

ULTIM'ORA

BREAKING NEWS

0

POLITICA ECONOMIA CRONACA SPETTACOLI SALUTE LAVORO SOSTENIBILITA' INTERNAZIONALE UNIONE EUROPEA PNRR REGIONI

SPORT FINANZA CULTURA IMMEDIAPRESS MOTORI FACILITALIA WINE MODA MEDIA & COMUNICAZIONE TECH&GAMES MULTIMEDIA

Temi caldi

Speciali

Home Lavoro Dati

Matrimoni, Destination wedding in ripresa: 619mila arrivi e oltre 2 milioni di presenze turistiche collegate

03 maggio 2023 | 17.14

Redazione Adnkronos

LETTURA: 3 minuti



ORA IN

Prima pagina

Ucraina, a Kiev attacco russo più intenso del 2023

Scudetto Napoli, città si prepara: pronto nuovo piano sicurezza

Ue, Mattarella: "Continuare costruzione europea, con coraggio"

Wedding tourism, in autunno 100 buyer stranieri a Roma per Bmii 2023



Labitalia

La tua finestra sul mondo del lavoro



Maltempo Emilia Romagna,
Bonaccini: "Sapremo rialzarci"

Usa, sparatoria in ospedale Atlanta:
un morto, arrestato killer

ARTICOLI

in Evidenza

E' l'Italia il regalo di nozze a cui gli stranieri non vogliono rinunciare, una delle nazioni preferite dai promessi sposi di tutto il mondo che continuano a sceglierla come destinazione per l'organizzazione del giorno del proprio matrimonio (o meglio giorni, vista la durata media degli eventi), un'immersione a tutto tondo nello stile e nella cultura italiana, per dirsi sì tra dimore storiche e location mozzafiato. Per promuovere l'internazionalizzazione e l'attività di incoming legato al settore wedding torna in autunno la Bmii – Borsa del matrimonio in Italia, il miglior osservatorio del fenomeno che vede l'Italia tra i principali marketplace suscitando sempre più l'interesse di imprese e di istituzioni territoriali.

Ospiti a Roma per i due giorni di workshop, il 20 e 21 ottobre a Palazzo dei Congressi, 100 buyer provenienti da tutto il mondo per scoprire le migliori soluzioni legate al mondo delle nozze made in Italy. Nelle diverse edizioni della Bmii, giunta quest'anno al suo ottavo appuntamento, sono stati presenti rappresentanti provenienti da Australia, Belgio, Brasile, Bulgaria, Canada, Cina, Croazia, Danimarca, Emirati Arabi, Francia, Germania, Giappone, India, Irlanda, Israele, Lettonia, Libano, Malta, Marocco, Moldavia, Montenegro, Norvegia, Olanda, Polonia, Regno Unito, Repubblica Ceca, Romania, Russia, Slovenia, Spagna, Stati Uniti, Sudafrica, Svezia, Turchia, Ucraina, Ungheria, Uruguay e Venezuela ma sono sempre di più i profili interessati a partecipare, dai diversi continenti.

Nel 2022 la ripresa del destination wedding è stata registrata in tutte le regioni italiane con numeri da capogiro che parlano di 619mila arrivi e di oltre 2 milioni di presenze turistiche collegate al fenomeno, un flusso che secondo i dati dell'Osservatorio destination weddings in Italy – presentato recentemente da Enit e Convention Bureau Italia - ha prodotto nello scorso anno un fatturato di 599 milioni di euro, +11% rispetto al 2019. La Toscana, con le sue bellezze paesaggistiche e artistiche, si conferma la regione

in Evidenza

**Evanews, una nuova
visione delle news
europee**

in Evidenza

Obiettivo ESG

in Evidenza

"Ascolta e vedrai"

