

WEDDING TOURISM IN ITALIA

La crescita del fenomeno del wedding tourism, in Italia, non accenna a diminuire. Se, infatti, nel 2012 sono stati ben 6.180 i matrimoni di stranieri che hanno scelto l'Italia per consacrare la loro unione, nell'anno 2013 si è raggiunta quota 6.922, con un incremento del 12%.

"L'immagine dell'Italia nel mondo - afferma Massimo Feruzzi, Amministratore Unico di JFC e responsabile della Ricerca sul Wedding Tourism in Italia - è trainata da coloro che decidono di sposarsi nel nostro Paese. Nel 2014 si sono superati complessivamente i 7.500 matrimoni, con un forte incremento anche per quanto riguarda la spesa media per l'organizzazione di questi eventi, che è passata dai 54.600,00 euro media/evento del 2013 ad oltre 58mila euro".



Nell'anno **2013** questo settore ha registrato le seguenti performances:

- **6.922 matrimoni** di stranieri che hanno scelto l'Italia;
- **276.880 stranieri** che sono venuti in Italia per questi matrimoni;
- **1.356.712 presenze** registrate per il *wedding tourism*;
- **54.600,00 euro** il costo medio sostenuto dagli stranieri per sposarsi in Italia;
- **96milioni818mila euro** quelli riconducibili alla spesa sostenuta per le sole cerimonie matrimoniali;
- **23milioni800mila euro** il valore dei viaggi di nozze post-matrimonio;
- **257milioni775mila euro** la spesa sostenuta dagli ospiti per venire in Italia e soggiornare in occasione del matrimonio;
- in totale, il fatturato diretto ed indotto per il segmento del wedding tourism nel 2013 è stato pari a **378milioni393mila euro**.

Questi i dati riferiti all'anno **2014**:

- **7.500 matrimoni** di stranieri che hanno scelto l'Italia;
- **322.500 stranieri** che sono venuti in Italia per questi matrimoni;
- **1.515.750 presenze** registrate per il *wedding tourism*;
- di poco superiore ai **58.700,00 euro** il costo medio sostenuto dagli stranieri per sposarsi in Italia;
- **104milioni900mila euro** quelli riconducibili alla spesa sostenuta per le sole cerimonie matrimoniali;
- **25milioni200mila euro** il valore dei viaggi di nozze post-matrimonio;
- pari a **310milioni di euro** la spesa sostenuta dagli ospiti per venire in Italia e soggiornare in occasione del matrimonio;
- in totale, il fatturato diretto ed indotto per il segmento del wedding tourism nel 2014 è pari a **440milioni677mila euro**.

WEDDING TOURISM - l'Italia è per sempre -

Poco importa se il matrimonio sarà per sempre oppure no, l'importante è che il ricordo lo sia: questa è la vera esigenza degli stranieri che scelgono di celebrare il loro matrimonio in Italia. Il fascino del Belpaese colpisce sempre, se è vero che aumentano i wedding planner stranieri che propongono matrimoni in Italia, esplodono i siti internet dedicati a questa particolare formula di turismo e si specializzano diversi tour operator, soprattutto di media/piccola dimensione: in questo contesto anche le amministrazioni pubbliche si adeguano, mettendo a disposizione location e servizi (a pagamento).

Se per il turismo nel suo complesso il 2012 è stato un anno difficile, con cali consistenti sia in termini di presenze che di fatturato, il *wedding tourism* ha segnato ancora dati in crescita. Questo perché, mentre la vacanza viene sempre più organizzata sotto data e, per una volta, ci si può anche rinunciare per difficoltà economiche, al matrimonio non si rinuncia, anzi la sua programmazione è lunga e spesso complessa. Il matrimonio è l'evento della vita, ed emerge una grande quota di stranieri che desidera accostare il giorno più importante della propria esistenza con l'Italia.

