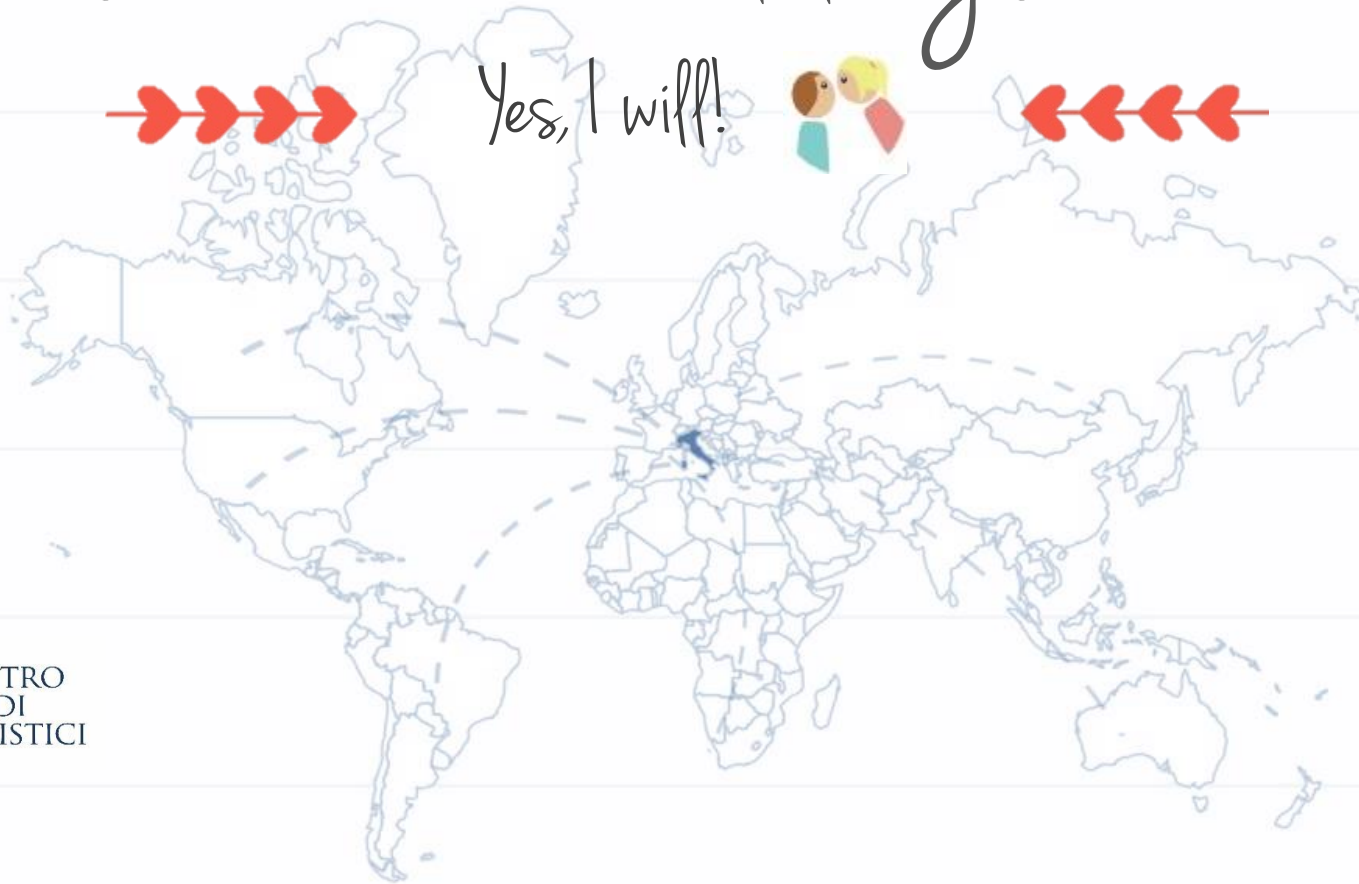


Destination Weddings in Italy



Italy



a never ending story



Il fenomeno degli stranieri che scelgono l'Italia per il loro matrimonio si è trasformato da mercato di nicchia ad un vero e proprio business. Non tanto per il numero delle unioni celebrate, ma per il modo in cui vengono organizzati e per il numero di «operatori economici» coinvolti, a prescindere se si tratti di matrimoni religiosi, civili o simbolici. **Gli ultimi dati parlano di oltre 8.700 eventi (+8,7% rispetto al 2016) e un giro d'affari di oltre 500 milioni di euro; le presenze turistiche collegate al fenomeno sono stimate in circa 1,5 milioni.** Ma la differenza rispetto al passato è il modo in cui questi eventi vengono gestiti, anche grazie ai servizi innovativi messi a disposizione dalle nuove tecnologie. È un mercato particolarmente dinamico e, in quanto tale, non permette a nessun «operatore» di garantirsi una posizione dominante



Top destinations

#1 Toscana 30,9%

Nel 2018 la Toscana si conferma la regione preferita dalle coppie straniere nonostante perda un punto percentuale rispetto al 2016.

