



**POLITECNICO
DI TORINO**

Tesi di laurea di primo
livello in Design e
Comunicazione Visiva

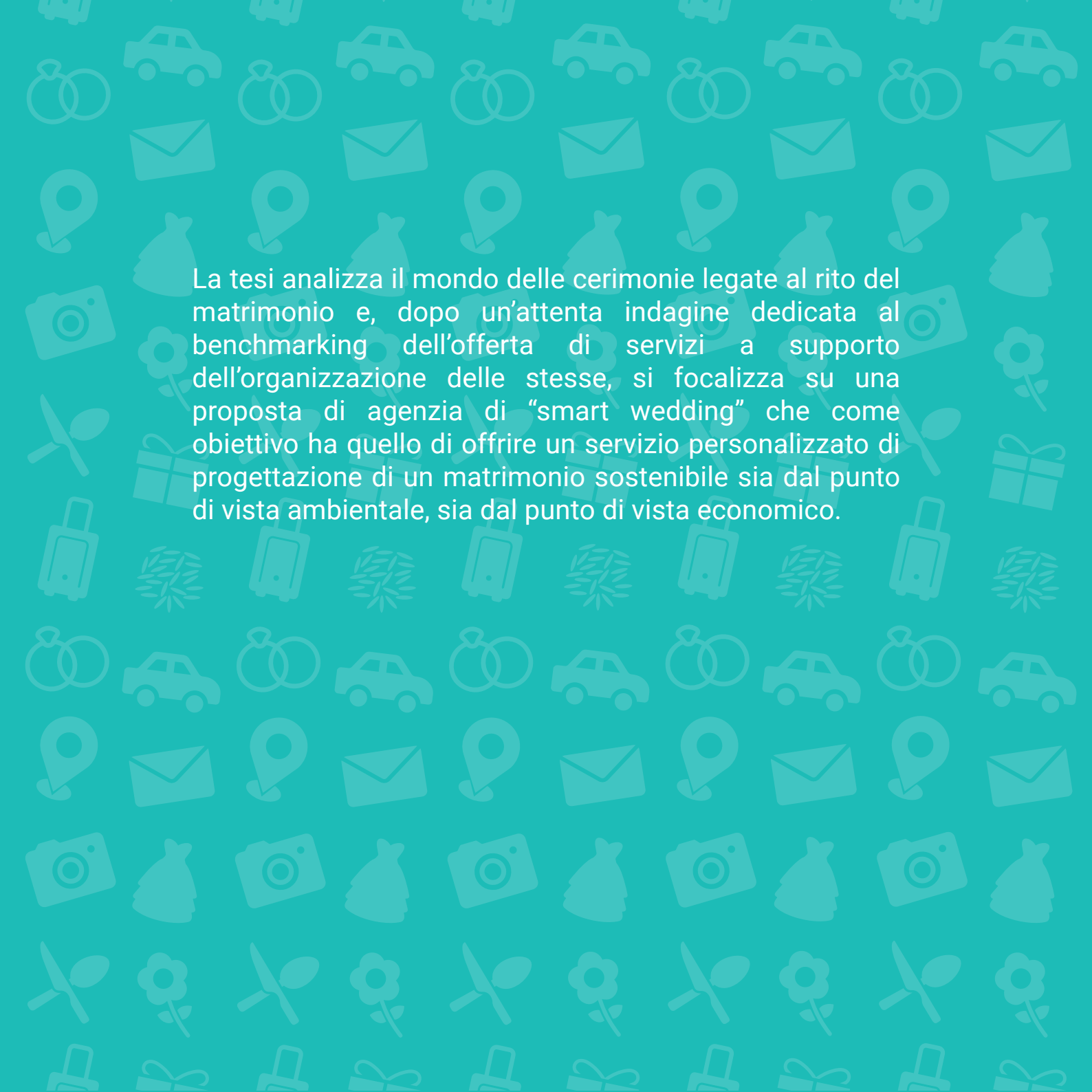
SMART WEDDING

Nuove strategie per il matrimonio sostenibile

Candidata
Giulia Miglietti

Relatrice
Prof.ssa Claudia De Giorgi

SMART WEDDING Nuove strategie per il matrimonio sostenibile



La tesi analizza il mondo delle cerimonie legate al rito del matrimonio e, dopo un'attenta indagine dedicata al benchmarking dell'offerta di servizi a supporto dell'organizzazione delle stesse, si focalizza su una proposta di agenzia di "smart wedding" che come obiettivo ha quello di offrire un servizio personalizzato di progettazione di un matrimonio sostenibile sia dal punto di vista ambientale, sia dal punto di vista economico.

*Alla mia famiglia
e a tutti coloro che
avranno il piacere
di leggere*



**POLITECNICO
DI TORINO**

Tesi di laurea di primo
livello in Design e
Comunicazione Visiva

SMART WEDDING

Nuove strategie per il matrimonio sostenibile

Candidata
Giulia Miglietti

Relatrice
Prof.ssa Claudia De Giorgi

INDICE

INTRODUZIONE 9/11

IL MATRIMONIO E LE SUE TRADIZIONI 12/94

1.1 La cerimonia 19

1.1.1 Il contratto

1.1.1.1 Il matrimonio nell'ordinamento civile italiano

1.1.1.2 Il matrimonio combinato: l'unione delle famiglie

1.1.1.3 Il matrimonio forzato: sposi per forza e non per amore

