

# Buyer da 5 continenti cercano al “Buy Wedding Italy” il meglio che offriamo per i matrimoni in Italia

*Autore Redazione*



***Dal 12 sera al 14 novembre 2018 si svolge a Bologna “Buy Wedding in Italy”, l’appuntamento business to business dedicato all’offerta del meglio che l’Italia può offrire per i matrimoni esteri. Partecipano 30 buyer internazionali, oltre 80 seller dell’offerta delle regioni italiane, qualificati relatori e giornalisti, ospitati in alcune dimore storiche di Bologna.***

Un’importante rappresentanza dell’offerta del comparto wedding nazionale si presenta, **dal 13 al 14 novembre 2018 a Bologna**, alla 4° edizione di **“Buy Wedding in Italy”**, il maggior appuntamento dedicato alla **‘destination wedding’** italiana che ha ottenuto il patrocinio dell’Ente Nazionale per il Turismo (ENIT), vedrà la partecipazione di 30 importanti buyer internazionali in rappresentanza di 5 continenti con forte presenza da Cina, Russia e Gran Bretagna. Gli operatori nazionali, tra i più qualificati del settore, saranno 80 in rappresentanza di 15 regioni. “Il destination wedding è un fenomeno in costante crescita – afferma **Bianca Trusiani**, Presidente del Comitato Tecnico BWI, tra i massimi esperti italiani del settore – tanto da essere diventato una vera e propria moda. Con i giusti elementi ed una preparazione adeguata, sia il singolo imprenditore, sia il territorio possono trarne un grande vantaggio. Si devono analizzare tutti gli attori del destination wedding:



Imprenditoria, Istituzioni,

Associazioni di Categoria ed indicare come ci si deve organizzare nella filiera corta per ottimizzare l'offerta e creare un prodotto composto. Così facendo, si ha la possibilità di entrare nella filiera lunga del turismo e, attraverso azioni strategiche, far arrivare flussi turistici dedicati non solo al destination wedding ma anche al romantic tour". L'iniziativa, organizzata da **'Bussolaeventi'**, avrà luogo negli ampi spazi di **Palazzo Isolani**, nel cuore della città, in Piazza S. Stefano, mentre le due serate a tema riservate agli operatori si terranno a Palazzo Boncompagni e all'Accademia dei Notturmi, nella vicina provincia, due famosi palazzi bolognesi aperti solo per l'occasione, dove la moda, la cultura, l'arte e naturalmente il cibo italiano saranno assoluti protagonisti. Palazzo Isolani è fra le più belle dimore storiche **nel cuore di Bologna**: si affaccia sulla splendida Piazza delle Sette Chiese e, a pochi passi dalle celebri Due Torri, è ancora oggi proprietà della famiglia Cavazza Isolani. Palazzo Isolani è una dimora storica particolarmente adatta per ospitare questo evento "speciale" con numerosi ospiti ma si presta anche per ricevimenti di dimensioni contenute, con un tocco di particolare atmosfera, che trovano in questa struttura quanto necessario alla loro migliore riuscita.



**Palazzo Boncompagni**

(ora Benelli, nella foto) è in pieno centro storico, a poche centinaia di metri da piazza Maggiore e delle Due Torri. Si terrà qui la **'serata d'apertura'** di **Buy Wedding in Italy** per i buyer internazionali chiamata **"Welcome Italy"** con temi quali moda, arte, cultura, scenografie, musiche a tema.

**A Villa Ranuzzi Cospi, sede dell'Accademia dei notturni**, si svolgerà la **'cena di gala'** di **Buy Wedding in Italy** sul tema **"L'Arte del ricevere"** per far conoscere prodotti tipici, tasting di vini ed eccellenze gastronomiche, ma non solo! Oggi le sue antiche cantine ospitano la "Taverna Tamburini" che offre ai propri ospiti una cucina tradizionale dai sapori antichi, garantiti dall'alta qualità e dalla storia gastronomica bolognese della famiglia Tamburini, proprietaria della struttura.



