



**agenzia di viaggi**  
magazine

**AIRITALY**

**DELHI A PARTIRE  
DA 327 € A/R.**

**PRENOTA ORA**

[NOTIZIE](#) - [STRUMENTI](#) - [LAVORO](#) - [ANNUARIO](#)

Cerchi qualcosa?



DIVENTA UN SANDALS SPECIALIST CON IL NOSTRO NUOVO CORSO ONLINE

*Sandals*

\*Si applicano T&C

## Weddingmania in Italia: nel 2018 crescono Puglia e Sicilia



13 novembre 2018

16:18

da [Andrea Lovelock](#)  
Stampa questo articolo

Sono stati circa 8mila i matrimoni celebrati dagli stranieri nelle location più suggestive del nostro Paese nel 2016: un mercato in costante ascesa che genera oltre 410mila arrivi, circa 1,4 milioni di presenze e un fatturato di almeno 450 milioni di euro.

Numeri di un fenomeno turistico che coinvolge almeno **52mila imprese**, tra operatori, agenzie di viaggi e tanti professionisti della filiera tra cui 3.200 wedding planner, 7.300 fotografi, 2.100 imprese di catering, 1.800 makeup artist, 800 hair dresser, 2.200 floreale designer, 1.200 filmmaker. Dati certificati del 2016 e forniti da **Alessandro Tortelli**, direttore scientifico del Centro Studi Turistici di Firenze nel corso del **Buy Wedding in Italy**, in svolgimento a Bologna, organizzato da **BussolaEventi** con il patrocinio dell'Enit.

Sono 30 le delegazioni di buyer esteri presenti alla kermesse, per un totale di 90 operatori accreditati provenienti da Usa, Russia, Svizzera, Inghilterra, Francia, Germania, Olanda, Iran e Kuwait, mentre l'offerta italiana è rappresentata da circa 80 seller. Nella prima giornata ci sono stati circa 880 appuntamenti e si stima che al termine dell'evento, si contabilizzeranno almeno **1700 incontri**.

Nello scenario delineato da Tortelli per quest'anno – con stime sul wedding che anticipano i dati che verranno resi noti a febbraio 2019 – c'è una **crescita del +5%** con significativi incrementi da Paesi extra-europei, soprattutto da **Cina, Russia e Sudamerica**; mentre nell'area europea gli aumenti più rilevanti si riscontrano da Francia, Regno Unito e Olanda. Interessanti anche le performance delle wedding destination in Italia che pur confermando la leadership della Toscana e a seguire Lombardia, Campania e Lazio, pongono in risalto la forte crescita di **Puglia e Sicilia**. Altra curiosità: sul totale delle cerimonie di stranieri il 32% dei riti è di natura religiosa. Un quadro abbastanza nitido.

«E anche i primi tre mercati di riferimento per il nostro wedding incoming – ha aggiunto **Tortelli** – sono ben definiti: Usa con 337mila arrivi, Regno Unito con 121mila arrivi, Australia con 165mila arrivi, seguiti da altri mercati d'oltreoceano come il Canada con 49mila arrivi, che tra l'altro rappresentano tutti bacini alto spendenti».

Nella ripartizione geografica delle location scelte dagli sposi stranieri, i matrimoni si svolgono nel 43% dei casi nel centro Italia, seguita dall'area nord-ovest (24%) e sud (20%). Una ripartizione che denota come il destination wedding è ormai un fenomeno in ascesa come rileva **Bianca Trusiani**, presidente del comitato tecnico Buy Wedding in Italy: «Diciamo pure che è una moda che va strutturata perché credo che con i giusti elementi e una preparazione adeguata, sia il singolo imprenditore che il territorio possono trarre vantaggio. Ma anche le istituzioni e le associazioni di categoria devono supportare tale attività e fare la loro parte per ottimizzare l'offerta e arrivare a quello che è il mio sogno, ovvero fare di tutta Italia una wedding destination. In altre parole occorre fare rete, magari partendo dal basso, dalle piccole imprese e da una interrelazione sul territorio».

Una necessità, quella della rete, esplicitata anche nel corso di un talk show pomeridiano dove è stato anche rilevato come, in presenza di una **rete di professionisti del wedding**, i referenti esteri avrebbero più facilità di interfacciarsi. Così come la stessa rete potrebbe condividere professionalità specializzate di territori diversi. E questo perché se è vero che i matrimoni di stranieri sono un bel potenziale di business, è altrettanto vero che in Italia mancano spesso le professionalità ricercate come gli hair dresser o bravi musicisti specializzati nel wedding entertainment, ovvero un deficit che può penalizzare le nostre potenzialità.

A Bologna, dunque, è stata lanciata la vera sfida: quella di allestire e consolidare una vera e propria filiera per il segmento wedding e di leggere i vari fenomeni attraverso la predisposizione dei territori che ospitano le cerimonie, anche per recuperare il gap rispetto ai nostri competitor più preparati in termini di destination wedding come ad esempio la **Spagna**, la **Francia** o addirittura la **Polinesia**.


Un passo essenziale nelle strategie di marketing del wedding destination è legato all'utilizzo virtuoso dei canali social, come sottolineato da **Marco Mason** di Destination Marketing, che ha menzionato come attraverso i social media ci sono anche fenomeni di fidelizzazione, ovvero di sposi che tornano nei luoghi dove hanno celebrato il loro matrimonio. Operatori e territori possono dunque influenzare le scelte e monitorare i propri target di riferimento attraverso strumenti come **Facebook e Tripadvisor**.

Articolo "taggato" come:

• [Alessandro Tortelli](#) • [Buy Wedding in Italy](#) • [Marco Mason](#)


Iscriviti alla Newsletter

Registrati





### Perù Insolito

Proposte originali per viaggiatori unici



**PARTECIPA AL WEBINAR**

 **Giovedì 22 novembre 2018**  
ore 13:30



Entra su **TravelID**

Ultimi Contenuti

Webinar

**REDAZIONE** - 16/11/2018  
**E' online la registrazione di "Moldova – Autentica scoperta!"**  
Se non avete potuto partecipare al webinar Moldova – Autentica scoperta collegatevi... [Continua >](#)

**REDAZIONE** - 15/11/2018  
**Webinar Perù Insolito – Sospesi nella valle**  
Dormire sospesi su un canyon nella Valle Sacra. Questa è una delle attività adrenaliniche... [Continua >](#)

**REDAZIONE** - 14/11/2018  
**Partecipa domani al webinar "Moldova: autentica scoperta" alle ore 14.00**  
Perché inserire la Moldova nelle tue proposte di viaggio? Perché è interessante, vicina... [Continua >](#)

**MONIAGIOVAGNOLI** - 13/11/2018  
**Addetto/a biglietteria – Roma**  
Gauguin Viaggi cerca addetto/a biglietteria IATA, FS, marittima, CRS Galileo Pico, vendita... [Continua >](#)

**REDAZIONE** - 13/11/2018  
**Webinar Perù Insolito – Le meraviglie dell'Amazzonia**  
Dove trovare una delle più grandi concentrazioni di vita sul pianeta, con importanti va... [Continua >](#)

I più letti della **Settimana**

- 1 [Gartour, ondata di licenziamenti: la decisione di Destination Italia](#)
- 2 [Policy bagagli, il Tar del Lazio respinge il ricorso Ryanair](#)