Lieve calo anche per Lombardia, Veneto e

Lazio mentre **cresce la quota della Campania**

La distribuzione mensile

Le destinazioni in forte ascesa: Puglia e Sicilia

Sale la preferenza per i mesi primaverili, con valori in aumento per aprile e maggio.

Giugno e settembre restano i mesi più rilevanti.

Tuttavia, va sottolineata la maggiore frequenza di eventi organizzati nel periodo delle festività natalizie

Giugno	18,9%
Settembre	19,9%

Destination Weddings in Tuscany



Toscana



Leader del mercato



I dati 2018 consolidano il posizionamento della Toscana che, con una quota pari al **30,9%**, si conferma la regione

leader del mercato nazionale.

Nel quadriennio 2014-2018 il fenomeno in **Regione Toscana** ha evidenziato tassi di crescita significativi.

Sia gli arrivi che le presenze hanno fatto registrare aumenti a doppia cifra, **rispettivamente +42,2% e +34,8%**, con un trend di crescita medio annuo pari al +9,2% e al +7,8%.

In termini di **fatturato totale stimato** la percentuale sale al **32,3%**



DW in Tuscany

Il 2018 in cifre

2.713 eventi

134mila arrivi

546mila presenze

49,3
il numero medio
di invitati

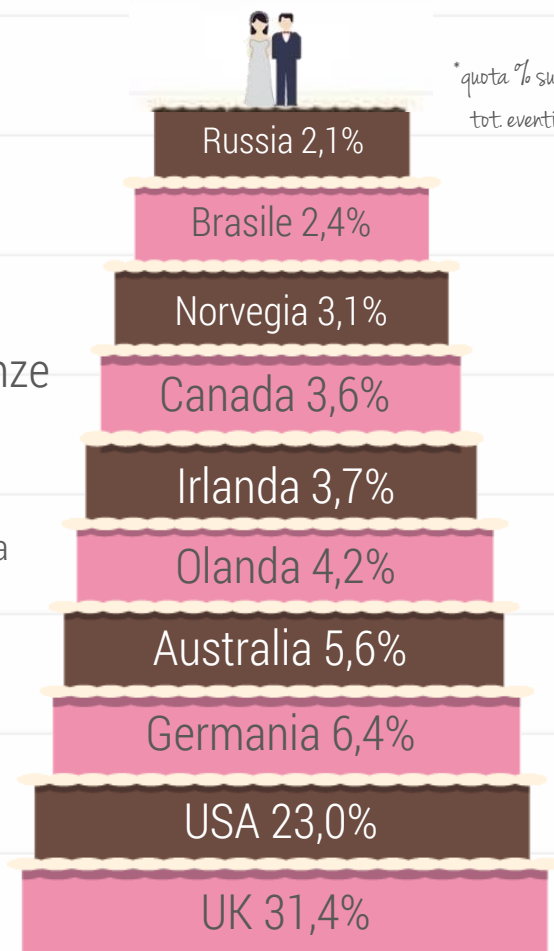


59.000 €
la spesa media
per evento

160,2 mln di €
il fatturato totale stimato

Oltre 5mila operatori della filiera

I principali mercati*



Top destinations

#1 Firenze	14,8%
#2 Fiesole	9,4%
#3 Certaldo	5,6%
#4 Greve in Chianti	5,1%
#5 Cortona	4,7%

39,6% del mercato

Le destinazioni
in ascesa

Bucine	Monteriggioni
Carmignano	Pienza
Castelnuovo Berardenga	San Casciano V. d. P.
Chiusdino	San Gimignano
Forte dei Marmi	Volterra

La distribuzione mensile

Gennaio	1,0%
Febbraio	0,6%
Marzo	1,1%
Aprile	3,2%
Maggio	15,5%
Giugno	20,2%
Luglio	15,2%
Agosto	13,1%
Settembre	23,6%
Ottobre	4,7%
Novembre	0,5%
Dicembre	1,3%