*"L'immagine dell'Italia nel mondo – afferma Massimo Feruzzi, Amministratore Unico di JFC e responsabile della Ricerca – è un fattore di straordinario impulso per il wedding tourism, se è vero che nel 2012 si sono celebrati ben **6.180 matrimoni di stranieri** che hanno scelto il Belpaese per consacrare la loro unione, ed in particolar modo le location della **Toscana**. Questo ha generato oltre **1 milione 221 mila presenze** ed un fatturato complessivo per il segmento di **315 milioni di euro**. Si tratta di uno dei pochi settori che non ha risentito della crisi, e che è stato in grado di generare presenze da oltre **25 Paesi del mondo**".*

Non esistono pacchetti né proposte standard: ogni matrimonio è un fatto a sé, studiato e personalizzato sui desideri degli sposi. Dalla scelta della location al catering, dagli addobbi floreali sino alla torta, dal servizio fotografico alle bomboniere, per arrivare all'ospitalità per gli sposi e gli invitati, tutto è assolutamente personalizzato.

Sulla tendenza degli stranieri di sposarsi in Italia incidono poi alcuni **fattori sociologici**, quali:

- *l'incremento dei divorzi e delle seconde (ed anche terze) nozze* ha favorito la scelta di luoghi lontani dalla residenza, per essere più liberi per festeggiare con accanto solo le persone care;
- *l'abbandono del "matrimonio di consuetudine"* favorisce una scelta più libera per organizzare ciò che veramente si desidera, senza lasciarsi imbrigliare dalle norme sociali;



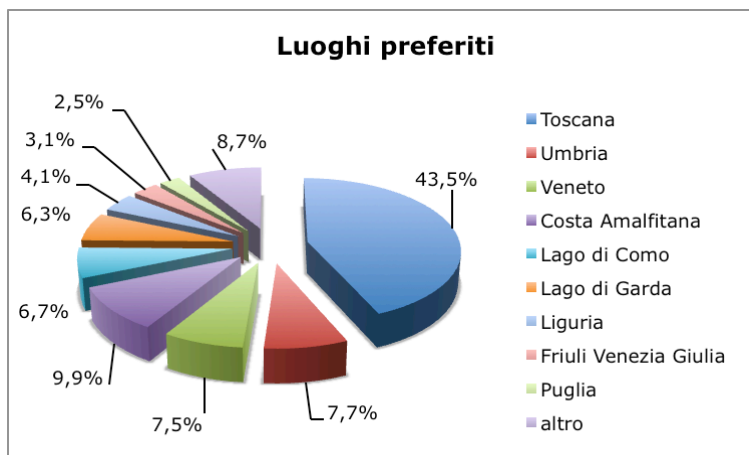
- *il desiderio di provare un'esperienza emozionale unica, non riproducibile, e questo deve avvenire proprio nel giorno dedicato a se stessi;*
- *la scusa del rinnovo della promessa matrimoniale, per chi è già sposato, per fare un viaggio in Italia, che molto spesso era quello desiderato in occasione delle nozze originali ma non realizzato.*

Il primo fattore di interesse del *wedding tourism* è, senza ombra di dubbio, il suo valore economico, anche in considerazione del fatto che il **40,4% è fatturato alberghiero** ed il restante 59,6% del fatturato complessivo è speso in: ristorazione, location, vestito, flower design, servizio fotografico, viaggi, auto, musica, interprete per la cerimonia, etc.

Nell'anno 2012 questo settore ha registrato le seguenti performances¹:

- **6.180 matrimoni** di stranieri che hanno scelto l'Italia;
- **234.840 stranieri** che sono venuti in Italia per questi matrimoni;
- **1.221.168 presenze** registrate per il *wedding tourism*;
- **51mila euro** il costo medio sostenuto dagli stranieri per sposarsi in Italia;
- **87milioni756mila euro** quelli riconducibili alla spesa sostenuta per le sole cerimonie matrimoniali;
- **22milioni804mila euro** il valore dei viaggi di nozze post-matrimonio (l'82% degli stranieri che si sono sposati in Italia hanno poi fatto il viaggio di nozze in Italia);
- **204milioni681mila euro** la spesa sostenuta dagli ospiti per venire in Italia e soggiornarvi in occasione del matrimonio;
- in totale, il fatturato diretto ed indotto per il segmento del *wedding tourism* nel 2012 è stato pari a **315milioni241mila euro**.

Ma quali sono i luoghi più richiesti? Su tutti la Toscana, che rappresenta ben il 43,5% delle preferenze. A seguire la Costa Amalfitana (9,9%), l'Umbria (7,7%) ed il Veneto (7,5%), con Venezia e Verona. Poi i laghi di Como e di Garda.



