

Wedding Tourism e il caso ProcidaWED

Emilia Sarno, Simona Sparnelli

Dipartimento di Scienze Giuridiche ed economiche
Università Telematica Pegaso

1. Il Wedding Tourism

Il Wedding Tourism è quel movimento turistico che deriva dalla celebrazione di un Destination Wedding, cioè quei matrimoni che vengono celebrati in località differenti dal luogo di origine degli sposi¹.

Questo fenomeno oggi è osservato con molto interesse da parte degli operatori del settore matrimoniale e soprattutto del settore turistico poiché portatore di numerosi benefici per le località ospitanti. Secondo il CST di Firenze² nel 2018 il Wedding Tourism ha generato nel nostro paese un fatturato di 500 milioni di euro con un media di 57000 euro a evento, con 8791 matrimoni stranieri celebrati (700 in più rispetto al 2016), 436.000 arrivi e un milione e mezzo di presenze.

I benefici, tuttavia, non sono da ricercare solo nel guadagno immediato derivante da un determinato evento, ma soprattutto nel passaparola che si crea a seguito di un matrimonio, nella promozione gratuita dell'immagine della località scelta e soprattutto nella destagionalizzazione del prodotto turistico.

Per analizzare a fondo il fenomeno del Wedding Tourism è utile partire dallo studio delle motivazioni alla base di questo movimento turistico e per farlo abbiamo integrato i dati ricavati da uno studio del 2016 di Fulvio Fortezza e Giacomo Del Chiappa³ con quelli ricavati dal portale americano "The Knot"⁴.

Da questa analisi abbiamo convenuto che le motivazioni alla base del Wedding Tourism possono essere riassunte in 4 categorie di base:

¹ Del Chiappa G. Fortezza F. (2012), *"Il Wedding-based Tourism come leva di valorizzazione territoriale"*

² Centro Studi Turistici di Firenze (2019), *"Destination Weddings in Italy 2018"*

³ Del Chiappa G., Fortezza F. (2016), *"Analisi delle motivazioni alla base del turismo matrimoniale: un'indagine esplorativa"*

⁴ the Knot Wedding Network, 2017, *"The Knot 2017 Real Wedding Study"*.
[Http://www.theknot.com](http://www.theknot.com)

-Motivazioni economiche: Un Destination Wedding può avere un costo inferiore rispetto a un evento tradizionale sia perché il numero di invitati è normalmente inferiore e poi perché spesso gli sposi scelgono come destinazione una località in cui i servizi costino di meno rispetto al proprio paese di origine.

- Motivazioni legate alla particolarità dell'evento: oggi la società ci spinge sempre di più a ricercare esperienze che siano uniche e irripetibili e sicuramente un Destination Wedding ha queste due caratteristiche.

- Libertà da vincoli sociali e/o familiari: Gli sposi sono spesso portati a celebrare le nozze lontano da casa proprio per liberarsi dai vincoli sociali o familiari. Questo può essere il caso delle seconde o terze nozze o anche quello di sposi provenienti da paesi in cui il matrimonio abbia regole molto rigide.

- Possibilità non concesse nel proprio paese: questo può essere il caso dei “ Same sex wedding” cioè i matrimoni omosessuali, che spesso devono essere celebrati in paesi diversi dal proprio per questioni legate alle leggi vigenti.

Il Wedding Tourism è un fenomeno che il nostro paese ha importato dagli USA, un paese in cui ci sono decine e decine di portali specializzati sul tema.

Il portale Destination Wedding⁵, nel report del 2018⁶ ha stimato che nel 2017 il 25% degli sposi americani ha optato per un DW e che di questi eventi 1/4 si è svolto a 400 km dalla località di origine con una spesa media di circa 8000 dollari da dividere in viaggio, alloggio e DW PACKAGES⁷. I fattori chiave nella scelta della destinazione sono la possibilità di rilassarsi in una località esotica, accessibilità per gli ospiti, ma anche sconti su biglietti aerei o hotel. Ciò che rileva è che chi decide di celebrare un Destination Wedding negli USA è alla ricerca di relax e di esoticità, le location più richieste, infatti, sono hotel e resort.

Per quanto riguarda l'Italia la situazione è leggermente diversa: chi decide di sposarsi nel nostro paese di solito è alla ricerca di esperienze autentiche e non desidera solo una bella location, ma un luogo che sia emblema della cultura, della storia locale la possibilità di poter godere di prodotti enogastronomici a chilometro zero. Proprio per questo motivo tra le location più richieste troviamo in rapida ascesa castelli e agriturismi.

