



Il Presidente  
Armando Soldaini  
[asoldaini@gmail.com](mailto:asoldaini@gmail.com)  
(+39) 339 5884715  
[www.greenweddings.it](http://www.greenweddings.it)

## LA NOSTRA FONDAZIONE

### UNA RISPOSTA STRATEGICA AL MERCATO

**ITALY WORLD DESTINATION WEDDING** - Grazie al ricco patrimonio artistico monumentale e naturale e alla straordinaria capacità di fornire prodotti e servizi di altissima qualità, l'Italia può concorrere con successo alla competizione globale proponendosi e posizionandosi nel mercato quale sede elettiva per la celebrazione di matrimoni e cerimonie private. Divenire una wedding destination significa garantire un'azione benefica e rigenerante in grado di produrre ricadute su diversi settori produttivi e commerciali. L'Italia è già un'eccellenza mondiale, ma questa sua condizione può essere rafforzata attraverso un'azione organizzativa sul territorio e valorizzata attraverso una comunicazione e azioni specifiche mirate.



**MATRIMONI, TURISMO E NON SOLO** - Possiamo immaginare quali benefici possono derivare dallo sviluppo di questo asset strategico pensando al matrimonio di Tom Cruise o di Justin Timberlake, o ancora quello della giornalista fashion di origini baresi Anna Dello Russo, che ha portato Madonna, invitata alla cerimonia, a festeggiare l'anno successivo il suo compleanno in Italia con i figli. Bracciano e il Salento sono stati catapultati prepotentemente nei vertici della comunicazione globale **determinando tangibili effetti sull'incremento turistico.**



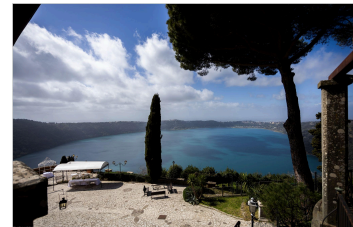
L'evento privato è intimamente connesso al comparto turistico e può rappresentare un motore importante da avviare per sostenere la ripartenza del sistema Paese. L'organizzazione delle cerimonie private non limita i propri effetti positivi al solo comparto del turismo – agenzie, alberghi, ristoranti, sistema dei trasporti, musei, entertainment, benessere e cura della persona (che da solo, con stime relative al periodo precedente alla pandemia, rappresentava il 12,2% del Pil<sup>1</sup>) – ma coinvolge in modo rilevante alcuni settori del manifatturiero, abiti ed accessori, fino a ripercuotersi su quello immobiliare.

<sup>1</sup> 1 Cfr. [www.money.it](http://www.money.it) 03/01/2018.

**MADE IN ITALY** - Per comprendere in quale misura il sistema Italia possa soddisfare ogni esigenza nella organizzazione di cerimonie ed eventi privati accolti da ogni parte del mondo, è sufficiente considerare la qualità unanimemente riconosciuta al nostro Paese nei settori e servizi connessi con le celebrazioni. Cura, stile ed eleganza, una professionalità attenta ad ogni particolare: dagli **abiti da sposa e da cerimonia** agli accessori (scarpe, borse ecc.) e alle firme del lusso per la regalistica; dai servizi di cura della persona (parrucchieri e truccatori) ai centri benessere e termali; dai sontuosi addobbi floreali all'artigianato. E, ancora, catering di alta qualità per rinfreschi in prestigiose ville, castelli, masserie e raffinati palazzi. Il banchetto si trasforma in opportunità per degustare piatti e prodotti tipici.



**ORGANIZZARE IL TERRITORIO** - Attraverso l'adozione di disciplinari basati su criteri di sostenibilità ambientale e benessere sociale, potremo **costruire nuove filiere produttive e distributive completamente ecosostenibili** per meglio valorizzare il patrimonio paesaggistico, artistico, storico, sociale e culturale e **rendere i territori più organizzati ed attrattivi** per le crescenti esigenze del mercato estero. Considerando che l'offerta



territoriale è confezionata nell'ottica del Wedding, a partire dalla lista di prodotti e produttori si andranno a strutturare diverse proposte che, centrate sulle location selezionate, si irradiano nel territorio. L'offerta che ne scaturirà sarà ricchissima e straordinaria, in grado di offrire uno spaccato senza tempo dell'ingegno e della cultura contadina e artigiana e dell'ospitalità, i quali, operando nei secoli, hanno reso la nostra cultura e il nostro paesaggio speciali e bellissimi.



Per tutti i partecipanti sarà possibile vivere il territorio, degustare prodotti straordinari, fare trekking gite in barca o a cavallo, praticare lo sport preferito, fare lezioni di cucina o di qualsiasi altro soggetto e visitare aziende di produzione agricola od artigianale, godendosi quelle che sembreranno sotto ogni aspetto giornate di vacanza. Le numerose proposte consentono anche di favorire la conoscenza reciproca dei due gruppi familiari degli sposi.