1.1.1.4 Il matrimonio tra consanguinei: esogamia ed endogamia

1.1.2 Il rito

1.1.2.1 Il rito civile

1.1.2.2 Il rito religioso

1.1.2.3 L' unione civile omosessuale

1.1.3 Gli elementi della cerimonia

1.1.3.1 I testimoni, le damigelle e i paggetti

1.1.3.2 Le promesse e le letture

1.1.3.3 Le spese per la celebrazione

1.2 L'accoglienza 31

1.2.1 Le partecipazioni

1.2.2 L'allestimento floreale

1.2.3 La location

1.2.4 Gli spostamenti

1.2.5 Il banchetto

1.2.6 Gli stampati



1

1.3 I simboli	49
1.3.1 L'abito della sposa	
1.3.2 Le fedi	
1.3.3 Il lancio del riso	
1.3.4 Le bomboniere	
1.3.5 La lista nozze	
1.3.6 Il viaggio di nozze	
1.3.7 Le fotografie	
1.4 Norme, requisiti, obiettivi del settore wedding italiano	65
1.4.1 Sostenibilità	
1.4.2 Norme e prassi attualmente in vigore	
1.4.3 Certificazione dell'evento Matrimonio	
1.4.4 Obiettivo futuro dell'Associazione Italiana Wedding Planner	
1.5 Proposte Green del mercato italiano	73
1.5.1 I casi studio	
1.5.1.1 Fratelli Dimenticati ONLUS	
1.5.1.2 SHIBUSE	
1.5.1.3 L'orlo del mondo	
1.5.1.4 Avanzi Popolo 2.0	
1.5.2 Punti di forza e debolezza del settore oggi	
1.6 Il matrimonio italiano in cifre	77
1.7 Il questionario esplorativo	83
1.7.1 Il campione	
1.7.2 Identificazione dei criteri	
1.7.3 La distribuzione: i mezzi e i tempi	
1.7.4 Analisi ed elementi emersi	