Top 5 locations

#1 Villa 38,2%

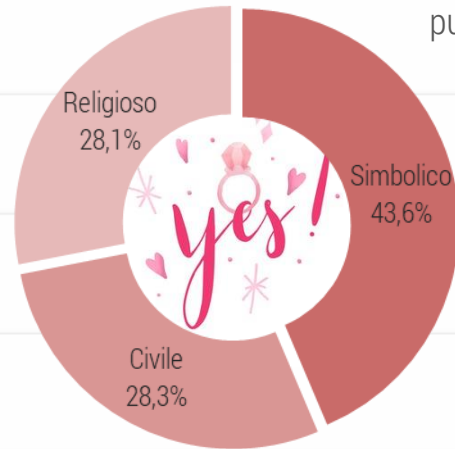
#2 Agriturismo 20,8%

#3 Castello 16,4%

#4 Luxury Hotel 15,3%

#5 Comune 3,9%

Il rito



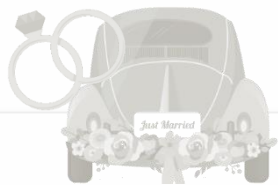
Una quota sempre maggiore di coppie opta per il rito simbolico, che aumenta di 4 punti percentuali rispetto alla precedente rilevazione

Le locations emergenti

+ Borghi esclusivi

+ Dimore storiche

+ Spiagge



Il rito civile



le celebrazioni al di fuori delle sale comunali



Per un totale di 226 locations

Attualmente sono **63** i **Comuni** toscani che hanno selezionato alcune strutture private al fine di costituirle Casa Comunale per la celebrazione di matrimoni e unioni civili secondo la vigente legge in materia



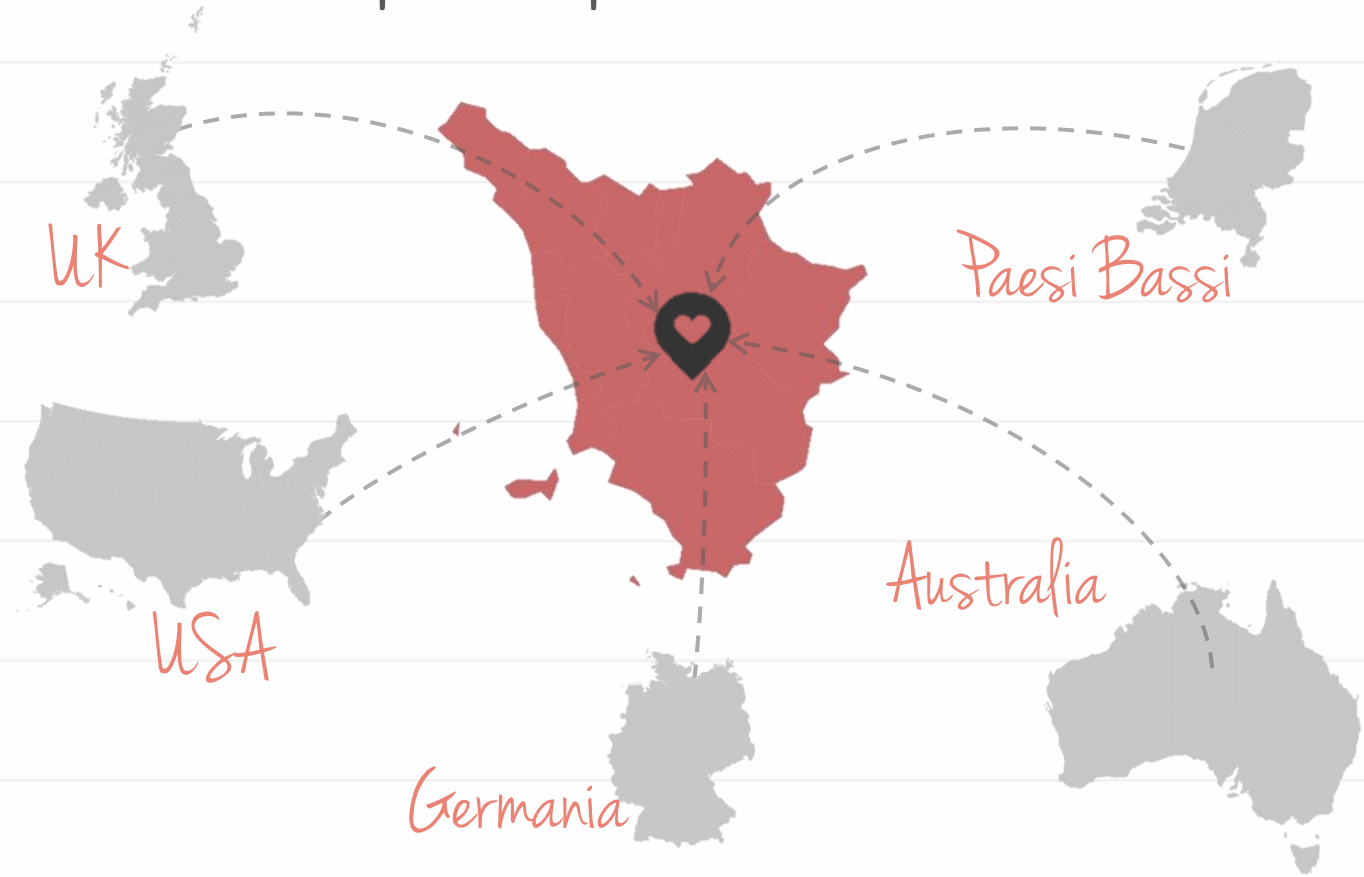
Ad oggi si registra **un crescente interesse** delle Amministrazioni Comunali ad ampliare il ventaglio di locations, sia pubbliche sia private, da mettere a disposizione delle coppie interessate a contrarre matrimonio civile nel proprio territorio