**L'OPPORTUNITÀ E L'OFFERTA** - Possiamo indirizzare ai wedding planners una proposta che includa i biglietti aerei e, alla firma del contratto con almeno un anno di anticipo, acquistarli in allotment ad un costo bassissimo. Non solo la nostra offerta sarà ancora competitiva ma la cerimonia diventerà il pretesto di una breve vacanza per tutti gli invitati contribuendo a rendere indimenticabile l'evento. Abbiamo già presentato questa ipotesi ad alcuni wedding



planner del Nord Europa. Essi hanno compreso che rappresenta la migliore opportunità di rinnovare le proprie proposte in un mercato sempre più competitivo ed hanno aderito con entusiasmo. I dati inoltre sono confortanti: 13.600 matrimoni di coppie straniere in Italia nel 2023 (+22,3% rispetto all'anno precedente), 2,4 milioni le presenze turistiche collegate al Wedding con un fatturato di oltre 802 milioni (+34% rispetto al 2022). In crescita le cerimonie con rito simbolico, 826 mila gli arrivi, in prevalenza da USA, Regno Unito, Germania, Australia, Canada, India, Cina, Messico, Singapore, Indonesia. Ma anche Svizzera, Paesi Bassi e Lituania, tutte in evidente crescita. Nel 2024 si prevede un aumento dell'8,8%: l'Italia sembra essere già divenuta una delle destinazioni più ambite per il wedding.

**LA NOSTRA MISSION** - La fondazione Green Weddings ETS è nata per **attrarre dall'estero**, mediante azioni promozionali, commerciali, espositive e di comunicazione e **attraverso offerte strutturate e propri canali commerciali, la celebrazione di matrimoni nel nostro Paese promuovendo contemporaneamente il Made in Italy nel mondo.**

**Ogni cerimonia potrà portare per alcuni giorni diverse decine di persone che avranno budget importanti** da spendere per una molteplicità di prodotti e servizi: in ogni cerimonia sono infatti coinvolte oltre cinquanta aziende, ditte e artigiani. Due i format specifici elaborati: il primo, il **Wedding & Made in Italy**, da organizzarsi prevalentemente all'estero, che rappresenta l'opportunità di presentare l'eccellenza italiana nel settore dell'accoglienza wedding, ma anche l'opportunità di allestire un programma di degustazioni e sfilate di moda con una indelebile immagine italiana; il secondo, l'[International Wedding Summit](#), un educational di promozione territoriale itinerante in Italia, rivolto alle wedding planner operanti nei mercati per noi più interessanti che aspira, attraverso la presentazione del nostro straordinario patrimonio, a far crescere progressivamente il mercato.

*Qui di seguito il report sugli ultimi due eventi organizzati.*

1. L'[International Wedding Summit \(IWS Roma 2024\)](#) patrocinato dall'Assessorato Grandi Eventi, Sport, Turismo e Moda di Roma Capitale, ha portato a Roma oltre sessanta wedding planner, agenti di viaggio, blogger & influencer, rappresentanti delle associazioni internazionali di event planner provenienti dai principali mercati esteri. Selezionate aziende italiane hanno avuto l'opportunità di presentare la propria produzione agli operatori internazionali in B2B. Le ospiti internazionali, a spasso nella città eterna hanno vissuto immersive esperienze sensoriali in luoghi scelti appositamente per la loro straordinaria bellezza. Incontrare tradizione e innovazione, assaggiare specialità tipiche ed eccellenze gastronomiche, godere delle atmosfere artistiche e delle architetture che fanno sognare: sul "set del wedding", attraverso la straordinaria bellezza della città, le partecipanti sono state protagoniste di esperienze appositamente progettate per loro. Viaggiando tra gli atelier hanno assaporato



l'atmosfera di quella scuola dell'eleganza che ha reso la tradizione sartoriale italiana unica al mondo e cuore pulsante del Made in Italy, e poi shooting fotografico a Piazza di Spagna, monetine a Fontana di Trevi, spesa a Campo De' Fiori con la preparazione di piatti basati su ricette tradizionali. Senza dimenticare le degustazioni di alta qualità o la visita agli appartamenti privati del Pontefice. Durante la **Cena di Gala** presso la Casina Valadier, le ospiti internazionali hanno avuto un esempio della cura e dell'eleganza che connotano l'offerta italiana. Dall'allestimento floreale, alle cristallerie e posaterie, alla qualità del cibo con la raffinatezza del servizio, ed un programma artistico che ha accompagnato e scandito le pause durante la consegna dei premi dell'**ottava edizione dell'Italian Wedding Awards**. Uno spettacolo pirotecnico e l'open bar con musica e danze hanno concluso in allegria l'evento. Il nostro obiettivo è stato raggiunto! Questo evento resterà nella mente e nel cuore delle ospiti per l'esperienza vissuta, ma, ha già iniziato a diffondere il nostro messaggio attraverso i social e i media, attivati proprio ad opera degli stessi **partecipanti (ognuno di loro ha centinaia di migliaia di follower), costruendo già in diretta un risultato mediatico eclatante** che ci apprestiamo a gestire.



2. [Il Med Italy e Med festival \(MED Napoli 2024\)](#).

**I Partner** - Nella realizzazione della nostra missione abbiamo numerosi compagni di viaggio tra i quali: l'[ESMEA, European Small e Medium Size Enterprise Association](#), la [Skall International](#), la più antica organizzazione turistica attiva oggi in oltre 160 Paesi, e la [Fondazione Italiani](#) nel mondo.