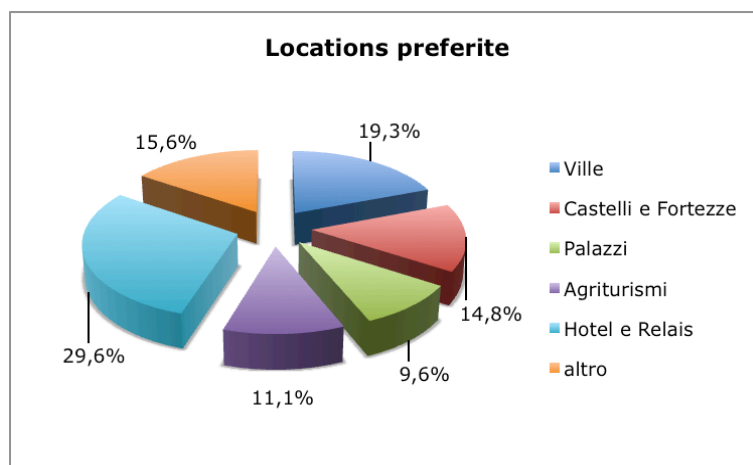
¹ Stime JFC su elaborazioni dati bilanci comunali, consultazioni dirette, etc. (vedi metodologia)

Rispetto al biennio 2010/2011, nel 2012 sono tre le destinazioni che hanno riscosso i maggiori consensi:

- la Puglia, che possiamo definire "emergente" grazie alle sue masserie;
- il Lago di Como, che ha superato il Lago di Garda grazie alla presenza di personaggi famosi, soprattutto americani;
- il Friuli Venezia Giulia, in particolare grazie alle città di Udine, Cividale del Friuli ed alle sue eccellenze vinicole.

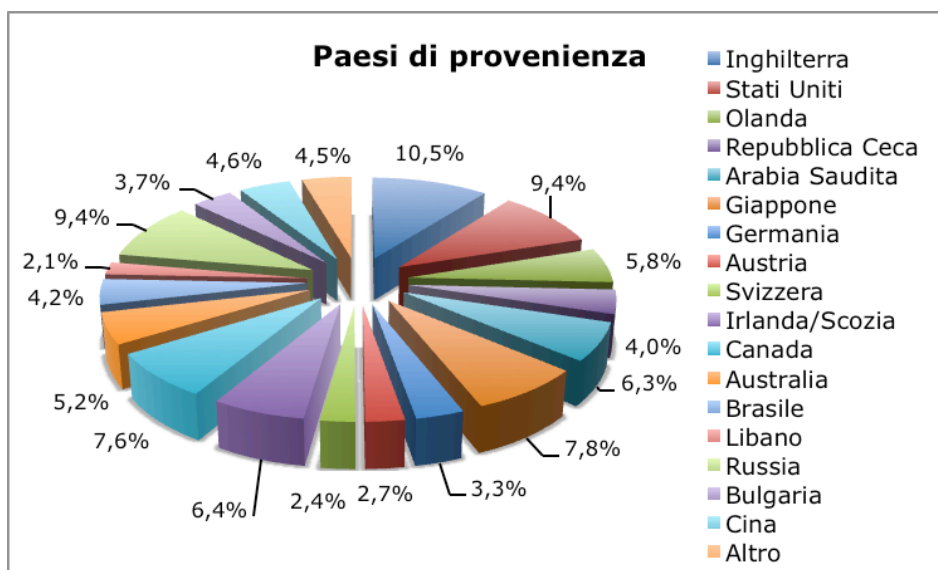
Questa tendenza si rafforzerà anche nell'anno in corso, soprattutto per la Puglia.

Per quanto riguarda le **locations**, gli stranieri preferiscono gli Hotel di charme ed i Relais (29,6%), seguiti dalle Ville (19,3%) e da Castelli e Fortezze (14,8%). Una buona quota di richieste viene avanzata anche per gli agriturismi (11,1%, quasi esclusivamente in Toscana) e per i Palazzi storici (9,6%).



Negli ultimi anni, però, sono aumentate le proposte di locations "particolari", come possono essere le cantine vinicole con festa tra i vigneti, le barche a vela ma anche i conventi e le masserie. E' inoltre esploso l'"outdoor wedding", ed in particolar modo il matrimonio in spiaggia e quello "all'americana" (in giardino).

