

Giornale di interesse professionale per il turismo

[Seguici su Facebook](#) [Segui @TravelQuot](#) [Guardaci su YouTube](#) [Seguici su Instagram](#) [Segui i nostri Feed RSS](#) [Contattaci](#) [About Us](#) [Quien Somos](#)

Quotidiano  
**Travel**  
www.travelquotidiano.com



- [HOME](#)
- [CHI SIAMO](#)
- [PUBBLICITÀ](#)
- [NEWSLETTER](#)
- [EVENTI](#)
- [LAVORO](#)
- [WEBINAR](#)
- [REPORTAGE](#)
- [TOVE](#)

• parole da cercare  Cerca

- [In Evidenza](#)
- [Trasporti](#)
- [Tour Operator](#)
- [Alberghi](#)
- [Enti, istituzioni e territorio](#)
- [Mercato e tecnologie](#)
- [Estero](#)
- [Incoming](#)
- [Tutte le ultime notizie](#)



## [Sposarsi in Italia: i dati e le proiezioni per aiutare il confronto con i wedding planner stranieri](#)

[0] 14 novembre 2018 12:39



Bianca Trusiani (foto: Marcella Fava)

I dati svizzerati nella due giorni bolognese sui “matrimoni di stranieri in Italia”, che va a concludersi oggi pomeriggio sono una piattaforma di conoscenza importantissima per capire il mercato.

«A chi proporci, come proporci, come organizzarci, chi incontrare e chi far incontrare – spiega **Bianca Trusiani**, presidente del comitato tecnico scientifico di [Buy wedding in Italy](#) – è una chiave importante per il successo del segmento nel quale sempre più operatori stanno identificando la propria professionalità. E i mercati stranieri mostrano sempre più interesse verso il nostro paese per organizzare matrimoni

indimenticabili, perché il fascino della nostra storia, il romanticismo, la qualità di cibo e vino sono delle carte da giocare che possono davvero fare la differenza, su qualunque tipo di comparazione/competizione».

In questo scenario il [Centro Studi Turistici di Firenze](#), partendo da un presupposto importante, ha esaminato il mercato. Gli stranieri che si sposano in Italia non organizzano l'evento in forma autonoma, ma impiegano una filiera di professionisti ai quali chiedono servizio esclusivi per una "esperienza" irripetibile, con budget importanti di spesa.

«Le regioni che crescono di più in Italia, per "appeal" sono Puglia, Sicilia e Campania e i paesi esteri che "amano" sposarsi in Italia – spiega **Alessandro Tortelli** – Cina, Russia, America Latina e Francia, UK, Olanda. I britannici detengono il primato con 121mila arrivi e 365mila passeggeri, pari al 27,6% di share, gli USA seguono con il 21,2% del mercato, con 64mila arrivi e 337mila presenze (soggiorno più lungo). Al terzo posto si piazza una incredibile Australia con 29mila arrivi e 165mila presenze con un 5,3% del mercato, seguita da Germania e Canada».

La Toscana furoreggia come destinazione preferita, seguita da Lombardia e/o Campania, Lazio, Veneto e Puglia per la maggior parte.

«Con questi numeri e queste premesse, che vanno sempre più consolidandosi – conclude Trusiani – è imperativo dare vita ad una filiera che dia una dignità sempre maggiore e un "brand recognition" non solo al paese nella sua interezza, ma al settore del wedding come importante branca del mercato turistico di incoming, una delle voci importanti dell'economia italiana».



## Articoli che potrebbero interessarti:



**Miami inaugura il "Phillip and Patricia Frost Museum of Science"**



**Alitalia potenzia il lungo raggio con la Roma-Malé**



**Boscolo Tours a teatro con gli adv**



**Welcome Travel: al via la formazione con i "We Training"**



**Cinema gratis per gli iscritti ai club Italo Più**



**Viaggi di nozze e matrimoni, le proposte del Centro America**



**Travelgood sceglie TrustForce: cresce la squadra di partner**



**New York City inaugura il traghetto per la spiaggia di Rockaway**

[Clicca per lasciare un commento e visualizzare gli altri commenti](#)

## Travel Comunica

22 novembre  
ore 14.00

Partecipa al webinar

**IDD**  
(questa sconosciuta)

con la partecipazione di Christian Garrone e Michele Cossa  
e l'intervento di Dario Giovanna, dg di Erv Italia

ERV  
BORGHINI E CASSA  
We Training