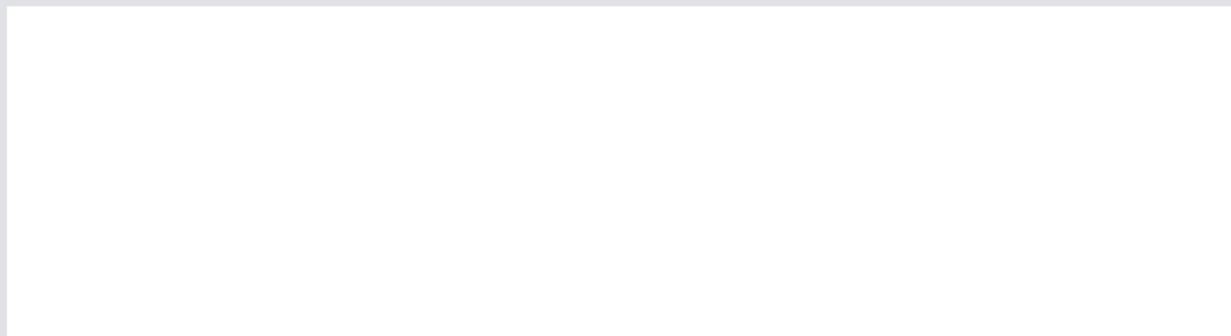




Home Lavoro Dati

Home Lavoro Dati

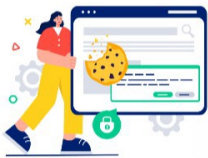
Bridal & tourism in Italy , wedding tourism e turismo esperienziale in primo piano

Labitalia

La tua finestra sul mondo del lavoro

adnkronos
ISCRIVITI

Sposarsi in Italia è vivere e condividere un'esperienza da sogno di totale immersione nella ricchezza architettonica, naturalistica, culturale e culinaria del Bel Paese



Cookie banner e GDPR facile, veloce, completo
Adeguati con iubenda: 100% personalizzabile, integrato con Consent Mode. Scelto da 140k+ clienti

Sponsored by
iubenda

Ora In prima pagina

Raid russo al confine Ucraina-Polonia, Merz: "Pace a rischio, minaccia va presa sul serio"

Papa Leone, stop al Motu proprio di Bergoglio che decurtava salario ai cardinali

Mario Roggero resta in carcere, tribunale sorveglianza di Torino rigetta richiesta differimento pena

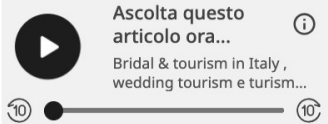
Incidente in laguna a Venezia, proseguono le ricerche di Gabriella dispersa nel Canale Tessera: elicottero sorvola zona

★ Aggiungi Adnkronos come fonte preferita

14 settembre 2026 | 14.27

Sabrina Rosci

LETTURA: 4 minuti



Sposarsi in Italia è vivere e condividere un'esperienza da sogno di totale immersione nella ricchezza architettonica, naturalistica, culturale e culinaria del Bel Paese. Questo è quello che chiedono gli stranieri, Vip compresi, come le nozze di Dua Lipa hanno recentemente ricordato al mondo, con una cerimonia blindata e milionaria di tre giorni, tra Palermo e Bagheria, con oltre 200 ospiti del calibro di Elton John, Madonna e Donatella Versace. Continua a crescere il giro di affari del wedding tourism, un fenomeno particolare di turismo che consiste nell'organizzazione di matrimoni in una nazione diversa da quella di origine e che coinvolge lo spostamento per più giorni in Italia non solo della coppia di sposi stranieri ma anche degli invitati, generando un indotto economico significativo.

La più importante fiera B2B del settore è la BMII – Bridal & tourism in Italy che ospiterà 70 buyer internazionali presso Hotel Cristoforo Colombo Eur di Roma, il 3 e 4 novembre, per favorire l'incontro tra domanda e offerta, incentivando l'internazionalizzazione e l'attività di incoming. Una manifestazione, giunta alla 12a edizione, che conferma la sua centralità strategica nei progetti di promozione e sviluppo a livello territoriale, nazionale e internazionale.

Nata nel 2014 per rispondere alla crescente richiesta di matrimoni di stranieri su suolo italiano, negli anni la BMII ha ampliato il suo target e oggi non promuove esclusivamente il Destination wedding ma tutto il turismo esperienziale. Il progetto si è evoluto e sviluppato in una piattaforma B2B dedicata non solo ai professionisti del matrimonio, ma anche a tutti gli operatori del turismo italiano. L'evento mette in relazione buyer internazionali con imprese italiane dell'ospitalità, del wedding, del turismo e delle esperienze, promuovendo l'Italia come destinazione d'eccellenza per matrimoni, lune di miele, celebrazioni ed esperienze di viaggio.



