Incoming, questo matrimonio s’ha proprio da fare

Forse non sarà per sempre, ma davvero poco importa. Quello che importa è che il **mercato dei matrimoni è un target fenomenale per l’incoming nazionale**. L’ultimo segnale, ma solo in ordine di tempo, di quanto questo segmento possa portare non solo confetti ma milioni di euro arriva da **Toscana Promozione**, l’Agenzia di Promozione Economica della Toscana. L’ente, infatti, ha deciso di marcare stretto questo comparto. Comparto che, a livello mondiale, secondo i più recenti dati (ICOHT 2013), riguarda **6 milioni di viaggi di nozze al giorno**, pari a circa **12 milioni di viaggiatori**. E i flussi turistici legati ai matrimoni sono in costante, poderoso aumento, specie per quanto riguarda l’intera organizzazione e la celebrazione del rito all’estero, una delle “mode” più in voga negli ultimi anni. Che il trend del dirsi “sì” in Italia sia in piena “esplosione” lo ha captato benissimo anche **Enzo Miccio**, il wedding planner più celebre della tv, che nel suo elegantissimo sito ha attivato anche una versione in russo.

La crisi non c’è

Insomma, in uno scenario economico, compreso quello del turismo tradizionale, segnato dalla crisi e dal fiato corto**, il wedding è un settore non solo in controtendenza, ma decisamente sano e big spender**. A “dare i numeri” di questa nicchia (se così si può dire) è la **società di consulenza turistica e marketing territoriale JFC** con la ricerca “Wedding Tourism – l’Italia è per sempre”. Anche se si riferiscono al 2012, i dati parlano chiaro. “L’immagine dell’Italia nel mondo è un fattore di straordinario impulso per il wedding tourism, se è vero che nel 2012 si sono celebrati in Italia **6.180 matrimoni di stranieri**, in particolar modo in Toscana” dice **Massimo Feruzzi**, amministratore unico di JFC. “Questo ha generato **oltre 1 milione 221 presenze** e un **fatturato complessivo per il segmento di 315 milioni di euro**. Si tratta di uno dei pochi comparti che non ha risentito della crisi e che è stato in grado di generare arrivi da oltre 25 Paesi del mondo”. Del giro d’affari totale, il 40,4% è fatturato alberghiero, mentre il restante 59,6% riguarda ristorazione, location, vestito, flower design, servizio fotografico, viaggi, auto, musica, interprete per la cerimonia e altri servizi simili. Di tutto il rispetto anche il budget medio delle coppie che decidono di sposarsi in Italia: circa 51 mila euro, per una permanenza che si aggira sui 5 giorni per gli ospiti e di due-tre settimane per gli sposi.

Mi sposo, ma dove?

I luoghi più richiesti sono in primis la Toscana, che si aggiudica il 43,5% delle preferenze, seguita dalla Costiera Amalfitana con il 9,9%, l'Umbria (7,7%) e il Veneto (7,5%) con Venezia e Verona. Più a distanza si posizionano il Lago di Como e il Garda. Ci sono però delle novità rispetto al biennio 2010-2011: la Puglia, grazie soprattutto al fascino delle masserie, sta conquistando posizioni, mentre il Lago di Como è apprezzato dagli americani anche per l'effetto George Clooney, che da queste parti ha una paparazzatissima villa. Per quanto riguarda le location, gli **stranieri amano il fascino della storia**: vincono perciò i relais e gli hotel di charme (29,6%), seguiti dalle ville (19,3%) e dai castelli (14,8%). Per quanto concerne la Toscana, però, gli sposini dall'estero subiscono l'appeal degli agriturismo nel verde.

Da dove arrivano gli sposi stranieri?

Al momento, **i mercati più rilevanti del wedding tourism sono quello inglese (10,5%), quello statunitense e russo (entrambi al 9,4%), il Giappone e il Canada (rispettivamente al 7,8 e al 7,6%).** Ma ci sono però bacini in prepotente crescita: per i prossimi anni, rivela la ricerca, ci si aspetta un boom di richieste da Cina, Brasile, Australia e Arabia Saudita, oltre che un aumento dalla Russia e dal Giappone. Ci snobbano un po', almeno per le loro nozze, i francesi e gli spagnoli.

Ma perché l'Italia?

Gli stranieri amano l'Italia ed evidentemente la prediligono come scenario per il giorno più importante della loro vita. Il merito non è certo dei prezzi, più alti di altre destinazioni competitor quali la Spagna e la Grecia, dove dirsi sì costa tra il 15 e il 18% in meno che da noi. I motivi vanno ricercati soprattutto "nella storia e nelle bellezze culturali", che hanno fatto venire in Italia il 16,3% degli sposi internazionali. Per il 12,9% l'Italia ha un "forte fascino e rappresenta un luogo desiderato", mentre per il 12% la ragione di questa preferenza risiede "nel romanticismo e nella bellezza" mentre un altro 11% è mosso più prosaicamente dal "cibo".

Se son rose, per chi saprà coltivarle, fioriranno.