IL WEDDING PLANNING

94/135



2.1 Le origini della professione

96

2.2 Il profilo della professione

98

2.2.1 I requisiti personali di un Wedding Planner

2.2.2 Le mansioni principali

2.3 L'utenza

104

2.3.1 Le coppie in carriera

2.3.2 Italiani residenti all'estero o stranieri che si sposano in Italia

2.3.3 Chi cerca soluzioni originali

2.3.4 Coppie con buona disponibilità economica

2.3.5 Chi non è capace a gestire l'organizzazione

2.4 Il briefing

110

2.4.1 Il primo incontro

2.4.2 Il briefing

2.4.3 Il creative brief

2.5 I fornitori

113

2.6 I competitors nel mercato italiano

115

2.6.1 Il Wedding Planning in cifre

2.6.2 I Wedding Planners più affermati in Italia

2.7 Casi studio significativi

125

2.7.1 Chiara Ferragni e Fedez

2.7.2 Matrimoni certificati "sostenibili" nel 2022 in Italia

PROPOSTA AGENZIA SMART WEDDING	136/187
3.1 L'idea	140
3.2 Cosa offre	143
3.3 L'utenza potenziale	168
3.4 La strategia di marketing	171
3.4.1 Il prezzo	
3.4.2 La promozione / comunicazione	
3.4.3 La distribuzione	
3.5 L'immagine aziendale	179
3.5.1 Il naming	
3.5.2 Logo e Pay Off	
3.5.3 Il sito Web	
APPENDICE - Il Questionario Esplorativo	188/195
CONCLUSIONI	196/197
SITOGRAFIA E BIBLIOGRAFIA	198/201
RINGRAZIAMENTI	202/203

INTRODUZIONE

MOTIVAZIONI

Questa tesi nasce circa sette anni fa dallo studio e dal lavoro coordinato mio e di mia sorella (Chiara Miglietti) sul settore Matrimoni dal punto di vista della sostenibilità. La nostra è una vera e propria filosofia di vita dove la plastica è bandita e cerchiamo di produrre la minor quantità di residui possibile. Sette anni fa il focus su questa tematica nell'ambito "matrimoni" era pionieristico, poiché ancora nessuna norma o certificazione era mai stata assegnata in Italia a eventi di questo tipo.

Per una serie di situazioni personali e famigliari, non ebbi all'epoca la possibilità di completare il percorso di laurea, che mi appresto ora invece a concludere, apportando modifiche e aggiornamenti al lavoro svolto insieme, al fine di rinnovarlo e concretizzarlo. Il tema infatti è tutt'ora attuale e molto sentito dai giovani sposi: l'interesse verso l'argomento, dunque, permette di rendere tuttora valido il progetto svolto in precedenza e altresì di arricchirlo di elementi nuovi che rappresentano l'obiettivo della versione di oggi.

La volontà è quella di far conoscere le possibilità offerte da un'agenzia innovativa nel settore del wedding planning, per questo definita "smart", e presentare un'analisi dettagliata del panorama italiano. A partire dalle lacune riscontrate in questo settore nel nostro territorio, si è progettata un'agenzia da inserire nella città di Torino, ma destinata ad una clientela più ampia, che possa soddisfare i quattro punti cardini (All inclusive, centralità degli sposi, sostenibilità ed economicità) scelti come punti di forza per una strategia vincente.

OBIETTIVI

Sempre più spesso gli sposi italiani scelgono un matrimonio sostenibile, evitando sprechi, inquinamento, sfruttamento del territorio e della popolazione e costi troppo elevati. Il nostro obiettivo è sostenere il matrimonio green rispettando le nuove normative e ottenendo le possibili certificazioni. L'idea ultima è di organizzare eventi a zero impatto ambientale.

Gli elementi che si andranno ad analizzare vengono trattati tutti insieme in un'unica pubblicazione e con le relative proposte o alternative che garantiscono la personalizzazione ai massimi livelli di una procedura così standardizzata e legata alla tradizione.

Altro scopo di questo progetto è la divulgazione dei valori proposti non soltanto attraverso la lettura diretta di questo scritto, ma anche grazie alla pubblicità e al passaparola che un evento di successo organizzato da questa agenzia potrà diffondere.

PERCORSO

In questa pubblicazione ci concentreremo sugli aspetti storici, sugli elementi che caratterizzano i diversi matrimoni nel mondo (con un occhio particolare rivolto a quello italiano), e le criticità dal punto di vista economico, ambientale o sociale di ciascuno di essi. Dopo una presentazione dettagliata del ruolo di Wedding Planner, degli esempi salienti di chi svolge questo mestiere nel panorama italiano, e dei casi studio significativi, si passa alla nostra idea.