Etna in eruzione, nuovi disagi all'aeroporto di Catania: voli in arrivo sospesi fino alle 22



Come avere il rimborso del 730 in un'unica soluzione

Articoli in evidenza

IN EVIDENZA



Alla Mostra di Venezia, alla Mostra del cinema l'evento BeGreat "The future is human"

IN EVIDENZA



'Il filo d'Arianna', alla mostra di Venezia il film che racconta il cancro al rene

IN EVIDENZA



A Roma l'evento 'Effetto domino: la generosità che muove il mondo'

IN EVIDENZA



Malattie rare, 'All the Feelings with Pbc': l'arte in aiuto nella colangite biliare primitiva

IN EVIDENZA



Sanità, a Palermo l'Ica Day

IN EVIDENZA



Presentato da Omceo Roma il documento 'Atto medico'

IN EVIDENZA



Online 'Aderenza in Hiv', nuova sezione del sito web di ViiV Healthcare Italia

IN EVIDENZA



Rapporto Coop 2026, Consumi e stili di vita degli italiani di oggi e di domani

"BMII rappresenta oggi una piattaforma di promozione di tutto il comparto turistico Made in Italy", sottolinea Ottorino Duratorre, presidente BMII, la cui società è specializzata da oltre 30 anni in eventi del settore Moda-Sposa e Turismo ed è organizzatrice anche delle manifestazioni internazionali RomaSposa e Roma Travel Show. "Dalla prima edizione a oggi - spiega - i numeri legati al wedding tourism sono aumentati significativamente, assumendo le dimensioni di un business trasversale per l'attività di incoming, che posizionano l'Italia con le sue meraviglie e le sue eccellenze tra i principali marketplace del settore. Tutti vogliono sposarsi in Italia e le nozze incidono sempre di più sulla filiera, un fenomeno che solo nello scorso anno, con oltre 16.000 matrimoni di coppie straniere registrati, ha superato la soglia di 1 miliardo di euro di fatturato".

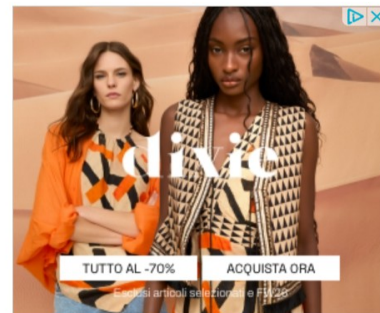
"Ma perché - sottolinea - limitare il sogno solo alle coppie che vogliono giurarsi amore eterno? Il matrimonio è il punto di partenza e fa da volano per tutto il comparto turistico. Ogni evento genera infatti un flusso di ospiti che scoprono destinazioni, strutture ricettive, produzioni locali, cultura, enogastronomia ed esperienze, contribuendo allo sviluppo economico dei territori. Per questo BMII si propone oggi come punto di incontro tra il settore bridal e quello turistico, promuovendo l'intero ecosistema dell'ospitalità italiana sui mercati internazionali".



L'Italia è una delle nazioni preferite dai viaggiatori e dai promessi sposi di tutto il mondo, che continuano a sceglierla come destinazione di eventi che durano più giorni. Per le nozze sempre più di tendenza sono i festeggiamenti della durata di una settimana che prolungano l'esperienza, arricchendola di escursioni di gruppo, degustazioni di vini locali e cene e feste pre e post matrimonio. Il wedding rappresenta sempre un importante motore di incoming turistico, perché gli ospiti dei matrimoni diventano turisti che soggiornano diversi giorni sul territorio.

BMII favorisce l'incontro tra la filiera wedding e quella turistica e oggi, oltre a wedding planner e fornitori del matrimonio, partecipano hotel, resort, dimore storiche, ville, Destination management company, tour operator, consorzi turistici, enti di promozione territoriale, strutture ricettive, compagnie di servizi ed esperienze che promuovono l'Italia come destinazione per vivere un'esperienza di viaggio completa. Tra dimore storiche e location mozzafiato, gustando ottimi cibo e vino, per vivere un'esperienza immersiva nello stile e nella cultura italiana.

Il workshop e la piattaforma sono un incontro tra domanda e offerta che nelle diverse edizioni di BMII ha già ospitato 15.000 appuntamenti con 1000 buyer provenienti da Australia, Belgio, Brasile, Bulgaria, Canada, Cina, Cipro, Croazia, Danimarca, Emirati Arabi, Francia, Germania, Giappone, India, Irlanda, Israele, Lettonia, Libano, Malta, Marocco, Moldavia, Montenegro, Norvegia, Olanda, Polonia, Portogallo, Puerto Rico, Qatar, Regno Unito, Repubblica Ceca, Romania, Slovenia, Spagna, Stati Uniti, Sudafrica, Svezia, Thailandia, Turchia, Ungheria, Uruguay e Venezuela, ma sono sempre di più i profili interessati a partecipare, dai diversi continenti.



IN EVIDENZA

A Palazzo Farnese l'evento promosso dal Club Santé Italie: "Ripensare il futuro della salute"



IN EVIDENZA

A Sabaudia il workshop istituzionale 'La politica del fare a tutela del bambino'



IN EVIDENZA

Tumore al seno, i primi due anni di attività dell'Osservatorio nazionale sui test genomici



IN EVIDENZA

Bologna Fiere, utile a 19,3 milioni, ricavi +4% a 200,8 milioni nel primo semestre



IN EVIDENZA

La nuova stagione per il Ferretti group inizia da Cannes



IN EVIDENZA

Salute circolare, Coop presenta nuova campagna



IN EVIDENZA

Coni e Sisal insieme per l'Italia Team



IN EVIDENZA

Narwal a Ifa 2026, Ai per una casa sempre più intelligente



IN EVIDENZA

Digitale, Ministero Lavoro: con Edo formazione per oltre 186mila persone tra maggio 2025 e giugno 2026



IN EVIDENZA

Milano, Ffm presenta nuovo hotel: investimento da 66 mln per torre da 90 metri



IN EVIDENZA

Ecovacs Robotics e la casa del futuro



IN EVIDENZA

'Comprendere e contrastare il fenomeno della perdita dei talenti', presentato a Cernobbio studio Teha - Philip Morris Italia