

Matrimoni: dimore storiche e location mozzafiato alimentano wedding tourism

Roma, 13 apr. (Labitalia) - L'Italia? Una delle destinazioni preferite dagli stranieri, tra dimore storiche e location mozzafiato, non solo per le vacanze ma anche per le nozze. Che la 'dolce vita' made in Italy conquisti il cuore degli innamorati provenienti dall'estero è ormai noto. Sempre più grande è però l'attenzione, aumentata negli ultimi anni, rivolta in particolare allo sviluppo di wedding tourism, un fenomeno che ha assunto le dimensioni di un business trasversale per l'attività di incoming, posizionando il Belpaese tra i principali marketplace del settore.

La BMII, Borsa del Matrimonio in Italia, appuntamento nato nel 2014 per rispondere alla crescente domanda di nozze straniere su suolo italiano e divenuto presto punto di riferimento per chi si occupa di tali eventi, ha registrato negli anni un incremento di interesse per questo target da parte delle istituzioni territoriali. Per la nuova edizione 2019, l'1 e 2 febbraio presso La Nuvola di Roma, la previsione è quella di una grande partecipazione di tali interlocutori, protagonisti delle giornate di workshop già nelle edizioni passate con la presenza, ad esempio, di Comune di Roma, Regione Lazio, Camera di commercio di Pisa e consorzio turistico Vicenza è. "Obiettivo della Borsa del Matrimonio in Italia -sottolinea Ottorino Duratorre, presidente di Romafiore, società organizzatrice della Bmii e specializzata da oltre 30 anni in eventi del settore moda-sposa- è quello di sviluppare l'attività di incoming, divenuta oramai fondamentale per sostenere il nostro territorio e introdurre le realtà italiane concretamente nel processo di internazionalizzazione, favorendo le opportunità commerciali, attraverso l'offerta del nostro artigianato di eccellenza e la presentazione di location dai paesaggi mozzafiato".

"Una vetrina internazionale -spiega- e un'opportunità di business per enti territoriali, piccole e medie imprese che hanno così l'opportunità di presentarsi a wedding planner e buyer provenienti da Paesi quali Australia, Canada, Emirati Arabi, India, Inghilterra, Olanda, Russia, Spagna e Stati Uniti".

L'evento è la panoramica più ampia dei prodotti e servizi made in Italy per il giorno del sì: due giorni di lavoro per operatori italiani e internazionali, un incontro tra domanda e offerta esclusivamente B2B che prevede la partecipazione di 100 buyer, provenienti da oltre 30 paesi, per un totale di 2.500 appuntamenti one-to-one, prenotati on-line. L'agenda rappresenta un sistema semplice ed immediato per offrire ai seller una concreta opportunità di business e visibilità.

Una vetrina su un mercato che secondo un'indagine della società di consulenza turistica e marketing territoriale JFC vale molto. I 7.147 matrimoni stranieri celebrati in Italia nel 2017 hanno generato 385 milioni e 830mila euro di fatturato legato al wedding tourism. Ancora più rosee sono le previsioni per l'anno in corso: le stime, infatti, parlano già di un possibile aumento del +6.8% del numero di matrimoni, un trend che porterebbe nel 2018 a 7.633 il numero delle celebrazioni in Italia.

Quali le location più amate? Tra le principali destinazioni per il mercato internazionale risultano Firenze e la Toscana. "Il turismo legato al wedding -afferma l'assessora al Turismo e al marketing territoriale del Comune di Firenze, Anna Paola Concia- è una risposta importante nel nostro percorso che intende promuovere sempre di più il turismo di qualità a Firenze. Un turismo, insomma, che allunga i tempi di permanenza nella nostra città, è interessato a conoscere il meglio della nostra cultura, della nostra storia, del nostro artigianato e della nostra enogastronomia".