono di intercettare clientela che altrimenti non si rivolgerebbe al punto vendita. Ma molte anche quelle che affidano la loro ricerca sposi al passaparola o, in cross business, ai wedding planner, con i quali molti agenti di viaggi hanno iniziato proficue collaborazioni.

Una volta intercettati i clienti, i dettaglianti dedicano tempo, cura e attenzioni al viaggio, con un accompagnamento quasi psicologico alla scelta della destinazione e del tipo di vacanza. E non dimentica la wow experience: solitamente inserisce qualche

servizio in più o qualche omaggio agli sposi per rendere il viaggio indimenticabile, aiutato in questo sia dalle liste nozze sia dall'offerta dei tour operator.

L'altro fronte del wedding è quello degli stranieri che scelgono l'Italia come destinazione per cerimonia e viaggio di nozze, un fronte in piena espansione, e dal quale anche le agenzie possono trarre ispirazione per proposte innovative ai loro clienti.

Secondo l'ultimo studio effettuato da Jfc, che storicamente monitora il segmento dei matrimoni in Italia, stanno emergendo nuove tendenze che andranno tenute presenti per non perdere quote rispetto ad altre destinazioni. Fra queste, i cosiddetti mini-wedding, con servizi superlusso riservati a pochi invitati, o i family wedding, che invece richiedono una proposta più orientata alle famiglie con i bambini. E ancora, i matrimoni natura/avventura, con esperienze di turismo attivo e di sport estremi che coinvolgono principalmente gli sposi, o i glamping wedding, con tende per ogni ospite e per ogni parte della cerimonia.

Viaggi di nozze

Sposami in Italia: le tendenze

Glamping wedding, matrimoni adrenalinici o family, ecco ciò che richiedono le coppie internazionali

▶ Tre giorni, pochi amici, per un'esperienza super lusso. Oppure, all'opposto, una vacanza di 10 giorni fra bike, trekking e sport adrenalinici. O, ancora, una vacanza multi-familiare, all'interno della quale si celebra anche un matrimonio.

Sono queste le tre principali tendenze che Massimo Feruzzi, fondatore di Jfc, evidenzia come trainanti per il futuro del wedding in Italia: i matrimoni internazionali nel nostro Paese, dopo un leggero calo nei numeri registrato nel 2017, sono ripartiti di slancio nel corso di quest'anno, arrivano da 7.569 cerimonie, con un fatturato pari a 402 milioni e 420mila euro.

Ma gli sposi non si accontentano più della location classica, per quanto inserita nel contesto glamour dell'Italia, che resta forte dell'appeal su un turista internazionale.

Nascono, così, i mini-wedding, "che coinvolgono soprattutto giovani coppie under 30 - spiega Feruzzi - e si strutturano come short break di livello altissimo per 20 pax al massimo".



Altra tendenza che si sta evidenziando è, all'opposto, quella dai cosiddetti 'family moon', che coinvolgono coppie con figli nati da nozze precedenti, che organizzano una vacanza con altre famiglie e per le quali si organizza un matrimonio declinato verso i ragazzi.

Ulteriore macrotendenza è quella legata all'avventura e alla natura, che pre-

vede esperienze di coppia legate a sport adrenalinici. Una declinazione di questo trend è quella del glamping wedding. "Vengono scelti luoghi in collina, prati, boschi - illustra ancora Feruzzi - nei quali vengono impiantate diverse tende, una per la cerimonia, una per il pranzo o la cena e ovviamente tutte le tende per gli ospiti e per la cop-

pia di sposi. Questo elimina i problemi di spostamento e permette di festeggiare praticamente senza limiti".

Ma ancora, sull'onda del successo della coppia dell'anno, quella dei Ferragnez, funzionano anche gli affitti di un intero borgo. L'orientamento, però, è opposto a quello del matrimonio di Ferragni e Fedez: quello che si cerca di fare è tenere lontano il clamore e la folla.

"Il senso è quello della ricerca di esperienze uniche e irripetibili - aggiunge Feruzzi - Per cui si va a caccia di location non convenzionali, dai capannoni ai loft alle serre, e ancora industrie e cave in disuso, mentre i matrimoni degli italiani scelgono più volentieri le spiagge, i palazzi storici e, per i più avventurosi, le location di alta quota, come i rifugi o le malghe".

L'Italia, a fronte di queste esigenze, presenta, secondo Jfc, un panorama non sistematizzato, che non si sposa con le necessità della clientela internazionale, alla ricerca di un unico soggetto di assistenza completa, che metta ordine all'interno di un'offerta ancora disaggregata.

ITALIA TTG Luxury

PRENOTA IL TUO SPAZIO SUL PROSSIMO NUMERO DI TTG LUXURY
IN DISTRIBUZIONE NELLA PRIMAVERA DEL 2019



PER INFORMAZIONI: PUBBLICITA@TTGITALIA.COM

È una pubblicazione

ITALIAN
EXHIBITION
GROUP
Providing the future