

## Wedding Tourism, 25 e 26 ottobre 60 buyer internazionali a Roma per Bmil 2024

[Inizio](#) » [Eventi](#)[🕒 13 Giugno 2024 11:42](#) [👤 vgc](#) [📁 Eventi Turismo](#) [📍 Roma](#)

Tweet



Share



in Share



Email

**EQUITÀ DI GENERE NELLA  
CULTURA – LETTURE LENTE**

Dirsi di sì tra dimore storiche e location mozzafiato, gustando ottimi cibo e vino, per vivere un'esperienza immersiva, a tutto tondo, nello stile e nella cultura italiana. È 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.

L'Italia anche nel 2024 si riconferma uno dei principali marketplace del wedding tourism, un fenomeno in continua ascesa che cattura sempre più l'attenzione di privati e istituzioni per la sua grande potenzialità di crescita economica. Per promuovere l'internazionalizzazione e l'attività di incoming legata alle nozze di stranieri nel nostro Paese l'appuntamento di riferimento è la Bmii-destination wedding in Italy, che quest'anno festeggia la sua decima edizione ospitando, il 25 e il 26 ottobre a Palazzo dei Congressi a Roma, oltre 60 buyer internazionali provenienti da oltre 20 paesi del mondo per scoprire le migliori soluzioni legate al mondo delle nozze made in Italy.

Nato nel 2014 per rispondere alla crescente richiesta di matrimoni di stranieri su suolo italiano, il workshop è divenuto presto punto di riferimento del settore, la Bmii è la panoramica più ampia dei prodotti e servizi made in Italy per il giorno del sì, un incontro tra domanda e offerta che nelle sue diverse edizioni ha già ospitato 15.000 appuntamenti con 920 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.

Osservatorio di questo particolare segmento dell'offerta turistica, la Bmii è stata in questi dieci anni anticipatrice, testimone e promotrice dell'Italia come destination wedding, un fenomeno che sta diventando un vero fiore all'occhiello per il nostro Paese e in costante crescita: nel 2023, come riportato nel report Destination wWedding in Italy realizzato da Centro studi turistici (Cst) per Convention Bureau Italia, sono stati 2.500 gli eventi in più rispetto al 2022 con un aumento importante delle coppie statunitensi e segnali significativi registrati per sposi australiani, canadesi, indiani, cinesi, messicani, singaporiani e indonesiani.

La spinta inflattiva ha avuto ripercussioni sul budget medio degli eventi che è passato da circa 54 mila a 59 mila euro, ma non ha condizionato le scelte delle coppie straniere che hanno celebrato prevalentemente il matrimonio con rito simbolico e hanno festeggiato l'evento in location quali ville, residenze d'epoca, agriturismi, castelli e borghi. L'indagine ha rilevato anche un incremento del numero medio di partecipanti agli eventi (60,7), che ha certamente contribuito all'aumento del fatturato del settore, con oltre 2,4 milioni di pernottamenti (+19,5%) stimati per le presenze turistiche collegate alle cerimonie. Nel complesso si stima che lo scorso anno siano stati oltre 13.600 i matrimoni di coppie straniere celebrati in Italia, cioè il +22,3% rispetto al 2022 (11.100 del 2022).

"Tutti vogliono sposarsi in Italia e il wedding incide sempre di più sulla filiera del comparto turistico", sottolinea Ottorino Duratorre, presidente della Bmii, la cui società specializzata da oltre 30 anni in eventi del settore Moda-Sposa è organizzatrice anche delle manifestazioni internazionali RomaSposa e Roma Travel Show. "Obiettivo della Borsa del matrimonio in Italia - spiega - 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 e 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".