**Il programma conferenz** **di altissimo livello** con i migliori professionisti che illustreranno gli scenari dei **e è**

prossimi anni. Buy Wedding in Italy è un evento imperdibile, dunque, per operatori, imprenditori, wedding planner, amministratori che hanno a cuore il nostro territorio, la nostra storia, la nostra bellissima Italia.

### **Cos’e’ il Destination Wedding**

In questi giorni siamo stati testimoni del matrimonio del rapper Fedez e della influencer Ferragni, che ha posto l’attenzione su un territorio, che già di suo ha un’importanza turistica rilevante, la cittadina di Noto, che fino ad oggi non era riconoscibile come destinazione per i matrimoni incoming. Un occhio attento rileva come il matrimonio “FERRAGNEZ”, il loro nuovo brand, ha messo a sistema tutta la filiera corta dal noleggio aeromobile ed auto, ai catering, alla trasformazione completa di una location, tanto da farla divenire un vero e proprio parco giochi del divertimento, non dimenticando la natura dell’unione stessa, il matrimonio civile. Argomento principe del convegno BWI è anche in quest’ultima edizione, l’innovativo modo di affrontare il **marketing territoriale**. Analizzare tutti gli attori del destination wedding ed indicare come attraverso un’azione sinergica, ci si deve organizzare nella filiera corta per ottimizzare l’offerta e creare un prodotto composto. Avere l’opportunità di destagionalizzare e diversificare la propria attività. Componendo così il prodotto, si ha una possibilità concreta di



entrare nella filiera corta, una lunga del turismo e, attraverso alcune azioni strategiche, far arrivare flussi turistici dedicati non solo al destination wedding ma anche al “romantic tour”. Una sempre più crescente domanda da parte delle coppie straniere di celebrare le loro nozze sul territorio non solo italiano ma soprattutto pugliese, ha generato un nuovo flusso turistico incoming che ha dato nuova linfa alla visibilità della regione. Si stima da fonti non ufficiali che oltre il 50% dei matrimoni celebrati e festeggiati in Puglia sono stati organizzati per coppie straniere o non residenti. Il Wedding per stranieri, se strutturato in modo efficace ed efficiente, promuovendo e valorizzando il territorio, genera un indotto importante per gli operatori della filiera matrimonio ma anche per quella turistica tale da essere indicata come uno dei nuovi modelli di marketing territoriale.

*Bianca Trusiani, Presidente Comitato Tecnico BWI*

### **Promuovere i territori**



In qualità di Ambasciatore della bellezza italiana nel mondo e come professionista che opera da tempo nel mondo del luxury, del design e degli eventi, considero un privilegio, poter lavorare in quello che considero senza dubbio, il paese più bello del mondo. Condivido gli importanti obiettivi di promozione del nostro territorio come perfetta "destination" per matrimoni, eventi e tour esperienziali. La nostra ricchezza maggiore è l'Italia stessa, dobbiamo quindi mettere in atto tutte le possibili sinergie e strategie affinché i professionisti che operano nel campo dell'accoglienza e dell'organizzazione degli eventi possano accrescere le loro competenze e la loro professionalità al fine di essere pronti ad accogliere un pubblico, certamente innamorato dell'Italia, ma sempre più colto e con aspettative molto alte.

*Angelo Garini, Architetto e designer di eventi esclusivi*

### **Come entrare nei circuiti internazionali per fare business**

Nel quadro delle attività proprie dello Skal Roma, forte rilevanza, se non "obiettivo primario", riveste il posizionamento e la promozione turistico – commerciale dell'Italia nel mondo. **Skal International** è costantemente impegnato nel suo ruolo di "Brand Ambassador" del proprio territorio, per far conoscere le splendide realtà del territorio nazionale e per contribuire al posizionamento e alla promozione turistico-commerciale delle eccellenze dell'Italia. Un grande opportunità di visibilità, di immagine e di posizionamento nel nostro caso del prodotto "Wedding" con una forte comunicazione internazionale ai "Produttori" di Turismo rappresentati dagli iscritti allo Skal International.

*Antonio Percario, Presidente Skal Roma*

Info: <http://buyweddingitaly.it>