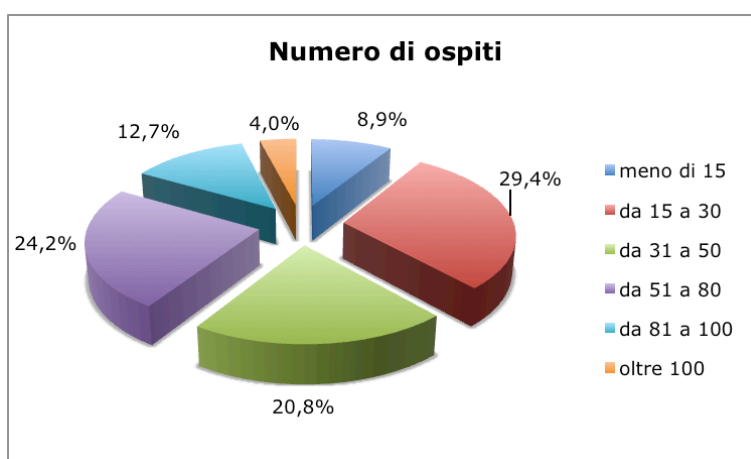
La Ricerca evidenzia come sposarsi in Italia non sia un desiderio riservato ai soli residenti di alcuni Paesi: dall'Europa all'America sino all'Oceania ed all'Asia, ***moltissimi sono i Paesi dai quali provengono questi particolari turisti***. Su tutti, l'Inghilterra, gli Stati Uniti e la Russia, rappresentano rispettivamente il 10,5% ed il 9,4% - sia gli Stati Uniti che la Russia - del mercato complessivo del *wedding tourism*. Seguono il Giappone (7,8%), il Canada (7,6%), l'Irlanda e la Scozia (6,4%) e l'Arabia Saudita (6,3%). Poi l'Olanda (5,8%) e l'Australia, che genera il 5,2% del mercato.



Tra le nazioni sopra indicate, quelle che vengono segnalate con indici in crescita nei prossimi anni sono la Russia, la Cina, il Giappone, il Brasile, l’Australia e l’Arabia Saudita. I meno presenti? Francesi e spagnoli.

Ma quanti sono gli ospiti di questi matrimoni? Quanti tra parenti ed amici si muovono dal loro Paese d’origine per partecipare al matrimonio dei loro cari?

La scelta dell’Italia come luogo per celebrare il matrimonio limita ovviamente il numero dei partecipanti, e ciò è valido soprattutto per le seconde nozze. Infatti la scelta di celebrare le seconde ma anche le terze nozze in Italia libera gli ospiti dalla curiosità locale e permette loro di vivere questo momento con più serenità, senza gli obblighi imposti dalla società nella quale vivono. Anche per questo motivo il numero degli ospiti non è mai eccessivo: solo in pochi casi si sono superati i 100 ospiti, mentre una buona quota di matrimoni non raccoglie più di 30 persone, sposi inclusi. In media, il numero di parenti ed amici che si sono spostati dal Paese d’origine nel 2012 per partecipare al matrimonio dei loro cari in Italia è stato pari a **36**.

