

## **Italia. Boom di matrimoni esteri nei Wine Resorts della rete Wine&Wedding quest'anno sono il 65% in più rispetto al 2012**

Boom di matrimoni esteri nei Wine Resorts della rete Wine&Wedding quest'anno sono il 65% in più rispetto al 2012

In totale controtendenza rispetto al dato nazionale (- 6%)

aumentano le cerimonie nelle strutture del network che fanno registrare un + 6,5%

Se si volesse trovare un titolo d'effetto alla notizia sarebbe senz'altro "Si può fare, cronaca di un'economia che funziona nonostante

la crisi". In effetti è proprio totalmente controcorrente, rispetto agli scoraggianti dati nazionali, l'andamento del primo anno di

attività del network Wine&Wedding che si occupa, molto semplicemente, di mettere insieme le potenzialità di lussuosi Wine Resort

italiani con l'enoturismo e il mercato dei matrimoni, i tre pilastri sui quali passa il piano del progetto.

La sfida lanciata al mercato da Giovanna Dello Iacono, AD del marchio, era parsa un anno fa quasi azzardata, considerando che la

percentuale di chi decide di convolare a giuste nozze in Italia è in calo oramai dagli anni '70 e secondo i dati riportati dall'Istat segna

ogni anno un decremento di oltre novemila matrimoni che fanno abbassare l'asticella del 6%.

La giusta intuizione di Wine&Wedding, ed il suo successo, è stata quella di puntare sul piatto degli sposi stranieri. Così, ad

un anno dai nastri di partenza il progetto può dichiarare di aver raggiunto un obiettivo ambiziosissimo: nelle strutture del network

sono previsti per il 2013 (già effettuati o prenotati) il 6,5% in più dei matrimoni rispetto al 2012 e a crescere sono soprattutto i

destination weddings, ovvero matrimoni di coppie straniere che scelgono l'Italia per dirsi di Sì. Una percentuale peraltro

importantissima, che si alza fino ad un incoraggiante +65%.

Wine&Wedding lavora ogni giorno per promuovere e far conoscere a livello internazionale le selezionate strutture del

network, con un'operazione di marketing e comunicazione efficace e puntuale che ha determinato la crescita dell'intera rete.

Gli strumenti sono molteplici e assolutamente 2.0: due portali (italiano ed inglese) che hanno fatto registrare oltre 25mila accessi,

oltre 500 articoli pubblicati a cadenza quotidiana sulle attività dei resorts, sui matrimoni, sui principali trends e su brands di interesse

internazionale, due newsletter mensili rivolte rispettivamente a target consumer e business ed inviate ad un database di circa 20.000

utenti, un'intensa attività social che ha generato importanti contatti con agenzie di wedding planner estere. Poi, ancora, tanto

internet marketing che ha portato Wine&Wedding a posizionamenti naturali in prima pagina sui principali motori di ricerca. “Da ogni parte del mondo - racconta Giovanna Dello Iacono - digitando parole chiave come “wedding italy”, ma anche “matrimonio in vigneto” o “sposarsi in wine resort”, un’altissima quota di utenti approda ai nostri portali, un traffico che porta nuovi visitatori a livello internazionale (+70%)”.

Oltre il web però c’è anche il cartaceo: “Abbiamo pubblicato la GuideBook 2013, presentata in anteprima al New York

Weddings Event, importantissimo evento bridal visitato da oltre 6mila coppie di promessi sposi americani, che si svolge ogni anno nel cuore di Manhattan, organizzato in collaborazione con il New York Magazine. La distribuzione della GuideBook è continuata poi in

altri eventi destinati agli sposi: SÌSposaitalia Collezioni 2013, grande fiera di settore nella quale il marchio Wine&Wedding è stato

presentato ufficialmente lo scorso anno (giugno 2012) e che ha ripetuto la partnership nell’edizione di quest’anno sponsorizzando il

Vip Club e presentando le strutture in un ampio stand antistante l’affollatissimo foyer sfilate. I successi si sono ripetuti anche alla

Mostra Internazionale dell’Artigianato di Firenze e nel doppio appuntamento con Il Matrimonio dei Sensi (Milano e Roma) c/o gli

Hotel Boscolo. Tramite i propri partner, inoltre, Wine&Wedding distribuisce la GuideBook anche in Russia ed in altri importanti paesi-target, Stati Uniti, Nord Europa e Giappone.

A tutto ciò è affiancata un’importante attività di ufficio stampa che ha generato oltre cento articoli pubblicati, tra le altre,

anche da testate nazionali in vari settori: IlSole24Ore, Vogue Sposa, Elle Sposa, Sposa Moderna, Libero, WineNews, Il Corriere

Vinicolo e moltissime altre.

Per ulteriori informazioni: [www.wineweddingitaly.com](http://www.wineweddingitaly.com)