⁵ www.destinationweddings.com

⁶ www.destinationweddings.com/media/DETrendReport2018

⁷ Pacchetti comprensivi di più servizi.

Tra i numerosi benefici apportati dal turismo matrimoniale al nostro paese, oltre al fattore economico, c'è la riscoperta e in alcuni casi il restauro di magnifici luoghi pubblici o privati troppo spesso dimenticati. In particolare il rito civile ha permesso di riscoprire molte sale comunali o palazzi di pubblica proprietà, oltre a giardini ville comunali e spiagge.

Il Wedding Tourism nel nostro paese riesce a fondersi perfettamente con altre forme turistiche come il turismo culturale e quello enogastronomico. Dai dati divulgati dal CST di Firenze⁸ la regione più richiesta nel Bel Paese è la Toscana con il 30,9% dei Destination Wedding italiani, con eventi che sempre più spesso diventano delle "Wedding week" cioè eventi in cui al giorno del matrimonio seguono giornate alla scoperta dei territori circostanti, dell'arte e dei prodotti locali.

Molti degli sposi stranieri, inoltre, sono attratti dalla possibilità di poter celebrare il proprio matrimonio in una città UNESCO⁹.

Il Comune di Firenze, ad esempio, il cui Centro Storico è stato iscritto nel registro UNESCO nel 1982, offre nel proprio sito la sezione "SI A FIRENZE" nella quale è possibile trovare tutte le informazioni relative alla celebrazione del Rito Civile. Le sedi offerte dal Comune per celebrare un Rito Civile sono: Sala Rossa, Sala di Lorenzo de' Medici e Salone de' Cinquecento a Palazzo Vecchio, Il Giardino delle Rose, Sala Consiliare a Villa Vogel e una Sala al Museo Bardini. Da settembre 2019 le location diventeranno 7 con l'apertura del Complesso di Santa Maria Novella¹⁰. I prezzi fissati dal Comune di Firenze vanno dalla gratuità per un Matrimonio celebrato nella Sala Rossa a Palazzo Vecchio per i residenti a Firenze o gli iscritti all'AIRE¹¹ fino ad arrivare alla cifra di 5000 euro per un matrimonio celebrato nel Salone de' Cinquecento. Se pensiamo che solo nel 2018 i matrimoni stranieri in Toscana sono stati 2.713¹² è facile rendersi conto dell'opportunità economica che ci sia dietro questi eventi per i Comuni e per tutti gli operatori del settore turistico.

⁸ Centro Studi Turistici di Firenze (2019), " *Destination Weddings in Italy 2018*"

⁹ Martina Vacca (2018), *Dirsi Sì nelle città UNESCO*, Zaccara Editore snc

¹⁰ Fonte Comune di Firenze 2019.

¹¹ Associazione Italiani Residenti all' Estero

¹² Fonte CST di Firenze 2019

2. Il Wedding Tourism a Procida: il caso ProcidaWED

La Campania si piazza al terzo posto nella classifica delle regioni preferite dagli stranieri per celebrare il proprio Destination Wedding¹³ con il 14,7% , subito dietro la Toscana e la Lombardia.

Quando si parla di Wedding Tourism in Campania si è subito portati a pensare a località meravigliose come Capri, Sorrento e la Costiera Amalfitana, tuttavia esistono tante piccole realtà che si stanno aprendo al turismo come l'isola di Procida.

L'isola colpisce i visitatori i quali si innamorano di lei per la sua originalità e identità unica: Procida a differenza di Capri o Ischia non è vittima di un turismo di massa ma accoglie quel turismo cosiddetto di nicchia . Gli sposi che scelgono Procida di solito sono alla ricerca di un evento non particolarmente glamour quanto autentico e poco artefatto .

La prima agenzia di Destination Wedding sull'isola è stata ProcidaWED ¹⁴: nata nel 2012 da un'idea di Federica Formisano¹⁵ che con il motto “Come here” ha lanciato un vero e proprio invito a tutti coloro che sognano un matrimonio in Italia in una località unica nel suo genere.

ProcidaWED ha avuto il coraggio di portare in un'isola poco attrezzata e un po' restia a certe forme turistiche, un progetto ambizioso e per certi versi rischioso, riuscendo ad offrire ai vari operatori turistici e fornitori del luogo una nuova chiave di lettura del Wedding.