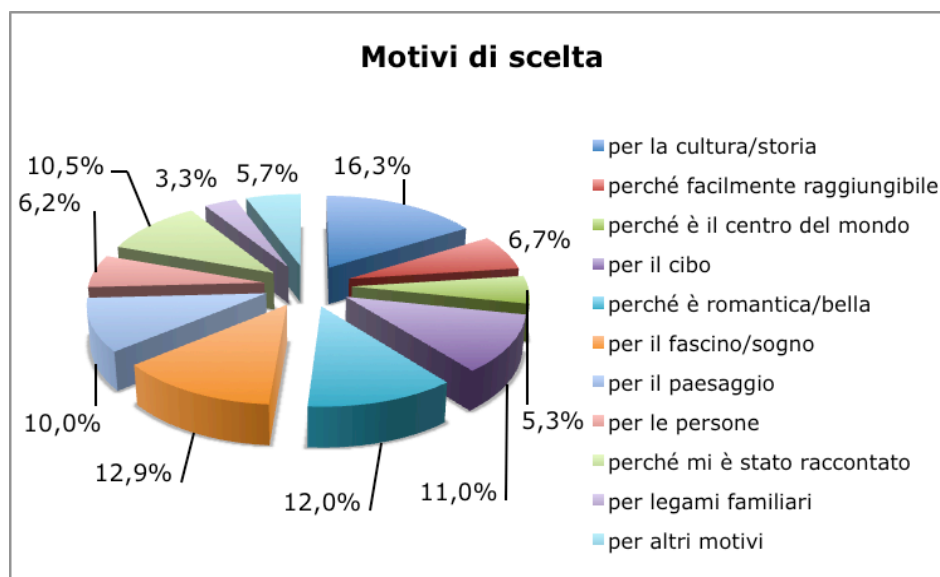


In media gli ospiti si fermano in Italia per **5,2 giorni**, ma in alcuni casi anche per periodi di una settimana. Più è lontano il Paese di provenienza degli sposi, più gli ospiti prolungano la loro permanenza in Italia. Ben l'87,5% di questi arriva in Italia in aereo: solo una parte di tedeschi, austriaci e svizzeri giungono in Italia con l'auto. In alcuni casi vengono organizzati appositi pullman.

E' invece più lungo il **soggiorno degli sposi** che, una volta terminati i festeggiamenti, restano in Italia per il viaggio di nozze (l'82% delle coppie). Un viaggio che dura una o due settimane e che si svolge in prevalenza in tre zone: Costiera Amalfitana, Venezia/Verona, Roma/Firenze.

Ma perché l'Italia? **Quali sono i motivi che fanno scegliere agli stranieri l'Italia come luogo per il loro matrimonio?**

Non certo per i prezzi, anche perché sposarsi in Spagna o Grecia costa mediamente, con gli stessi servizi, circa il 15/18% in meno che in Italia. I motivi sono altri: in primis sono "la storia e le bellezze culturali" che attraggono gli stranieri (16,3%), ma anche perché l'Italia ha un forte "fascino e rappresenta un luogo desiderato" (12,9%). Alte le motivazioni legate al fattore "romanticismo e bellezza" (12%) ed al "cibo" (11%), come pure è importante il motivo del "racconto" dell'esperienza che hanno fatto amici o conoscenti che si sono sposati in Italia (10,5%) ed il "paesaggio" (10%).



In media **la spesa** che sostengono gli sposi stranieri per effettuare il loro matrimonio in Italia, comprensivo di viaggi, ospiti, festeggiamenti, addobbi, catering o ristorazione, affitti vari, etc. è pari a poco più di **51mila euro**.

In questa quota rientra anche il noleggio della location: basti pensare che per sposarsi in un Castello in Toscana, come può essere il Castello di Oliveto o in quello di Valenzano, si spendono

dai 2.000 ai 3.000 euro, a seconda della giornata. Se si sceglie il Friuli Venezia Giulia, ad esempio il Castello di Casanova, il costo è di 2.000 euro, che diventano 5.000 euro per Castello Durini a Como, nel periodo di massima richiesta. Chi desidera utilizzare un Palazzo storico come location del proprio matrimonio deve mettere in conto cifre variabili tra 1.500 e 5.000 euro.

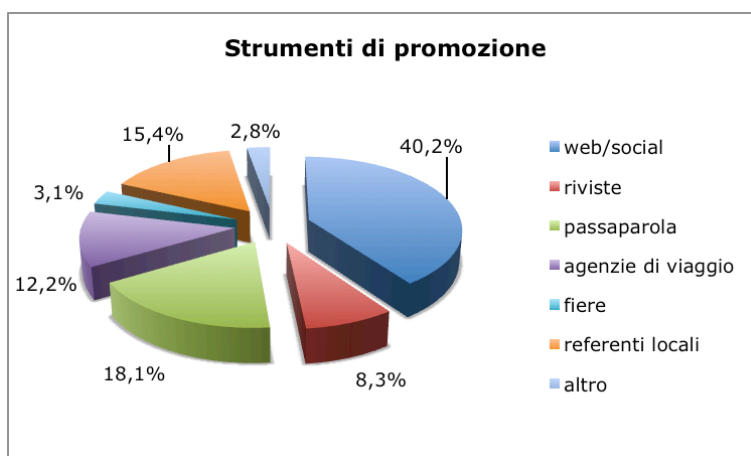
Il **wedding tourism aiuta anche le casse comunali**: infatti molti Comuni italiani hanno introdotto, a partire dal 2009, la wedding tax per tutti coloro che vogliono usufruire di una location particolare per celebrare il matrimonio. Chi desidera la celebrazione in Sala Cuoi d'oro di Cà Vendramin a Venezia deve avere un budget di 5.000 euro. Pari budget di 5.000 euro per sposarsi a Firenze, al Salone del Cinquecento di Palazzo vecchio, mentre se si sceglie Villa Oscano - Posta dei Donini a Perugia - l'investimento è di soli 800 euro. Per sposarsi di sabato a Udine al Salone del Parlamento del Castello l'investimento è di 1.000 euro, mentre si deve prevedere una spesa di 800 euro per sposarsi nella casa di Giulietta, a Verona.



