

Wedding Tourism e Turismo esperienziale, la 12a edizione di BMII è a Roma il 3 e 4 novembre

Data: Invalid Date | Autore: Redazione



Sposarsi in Italia è vivere (e condividere) un'esperienza da sogno di totale immersione nella ricchezza architettonica, naturalistica, culturale e culinaria del Bel Paese. Questo è quello che chiedono gli stranieri, VIP compresi, come le nozze di Dua Lipa hanno recentemente ricordato al mondo, con una cerimonia blindata e milionaria di tre giorni, tra Palermo e Bagheria, con oltre 200 ospiti del calibro di Elton John, Madonna e Donatella Versace. Continua a crescere il giro di affari del *wedding tourism*, un fenomeno particolare di turismo che consiste nell'organizzazione di matrimoni in una nazione diversa da quella di origine e che coinvolge lo spostamento per più giorni in Italia non solo della coppia di sposi stranieri ma anche degli invitati, generando un indotto economico significativo.

La più importante fiera B2B del settore è la BMII – Bridal & Tourism in Italy che ospiterà 70 buyer internazionali presso Hotel Cristoforo Colombo Eur di Roma, il 3 e 4 novembre, per favorire l'incontro tra domanda e offerta, incentivando l'internazionalizzazione e l'attività di incoming. Una manifestazione, giunta alla 12a edizione, che conferma la sua centralità strategica nei progetti di promozione e sviluppo a livello territoriale, nazionale e internazionale.

Nata nel 2014 per rispondere alla crescente richiesta di matrimoni di stranieri su suolo italiano, negli

anni la BMII ha ampliato il suo target e oggi non promuove esclusivamente il Destination Wedding ma tutto il Turismo Esperienziale. Il progetto si è evoluto e sviluppato in una piattaforma B2B dedicata non solo ai professionisti del matrimonio, ma anche a tutti gli operatori del turismo italiano. L'evento mette in relazione buyer internazionali con imprese italiane dell'ospitalità, del wedding, del turismo e delle esperienze, promuovendo l'Italia come destinazione d'eccellenza per matrimoni, lune di miele, celebrazioni ed esperienze di viaggio.

“BMII rappresenta oggi una piattaforma di promozione di tutto il comparto turistico Made in Italy– sottolinea Ottorino Duratorre, presidente BMII, la cui società è specializzata da oltre 30 anni in eventi del settore Moda-Sposa e Turismo ed è organizzatrice anche delle manifestazioni internazionali RomaSposa e Roma Travel Show. Dalla prima edizione a oggi, i numeri legati al wedding tourism sono aumentati significativamente, assumendo le dimensioni di un business trasversale per l'attività di incoming, che posizionano l'Italia con le sue meraviglie e le sue eccellenze tra i principali marketplace del settore. Tutti vogliono sposarsi in Italia e le nozze incidono sempre di più sulla filiera, un fenomeno che solo nello scorso anno, con oltre 16.000 matrimoni di coppie straniere registrati, ha superato la soglia di 1 miliardo di euro di fatturato. Ma perché limitare il sogno solo alle coppie che vogliono giurarsi amore eterno? Il matrimonio è il punto di partenza e fa da volano per tutto il comparto turistico. Ogni evento genera infatti un flusso di ospiti che scoprono destinazioni, strutture ricettive, produzioni locali, cultura, enogastronomia ed esperienze, contribuendo allo sviluppo economico dei territori. Per questo BMII si propone oggi come punto di incontro tra il settore bridal e quello turistico, promuovendo l'intero ecosistema dell'ospitalità italiana sui mercati internazionali”.

L'Italia è una delle nazioni preferite dai viaggiatori e dai promessi sposi di tutto il mondo, che continuano a sceglierla come destinazione di eventi che durano più giorni. Per le nozze sempre più di tendenza sono i festeggiamenti della durata di una settimana che prolungano l'esperienza, arricchendola di escursioni di gruppo, degustazioni di vini locali e cene e feste pre e post matrimonio. Il wedding rappresenta sempre un importante motore di incoming turistico, perché gli ospiti dei matrimoni diventano turisti che soggiornano diversi giorni sul territorio.

BMII favorisce l'incontro tra la filiera wedding e quella turistica e oggi, oltre a wedding planner e fornitori del matrimonio, partecipano hotel, resort, dimore storiche, ville, Destination Management Company, tour operator, consorzi turistici, enti di promozione territoriale, strutture ricettive, compagnie di servizi ed esperienze che promuovono l'Italia come destinazione per vivere un'esperienza di viaggio completa. Tra dimore storiche e location mozzafiato, gustando ottimi cibo e vino, per vivere un'esperienza immersiva nello stile e nella cultura italiana.

Il workshop e la piattaforma sono un incontro tra domanda e offerta che nelle diverse edizioni di BMII ha già ospitato 15.000 appuntamenti con 1000 buyer provenienti da Australia, Belgio, Brasile, Bulgaria, Canada, Cina, Cipro, Croazia, Danimarca, Emirati Arabi, Francia, Germania, Giappone, India, Irlanda, Israele, Lettonia, Libano, Malta, Marocco, Moldavia, Montenegro, Norvegia, Olanda, Polonia, Portogallo, Puerto Rico, Qatar, Regno Unito, Repubblica Ceca, Romania, Slovenia, Spagna, Stati Uniti, Sudafrica, Svezia, Thailandia, Turchia, Ungheria, Uruguay e Venezuela, ma sono sempre di più i profili interessati a partecipare, dai diversi continenti.