

WEDDING TOURISM UNA LEVA DI MARKETING TERRITORIALE CHE ATTRAIE OLTRE UN MILIONE DI PERSONE IN ITALIA

Secondo un'indagine dell'Osservatorio giornalistico internazionale Nathan, dei 44 milioni di turisti che vengono nel nostro Paese, ben l'8% lo fa per motivi legati all'Amore. Oltre settemila cerimonie celebrate in Italia da parte di coppie straniere e più di un milione e duecentomila persone che vengono in Italia solo per matrimoni e lune di miele. Tra le principali destinazioni matrimoniali italiane troviamo Verona e Venezia, poi la Toscana con Firenze in cima alla lista, Roma, Costiera Amalfitana e Capri.

Il matrimonio è un momento della vita dove, come ha scritto la sociologa Laura Arosio, si concentrano grandi "aspettative emozionali". Quella che si vuole vivere è un'esperienza perfetta ed indimenticabile e, certamente, celebrare il proprio matrimonio 'fuori porta' permette di vivere occasioni emozionali uniche, difficilmente vivibili nei propri luoghi di residenza.

Un mercato florido, quello del Wedding Tourism alimentato soprattutto da anglosassoni, russi, americani, giapponesi e cinesi per un mercato che movimenta un giro d'affari di ben 315 milioni di euro.

Una conferma della vitalità del settore arriva dal brand Wine & Wedding - Italian Wedding Experience - che ha creato un connubio tra ospitalità di charme, eno-gastronomia di qualità e wedding design e che ha appena presentato la nuova collezione 2014 di location esclusive, tutte di proprietà di importanti aziende vinicole, specializzate nei matrimoni fuori porta. *Offriamo wedding package 'chiavi in mano' alle coppie e ai loro invitati che decidono di venire a sposarsi in Italia - afferma l'AD del brand Giovanna Dello Iacono - ed ogni pacchetto è provvisto di un D.W.C. (Destination Wedding Certificate) che garantisce agli sposi che le location ed i fornitori di prodotti e servizi wedding del nostro network sono specializzati per l'organizzazione di matrimoni 'fuori porta' con standard di altissima qualità e soprattutto sono espressione dell'Original Italian Style d'alta gamma.*

Dopo Manhattan, Londra è la sede prescelta per la distribuzione ufficiale della GuideBook Wine & Wedding 2014, la raccolta delle proposte 'all inclusive' dei 15 partners del brand, a ben 15mila coppie che visiteranno l'importante evento dedicato agli sposi dal 7 al 9 febbraio; il brand sarà poi presente per il terzo anno consecutivo al Sì Sposaitalia Collezioni di Milano, il palcoscenico internazionale sul quale saranno svelate tutte le tendenze wedding per il 2015, 'ma i dati più importanti - racconta ancora Giovanna Dello Iacono - sono che il nostro portale www.wineweddingitaly.com è diventato un punto di riferimento per il destination wedding in Italia visitato da centinaia di persone ogni giorno e che le strutture del network hanno realizzato nel 2013 un +6,5 di fatturato wedding e +65% di incremento della clientela wedding/honeymoon estera. Questo vuol dire che siamo sulla buona strada e che proseguiamo con sempre maggiore entusiasmo nella direzione intrapresa'.