Il punto di partenza di questo progetto è la somministrazione di un questionario ad un campione rappresentativo degli sposi in Italia, che indaga la percentuale di matrimoni, le abitudini, gli elementi irrinunciabili e a cui si può rinunciare, la disponibilità a pagare e l'attenzione al tema della sostenibilità. Questo ci permette di ottenere informazioni che non sono reperibili in nessun altro modo, perché non soltanto di tipo statistico, ma anche di gusto personale.

Il punto di arrivo di questo percorso è il progetto per un'agenzia che organizzerà eventi green, ma anche Smart, dove per green si intende la sostenibilità di ogni genere, mentre per Smart si intende l'intelligenza delle attività innovative proposte.

Con l'augurio che questo progetto possa trasmettere al pubblico i valori in cui abbiamo creduto fin dal primo momento.

Giulia Miglietti



IL MATRIMONIO E LE SUE TRADIZIONI

1

IL MATRIMONIO E LE SUE TRADIZIONI

Il matrimonio, inteso come unione di due persone al fine di formare una famiglia, esiste sin dall'antichità, con forme e regole diverse che si sono evolute nel tempo.

L'etimologia della parola, secondo l'Accademia della Crusca, rimanda alla parola latina "matrimonium", ossia l'unione di due parole sempre latine: "mater", madre e "munus", dovere.¹ In questo modo si intendeva il matrimonio come un legame che rendeva legittimi i figli nati dall'unione, in quanto "compito della madre".

La definizione vera e propria di matrimonio però è strettamente connessa alla cultura di riferimento e varia dunque in base al periodo storico e alle località. Cerchiamo ora di ripercorrere brevemente la storia di questo rito, dalle sue origini ad oggi.

Nell'antica Roma, il matrimonio era un'istituzione fondata sul diritto naturale, definita come unione sessuale di un uomo e di una donna. In una prima fase, questo presupponeva la sottomissione della donna all'autorità dell'uomo e riconosceva all'uomo, nei confronti della moglie, un potere analogo a quello esercitato sui figli e sugli schiavi. Successivamente, subentrò il matrimonio fondamentalmente libero e basato sul consenso degli sposi. In questa seconda fase possiamo osservare che la cerimonia legata al matrimonio era molto simile a quella odierna: prima i due sposi si impegnavano attraverso un rito di fidanzamento, nella quale lo sposo porgeva del pane, poi



Img 1. Particolare dell'affresco "Nozze Aldobrandini", raffigurante il matrimonio Romano. Sono rappresentati la sposa (vestita di bianco), Venere (Dea dell'amore e della bellezza, e Imene (Dio delle nozze)

¹ In Italia e nel mondo l'Accademia della Crusca è uno dei principali punti di riferimento per le ricerche sulla lingua italiana.

si stabiliva la data della cerimonia ed il suo svolgimento secondo i presagi di auguri. La sposa poi si presentava vestita in abito bianco, coperta da un velo di colore arancione, e incoronata da una corona di fiori.

Dal fatto che il matrimonio non si basasse più su unione fisica ma sul consenso, derivarono alcune importanti conseguenze, tra cui la legittimazione del divorzio, sia consensuale sia su iniziativa di uno dei due coniugi.

Con il Cristianesimo, poi, La Chiesa cristiana, che riconosceva le unioni contratte secondo il diritto romano, rese il matrimonio un sacramento e, in quanto tale, sacro e indissolubile. Questo portò, nel 313 dopo l'Editto di Milano, alla modifica del diritto vigente sul matrimonio, sollecitando il divieto di divorzio e di secondo matrimonio dei vedovi.²

Solo alcuni secoli dopo l'imperatore Giustiniano ridusse i motivi legittimi di divorzio e soppresse quello consensuale. Questi valori sono portati avanti anche ai giorni nostri dal Cristianesimo, che ritiene infatti che il divorzio o un secondo matrimonio siano peccati in quanto si è giurata fedeltà eterna davanti a Dio durante il sacramento.