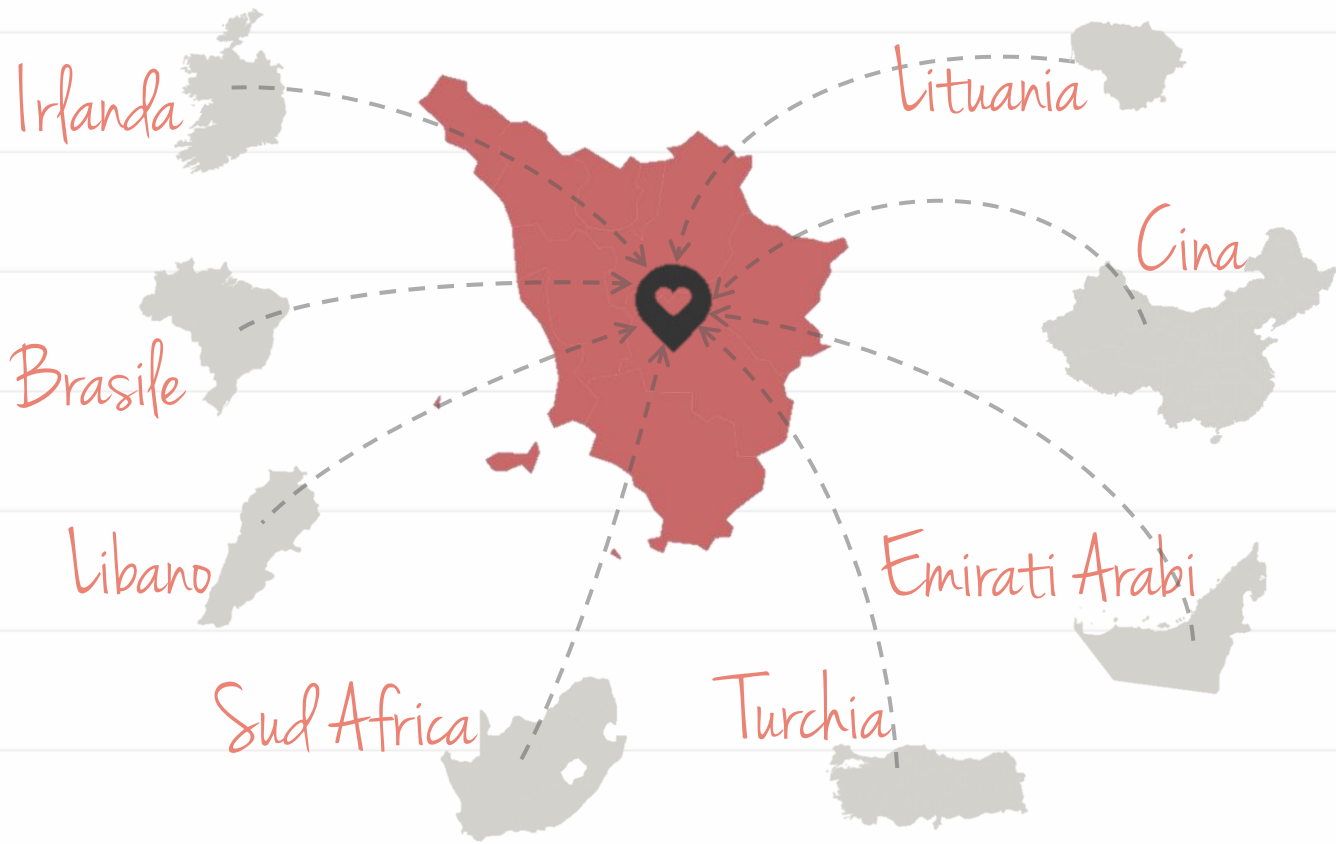
Le aree piu' attrattive



→→→ I principali mercati ←←←



→→→→ | mercati emergenti ←←←←



Le nuove tendenze

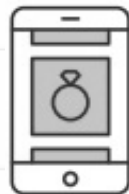


di un settore in ascesa



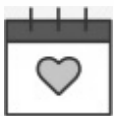
Beach Wedding:

accanto ad agriturismi, borghi e ville storiche, gli stranieri che si sposano in Italia optano per cerimonie più informali ambientate in riva al mare



Social Wedding:

sposi stranieri sempre più social. Creano un hashtag per le nozze, taggano amici e invitati, cercano ispirazioni su Pinterest e Instagram e si affidano a wedding planner locali per trasformare in realtà quanto visto su smartphone secondo keyword specifiche. A fine evento pubblicano le foto di cerimonia e viaggio e i ringraziamenti per gli invitati mediante mini wedding site



Wedding Week:

il matrimonio non si limita al ricevimento ma i festeggiamenti proseguono per più giorni come se si trattasse di un vero e proprio viaggio, in cui vengono organizzati diversi momenti conviviali per intrattenere gli ospiti, spesso con servizi di visite guidate alla scoperta delle bellezze del territorio

→→→ | «Same Sex Wedding» ←←←

I Same Sex Wedding hanno registrato
un incremento stimato del

+41,7% nel biennio

2017/2018



Le coppie LGBTQ hanno generalmente una maggiore capacità di
spesa (ca. +20% del budget totale) e agli eventi partecipa un numero
medio di invitati sensibilmente più elevato



Le previsioni



per il 2019



Aumentano le richieste per:

- ✓ Location culturali
- ✓ Borghi esclusivi
- ✓ Stabilimenti balneari
- ✓ Cantine / Wine
- Architecture



1

Crescita costante
del Wedding Tourism

