

## “L’Italia che non ti aspetti” – Gli affari del wedding planning

19 LUGLIO 2014 | di Anna Zinola

DESTINATION WEDDING

(+6) v



Il tempo stimato per la lettura di questo post è di 4 minuti.



di

**Anna Zinola**

**Circa 315 milioni di euro.** E' questo, secondo le stime elaborate dalla società di consulenza Jfc, il giro d'affari annuo del **destination wedding in Italia**. Sì, perché a sposarsi da noi non vengono solo le celebrities (come la regista Sofia Coppola o il rapper Kanye West). Anche molte persone comuni (inglesi, russi e americani in primis) scelgono il belpaese come scenario del loro matrimonio.

*Il motivo è semplice, come spiega Cristina Ditta, wedding planner specializzata in questo comparto: “Il nostro è un paese pieno di meraviglie: scenari spettacolari e romantici, buon cibo, una grande tradizione di ospitalità. Noi forse non ci facciamo più caso, ma gli stranieri lo riconoscono e lo apprezzano”.*

Di fatto **ogni coppia investe in media 50.000 euro**. La cifra comprende (quasi) tutto: dal viaggio agli addobbi floreali, dal banchetto al viaggio di nozze. Spesso, infatti, gli sposi decidono di prolungare il soggiorno in Italia per la luna di miele. **Il numero degli invitati varia da un minimo di 20-30 (nel caso di americani o australiani) a un massimo di 60-80 (nel caso degli europei)**. Di solito i festeggiamenti avvengono durante il fine settimana: “il giorno precedente al matrimonio si svolgono le prove generali della celebrazione, a cui fa seguito una cena. Quindi vi sono le nozze vere e proprie e il tutto si conclude il giorno successivo con il brunch”

Insomma, **un bel business per le strutture ricettive**. A partire dagli hotel di charme, che sono scelti da quasi il 30% delle coppie, seguiti da ville, castelli, agriturismi e palazzi storici. E, ovviamente, un bel business **per le società di wedding planning** che sono riuscite a presidiare il settore. “In linea di tendenza la coppia viene in Italia una sola volta prima delle nozze, poi tutta l’organizzazione, che può durare dai 3 ai 12 mesi, viene gestita a distanza via email e skype”.

*Le location più gettonate sono, come prevedibile, quelle classiche. Svette la Toscana (selezionata dal 43,5%), quindi la Costiera amalfitana, l’Umbria e il Veneto (soprattutto Venezia e Verona). Tuttavia gli stranieri si stanno avvicinando a mete meno celebri ma altrettanto affascinanti, come la Sardegna.*

Lo conferma Giuseppe Fasolino, sindaco di Golfo Aranci: “Abbiamo stretto un gemellaggio con il comune di Drobak, in Norvegia, e questo ha fatto conoscere la nostra località in quella zona. Così, fino a oggi, **oltre 30 coppie di Dobrak e dintorni sono venute a sposarsi qui**, portando con sé amici e familiari”. Un sistema, dunque, utile per fare conoscere le località sinora poco affermate nel circuito del turismo internazionale. E, magari, anche per provare a destagionalizzare il flusso dei turisti.