Proseguendo con il Medioevo, la Chiesa in parte accettò le regole del diritto germanico (che, a differenza del diritto romano, non riconoscevano alcuna autonomia alla volontà degli sposi), pur negandone alcuni aspetti, come divorzio e concubinato. A fine 800, poi, la visione della vita matrimoniale venne riconsiderata e papa Niccolò I affermò, per la prima volta, il fondamento consensuale del matrimonio. Durante quest'epoca inoltre, la Chiesa ampliò notevolmente la nozione di incesto, estendendo la consanguineità fino al settimo grado e impedendo il matrimonio in un raggio di parentela molto più ampio rispetto a quanto consentito dal diritto romano.

² Si intende per editto di Milano (noto anche come editto di Costantino, editto di tolleranza o rescritto di tolleranza) l'accordo sottoscritto nel febbraio 313 dai due Augusti dell'impero romano, Costantino per l'Occidente e Licinio per l'Oriente, in vista di una politica religiosa comune alle due parti dell'impero.

In questa fase la Chiesa assunse un vero e proprio ruolo giuridico e il matrimonio entrò nel diritto canonico e divenne una cerimonia religiosa nella quale il prete, dopo aver accertato l'assenza di rapporti di consanguineità, accertava negli sposi l'esistenza della libera volontà di contrarre matrimonio.

Avvicinandoci sempre più al matrimonio come concetto moderno, con il Concilio di Trento (nel 1563), vediamo la definizione da parte della Chiesa della natura sacramentale del matrimonio, condannando tutte le dottrine protestanti che l'avevano negata.³

Lutero, però, nonostante riconoscesse l'origine divina del matrimonio, sosteneva che fosse stato istituito per l'ordine dei rapporti umani e non era pertanto da considerarsi sacramento.⁴ Per questo motivo Lutero reinserì il matrimonio nel diritto civile, ammettendo anche i casi di divorzio.

Da quel momento il matrimonio civile si affermò in diversi Paesi protestanti mentre in quelli cattolici rimase di competenza del diritto canonico fino alla Rivoluzione Francese, quando la competenza della materia matrimoniale fu affidata al diritto civile affermandosi in tutta Europa.

In Italia, il matrimonio venne reintrodotta nel codice civile nel 1865, ma un secolo dopo, nel 1929, con i Patti Lateranensi venne riconosciuto un doppio regime, nel quale venivano legittimati gli effetti civili ai matrimoni celebrati con rito cattolico.⁵

Questa visione rimane invariata ancora oggi.

Molte delle assunzioni della società riguardo alla natura e allo scopo del matrimonio e della famiglia sono cambiate e stanno ancora cambiando.



Img 2. Tela "Il concilio di Trento" riunito in sessione generale in Duomo, attribuita a Tiziano e conservata al Louvre di Parigi.

³ Il Concilio di Trento o Concilio Tridentino fu il XIX concilio ecumenico, ovvero una riunione di tutti i vescovi del mondo, per discutere di argomenti riguardanti la vita della Chiesa cattolica.

⁴ Martin Luther, in italiano Martin Lutero, è stato un teologo tedesco e iniziatore della riforma protestante. La confessione cristiana basata sulla sua dottrina teologica viene detta luteranesimo.

⁵ Patti Lateranensi è il nome che è stato stabilito per gli accordi di mutuo riconoscimento tra il Regno d'Italia e la Santa Sede sottoscritti l'11 febbraio 1929, grazie ai quali per la prima volta dall'Unità d'Italia furono stabilite regolari relazioni bilaterali tra Italia e Santa Sede.



Img 3. Riconoscimento dei diritti civili relativi al matrimonio.

A differenza di quanto avveniva in passato il matrimonio non è più una tappa obbligata nella vita dell'individuo e l'istituto legale del divorzio permette di sciogliere il vincolo matrimoniale. La Legge 20 maggio 2016, n. 76 (c.d. Legge Cirinnà), introduce l'unione civile nell'Ordinamento Italiano. L'unione civile consiste nell'unione sentimentale ed economica tra due persone maggiorenni dello stesso sesso, alla quale lo Stato Italiano ha riconosciuto uno status giuridico analogo a quello del matrimonio.