Con valori medi intorno al 5%,
ma saranno sempre le aree
più affermate ad attrarre la
domanda

2

Boom dei mercati
extraeuropei

La crescita maggiore da:

- ✓ Australia
- ✓ Brasile
- ✓ Cina

3

Stazionari
i mercati europei

In particolare,
Austria e Paesi Bassi.
Crescono Regno Unito,
Germania e Polonia. In lieve calo
Svizzera e Spagna

Nota metodologica



Ed. 2019



L'indagine è stata realizzata grazie alle informazioni raccolte tramite interviste telefoniche ad un panel di 14 Wedding Planner attivi in Toscana. Il colloquio è stato condotto seguendo i contenuti stabiliti da un questionario semi-strutturato, lasciando comunque all'interlocutore la possibilità di aggiungere elementi utili alla comprensione del fenomeno.

Al fine di ampliare i dati di riferimento, oltre che la rappresentatività del campione di imprese coinvolte, è stata sviluppata parallelamente un'indagine on line diretta a Wedding Planner e Gestori delle Location. 84 i questionari restituiti dai primi e 168 quelli dei secondi.

La tecnica di rilevazione prevedeva la compilazione on line del questionario, previo invio di una e-mail con il link di collegamento al sistema di raccolta dati e la descrizione degli obiettivi. I risultati sono stati ottenuti mediante procedure di stima che hanno tenuto conto delle segnalazioni dei trend dei mercati, dei dati relativi al valore degli eventi e dei fatturati aziendali, oltre a tutte le altre informazioni correlate che hanno permesso di delineare caratteristiche e comportamenti della domanda.

Contemporaneamente è stata avviata una indagine sui comuni toscani per verificare le attività messe in campo dalle amministrazioni ed i risultati ottenuti.