Oltre a questi servizi, alcune amministrazioni locali offrono servizi aggiuntivi, quali il servizio di diffusione in diretta internet del matrimonio ed il servizio interprete: ovviamente ambedue a pagamento. E' possibile sposarsi con cerimonia civile, cattolica, protestante, ebraica, ma anche con cerimonia evangelica od ortodossa, come pure è possibile effettuare una cerimonia simbolica per rinnovare l'impegno preso negli anni passati.

Le coppie straniere che desiderano sposarsi nel Belpaese non lasciano nulla al caso e si rivolgono in prevalenza a veri professionisti, si tratti di wedding planner o tour operator: sono **1.092 i wedding planner italiani**. Di questi, il **31%** ha organizzato nell'anno 2012 almeno un matrimonio per residenti all'estero che hanno scelto una città italiana per questa importante giornata.

L'attività di **promozione** avviene in prevalenza grazie alla "rete" (40,2%), che risulta essere la modalità più funzionale e che, negli anni, garantisce i maggiori ritorni.



Importante anche il passaparola, vale a dire il "racconto" di chi ha già usufruito del servizio (18,1%), come pure i cosiddetti "referenti locali", una sorta di promoter (15,4%) e le "agenzie di viaggio" (12,2%).

In prevalenza i promessi sposi cercano quindi sul web l'organizzazione, chiedono i primi preventivi poi, una volta scelta la location e definito il budget complessivo, passano alla seconda fase: la personalizzazione della richiesta.

E' in questa fase che entra in gioco la professionalità del wedding planner, i cui consigli sono importantissimi per la decisione finale. Vi sono wedding planner che operano con proprie sedi all'estero, altri in rapporto diretto con colleghi: tutti sviluppano il contatto e terminano con la stesura del contratto attraverso un incontro ufficiale con un proprio consulente ed attraverso mail, conferenze on line, etc.



Metodologia

Per la Ricerca "Wedding Tourism – l'Italia è per sempre" l'analisi è stata condotta nel periodo 6/19 febbraio 2013 attraverso elaborazioni e stime di JFC in base alle seguenti fonti:

- interviste telefoniche CATI (Computer Assisted Telephone Interviews) precedute da una fase di pre-testing:
 - 31 wedding planner italiani;
 - 32 tra società di gestione e singoli proprietari di Castelli, Palazzi e Ville che vengono affittate per matrimoni di clienti stranieri;
 - 27 tra gestori e proprietari di agriturismi ed hotel che organizzano matrimoni per clienti stranieri;
- Interviste on line CAWI (Computer Assisted Web Interviews) interviste dirette PAPI (Paper and Pencil Interview) precedute da una fase di pre-testing:
 - 42 wedding planner con sedi in Regno Unito, Stati Uniti, Russia, Giappone, Canada, Olanda, Australia, Arabia Saudita, Cina;
 - 28 tra società di gestione e singoli proprietari di Castelli, Palazzi e Ville che vengono affittate per matrimoni di clienti stranieri;
 - 29 tra gestori e proprietari di hotel che organizzano matrimoni per clienti stranieri;
- elaborazione dati su tariffe comunali per utilizzo delle location;
- elaborazioni fonti varie (dichiarazioni, comunicati stampa, articoli, etc.);
- banca dati JFC.

La Ricerca "Wedding Tourism – l'Italia è per sempre" è stata realizzata da:



JFC srl
Palazzo Bandini
Via XX Settembre, 29
Faenza (RA)
tel. 0546 668557
info@jfc.it
www.jfc.it

Diritti di traduzione, memorizzazione elettronica, riproduzione e adattamento, totale o parziale con qualsiasi mezzo, sono riservati per tutti i Paesi.
Per informazioni: info@jfc.it