



Wedding Tourism ...la fotografia di un fenomeno in ascesa



Wedding Tourism, un fenomeno economico rilevante, uno strumento che vivacizza il nostro incoming e sostiene le stagioni di spalla. Prospettive buone per il 2020: ben il 46,4% degli operatori interpellati afferma che nel prossimo anno organizzerà “più matrimoni rispetto al 2019”.

Il Wedding Tourism è un comparto di peso che ha il suo primo Osservatorio Italiano, a cura di JFC promosso da 'Buy Wedding in Italy' e 'ANUSCA', presentato oggi a Bologna, presso la sede del Comune a Palazzo d'Accursio, prima dell'inizio della 5a edizione di Buy Wedding in Italy, che accoglie 35 buyers da 18 Paesi del mondo e 70 seller italiani, oltre ai molti relatori per l'area formativa.



L'Osservatorio, che riuscirà a fornire maggiori certezze agli operatori italiani ed esteri del comparto fornendo dati reali, proiezioni e trend sullo sviluppo di tale attività, è curato da un team di esperti professionisti, coordinati da Massimo Feruzzi, Direttore Scientifico dell'Osservatorio Italiano Destination Wedding Tourism con Valerio Schönfeld, fondatore e Direttore di Buy Wedding in Italy e Bianca Trusiani, Presidente del Comitato Tecnico Scientifico del BWI.

L'Italia del Wedding

Ma perchè ci si sposa sempre di più in Italia? Questa scelta, per molti stranieri, è legata ad elementi di indiscusso appeal della nostra nazione a livello mondiale: è, quindi, il fatto stesso che l'Italia sappia esprimere un "forte fascino ed una riconosciuta bellezza" ad essere l'elemento condizionante la scelta del nostro Paese per la maggior parte degli sposi, ben il 31,1% del totale. Vi sono poi ulteriori due fattori che incidono in maniera estremamente rilevante su tale scelta: "l'enogastronomia ed i prodotti tipici" (15,8%) e il fatto che l'Italia sia "meta romantica" (11,7%). Per molti sposarsi nel nostro Paese "rappresenta un sogno" (9,4%), ma vi sono anche "motivi e legami familiari" (8%). Altri motivi che fanno scegliere l'Italia come luogo per il loro matrimonio sono l'indiscutibile valore degli "aspetti storici e culturali" e la "bellezza del paesaggio, il landscape", rispettivamente con quote del 6,6% e del 6,3%.

Il report presenta in primis un'analisi della "wedding industry", un settore complesso, che coinvolge ed interessa sia la filiera di produzione e servizi territoriali sempre più ampia e differenziata, sia il sistema delle organizzazioni e società nazionali e non che si occupano di proporre sui mercati le wedding destination. Tale comparto è tra i settori con il maggior indice di spesa pro/capite. E' composto da ben 16 diversi settori di specialisti che forniscono servizi ai matrimoni, i quali coinvolgono 71.437 aziende nel ns. Paese. Si aggiungono i wedding specialists italiani, pari a complessive 4.228 aziende, sia di wedding planner che di Tour Operator/Adv italiani. Nel corrente anno il mondo del wedding tourism in Italia coinvolge ben 75.665 aziende/operatori.

Le destinazioni trendy



Tra le destinazioni considerate le più interessanti e appetibili, spicca Amalfi (13,3), seguita dalla Toscana (11,7) e da una più generica Costiera Amalfitana con il 10,4%. Segue poi Venezia (9,2%), Firenze (8,3%), la Puglia con il 7,3%, il Lago di Como con il 7,1%, Roma con il 5,9%. E ancora: Ravello con il 4% e Capri con il 3,2%. I territori regionali che assorbono – nel 2019 – la maggior quota di wedding tourism sono soprattutto tre: in primis la Toscana con il 25,6% del mercato, seguita dalla Campania (15,3%) e dalla Lombardia con un market share pari al 14,3%. Queste tre primarie regioni conquistano da sole ben il 55,2% del settore. Buone le quote del Veneto (8,2%), del Lazio (7,2%) e della Puglia (6,1%), mentre con percentuali inferiori troviamo

a seguire, la Sicilia (3,3%), la Liguria (3,1%), il Piemonte (2,7%), l'Umbria (2,6%), il Friuli Venezia Giulia (2,5%) e la Calabria con il 2,1%.

Il valore economico



L'analisi congiunturale del sistema nazionale della Wedding Industry italiana permette di avere la visione complessiva dell'evoluzione di questo settore facendo riferimento al solo wedding incoming, escludendo dalla rilevazione tutti gli operatori che gestiscono servizi solo per il mercato nazionale o matrimoni di italiani che si recano all'estero. Nell'anno 2019 la wedding industry italiana registrerà le seguenti performances: • 9.018 matrimoni di stranieri realizzati, segnando un incremento, rispetto allo scorso anno, del +2,1% di eventi; • 440.102 stranieri venuti in Italia per questi matrimoni, di questi, 18.037 sono gli sposi, i restanti 422.065 sono gli invitati; 1.783.136 le presenze complessive registrate grazie al wedding tourism; di queste, 137.081 sono le notti di soggiorno degli sposi, mentre le restanti 1.646.055 sono date dagli invitati; 486 Milioni 854mila Euro il fatturato complessivo del wedding tourism nell'anno in corso; 53.984,00 Euro il costo medio sostenuto dalle coppie di stranieri per sposarsi in Italia.

Giunto alla 5° edizione il BWI - Buy Wedding in Italy 2019 oggi si identifica come rassegna guida del settore e per questo propone ai buyer esteri ed agli operatori italiani (seller) molte novità che andranno a rendere più completa la tre giorni in svolgimento a Bologna dal 12 al 14 novembre 2019.

12 Novembre 2019