in Evidenza

**56° Congresso
Nazionale SItI 2023**

in Evidenza

**Leucemia mieloide
acuta, da Aifa ok
rimborsabilità farmaco
innovativo Abbvie**

in Evidenza

**"Il futuro è Junior", al via
la campagna di Junior
Achievement Italia**

in Evidenza

**Sanpellegrino, nel 2022
generati 2,5 mld euro
lungo filiera pari a
0,13% del Pil nazionale**

in Evidenza

**Vela, si rafforza
partnership tra Arca
Fondi Sgr e Fast and
Furio per un 2023
all'insegna delle sfide**

italiana più richiesta dalle coppie straniere, col 21% del totale: la seguono in ordine di frequenza Lombardia, Campania, Puglia, Sicilia, Lazio. Gli Stati Uniti sono stati il principale Paese di provenienza (29,2%) delle coppie straniere che hanno deciso di celebrare il matrimonio in Italia, ma oltre il 57% degli eventi sono stati generati da coppie di sposi residenti in Paesi europei. Sempre secondo la ricerca, numeri in crescita nel wedding si registrano anche dall'Oriente, specialmente Giappone, Corea e India, dal Sudamerica, e anche da Messico e Australia grazie ai voli diretti. E per il 2023 l'incremento stimato è di oltre 1.000 eventi, una crescita del +9,5%.

La Bmii – Borsa del matrimonio in Italia, nata nel 2014 per rispondere alla crescente richiesta di nozze straniere su suolo italiano e divenuto presto punto di riferimento del settore, è la panoramica più ampia dei prodotti e servizi made in Italy per il giorno del sì, un incontro tra domanda e offerta - esclusivamente B2B – che nella scorsa edizione ha contato 3000 appuntamenti one to one prefissati online.

“Il wedding incide sempre di più sulla filiera del comparto turistico. Obiettivo della BMII 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”, sottolinea Ottorino Duratorre, presidente di Tecnicon, società specializzata da oltre 30 anni in eventi del settore Moda-Sposa e organizzatrice delle manifestazioni internazionali Bmii, RomaSposa e Roma Travel Show.

“Una vetrina - spiega - è un’opportunità di business per enti territoriali, piccole e medie imprese che hanno nel nostro evento l’opportunità di presentarsi a wedding planner e buyer provenienti da tutto il mondo”.

RIPRODUZIONE RISERVATA
© COPYRIGHT ADNKRONOS



Demografica, leggi lo Speciale

Persone, popolazione, natalità: Noi domani. Notizie, approfondimenti e analisi sul Paese che cambia.

Tag

- BORSA DEL MATRIMONIO
- DESTINATION WEDDING
- WEDDING TOURISM
- OTTORINO DURATORRE

- in Evidenza

"More - Museum of Restrictions", a Milano dal 3 al 7 maggio
- in Evidenza

Il tarassaco: appunti di salute su un foglio d'erba
- in Evidenza

"Mare insicuro, Mare costoso" - GUARDA LA DIRETTA
- in Evidenza

Forum del cibo. Dall'8 al 13 maggio Milano capofila nella promozione della politica alimentare
- in Evidenza

Design, intesa tra Associazione Marchi Storici d'Italia e Adi
- in Evidenza

Cresce la Second Hand Economy, vale 25 miliardi di euro
- in Evidenza

Asma, dal concertone al via la campagna di sensibilizzazione 'Dunfiato'
- in Evidenza

"Brand Italia, il Paese che si racconta"
- in Evidenza

Confsal in piazza a Napoli per il Lavoro
- in Evidenza

Aisla, da 40 anni a fianco dei malati di Sla
- in Evidenza

BPER Banca e WWF Italia insieme per l'ambiente
- in Evidenza

Malattia psoriasica, da Bari al via campagna di Novartis
- in Evidenza

THEGATE2023, accessi i portali che collegano le città Capitale Italiana della Cultura
- in Evidenza

Milano, social recruiting e candidate experience all'Employer branding forum 2023
- in Evidenza

Con 'Uniti per le Marche' di Bper donati 205mila euro vittime alluvione
- in Evidenza

Sicurezza sul lavoro, il Decalogo di Confsal per la prevenzione partecipata