

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



DI ADNKRONOS • 3 MAGGIO 2023 • ⌚



(Adnkronos) – 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 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 Duratore, 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”.



Articoli correlati