In questi anni ProcidaWED si è occupata di 15 eventi legati ai Destination Wedding, con una prevalenza di sposi Francesi Olandesi e Tedeschi . Il rito preferito dagli stranieri è quello civile o simbolico e le location preferite sull'isola sono quelle che rispecchiano di più il territorio isolano: vigneti, limoneti, spiagge e il porticciolo della Corricella . Il numero medio di invitati è di circa 30, ma c'è stato anche un caso limite in cui erano presenti solo i due sposi. Le strutture ricettive impegnate sono sempre almeno sei e questo, in un luogo piccolo come Procida, rende l'idea di come eventi di questo tipo possano essere davvero importanti per l'economia globale dell'isola, anche perché sono di solito dei Wedding week-end, cioè matrimoni che durano tre giorni terminando con una giornata dedicata alla scoperta dell'isola, ad esempio con un giro in barca, un tour o un brunch di arrivederci.

¹³Centro Studi Turistici di Firenze (2019), “ *Destination Weddings in Italy 2018*”

¹⁴ Wedding Event Design

¹⁵ Federica, Destination wedding planner e organizzatrice di eventi è l'anima e la fondatrice di ProcidaWED, laureata in comunicazione con una tesi sul cinetursimo ha da subito avuto le idee chiare sul percorso da intraprendere. Nel 2012 intuisce subito che Procida è il luogo perfetto per il Destination Wedding e decide di presentarla al mondo quale meta esclusiva per tanti sposi stranieri che sognano un matrimonio in Italia. www.procidawed.com

La spesa media si assesta sui 30.000 euro, al di sotto della media italiana del 2018 di 57.000 euro¹⁶. Gli sposi stranieri che scelgono l'isola di Procida per il proprio evento, di solito, hanno già avuto l'occasione di frequentarla in passato oppure ne sono venuti a conoscenza tramite noti portali dedicati ai matrimoni e al Destination Wedding: da qui l'importanza per gli operatori del settore e quelli turistici, di investire nella promozione della propria immagine e dell'immagine del territorio tramite questi canali.

Tuttavia l'avvento del Wedding Tourism e dei Destination Wedding su un territorio come quello Procidano, ha fatto emergere anche alcuni punti di debolezza come: le difficoltà economiche legate agli spostamenti di merci e persone da e per l'isola e la mentalità isolana e di alcuni fornitori che spesso arriva a scontrarsi con la clientela internazionale e che ancora non riesce a vedere il Wedding come una risorsa preziosa.

Come raccontato da Federica Formisano, quasi tutte le sue coppie tornano sull'isola periodicamente e alcuni hanno addirittura deciso di acquistare casa. Questo ci fa capire quanto un Destination Wedding sia un evento i cui benefici economici e turistici siano potenzialmente enormi e a lungo termine: a partire dai singoli sopralluoghi degli sposi; la sistemazione degli ospiti in più strutture ricettive; il coinvolgimento dei fornitori; l'utilizzo dei servizi isolani di vario genere; introito per bar, ristoranti, negozi vari; la cerimonia stessa e il ritorno periodico di sposi e/o invitati oltre al passaparola generato da questa esperienza.

In definitiva, riguardo all'isola di Procida, gli obiettivi primari a breve termine sono: la collaborazione più attiva tra fornitori e prestatori di servizi, al fine di creare un tessuto turistico pronto ad accogliere attivamente eventi legati al turismo matrimoniale e inoltre bisogna lavorare in modo da stagionalizzare la propria offerta turistica così da allungare la finestra temporale dedicata a questi eventi. Questi propositi sono condivisi anche da ProcidaWED che farà sicuramente ancora una volta da apripista in questo settore così importante per l'economia globale dell'isola.

¹⁶ Centro Studi Turistici di Firenze (2019), “*Destination Weddings in Italy 2018*”

Bibliografia

Centro Studi Turistici di Firenze (2017), “ *Destination Weddings in Italy 2016*”

Centro Studi Turistici di Firenze (2019), “ *Destination Weddings in Italy 2018*”

Del Chiappa G. Fortezza F. (2012), “*Il Wedding-based Tourism come leva di valorizzazione territoriale*”, Convegno annuale di Sinergie: Il territorio come giacimento di vitalità per l’impresa, Università del Salento, Lecce, Italy , pp. 329-342.

Del Chiappa G., Fortezza F. (2016), “*Analisi delle motivazioni alla base del turismo matrimoniale: un’indagine esplorativa*”, Sinergie, col.34, n.101, pp. 141-157.

Martina Vacca (2018), “*Dirsi SI nelle città UNESCO*”, Zaccara Editore snc

The Knot Wedding Network, 2017, “ *The Knot 2017 Real Wedding Study*”.