Le unioni civili presentano delle analogie con il matrimonio tra cui: la disciplina degli impedimenti, delle condizioni e degli effetti dell'unione civile; viene altresì richiamato l'obbligo di assistenza morale e materiale, di coabitazione, di contribuzione ai bisogni comuni, gli ordini di protezione familiare nonché il diritto successorio.

A differenza dei coniugi, gli uniti civilmente non possono adottare i figli (nemmeno il figlio del partner) ma, caso per caso, il Tribunale può decidere preservando e tutelando il miglior interesse del minore. Il Tribunale ordinario è l'organo competente per decidere sull'affidamento dei figli nati dall'unione civile, sui rapporti con il genitore non collocatario e la determinazione del contributo dovuto da quest'ultimo per il mantenimento dei minori.⁶

A differenza delle coppie unite in matrimonio, inoltre, le parti dell'unione civile possono chiedere direttamente lo scioglimento dell'unione, senza che debbano precedentemente chiedere la separazione. L'unione civile si scioglie per decesso di una delle parti, per il cambiamento di sesso, per manifestazione di volontà di scioglierla della parti manifestata anche disgiuntamente davanti all'ufficiale di stato civile ovvero per procedimento giudiziale avanti il tribunale che si conclude con l'emissione di una sentenza di scioglimento.

⁶ La stepchild adoption (in inglese "adozione del figlio affine"), adozione del configlio o adozione in casi particolari è un istituto giuridico che consente al figlio di essere adottato dal partner (unito civilmente o sposato) del proprio genitore..

Con questo breve excursus storico sulle origini del matrimonio, inteso nella visione occidentale, si vuole introdurre il tema del matrimonio come viene oggi vissuto in Italia. Occorre però ricordare che sono presenti anche altre forme di matrimonio, diverse nelle varie società e culture, tra cui citiamo la monogamia (un marito ed una sola moglie), la poligamia (un marito con più mogli) e la poliandria (una donna con più mariti).

Oggi come allora, l'usanza del matrimonio è presente in tutte le società, anche le più primitive e si può dunque definire come un'istituzione universale, comune a tutti i popoli per sancire l'unione tra due persone e la nascita di una nuova famiglia.

Il rito del matrimonio però, come abbiamo visto, cambia da Paese a Paese, da cultura a cultura.

Di seguito si vogliono quindi presentare gli elementi costitutivi dell'evento che riscontriamo attraverso un viaggio in Italia e nel mondo, ponendo l'attenzione su quelli che non possono mai mancare quali la cerimonia, l'accoglienza degli invitati ed i simboli e cogliendo le differenze nelle varie società e culture. Si vuole inoltre indagare quali criticità ogni elemento porta con sé in termini di sostenibilità e quali possono essere delle eventuali soluzioni a questi problemi. Nel paragrafo conclusivo del capitolo, infine, si analizza una serie di dati relativi al matrimonio in Italia, quali il numero di celebrazioni e la spesa media.

Per semplificazione d'ora in poi ci riferiremo a "matrimonio" come termine polisemico anche per le unioni civili.

SCHEMA RIASSUNTIVO LE ORIGINI DEL MATRIMONIO

Mater + munus = Compito della madre

Nell'**Antica Roma** rappresentava in una prima fase la **sottomissione della donna** all'autorità dell'uomo, poi si basò sul **consenso** di entrambi gli sposi



La **Chiesa Cristiana** rese il matrimonio un **sacramento**, sacro ed indissolubile



Nel **Medioevo** la **Chiesa** negò **divorzio e concubinato**. In questo periodo assunse ruolo giuridico e il **matrimonio** entrò nel **diritto canonico**



Con il **Concilio di Trento** la Chiesa definì il matrimonio come sacramento ma **Lutero** lo inserì nel **codice civile** consentendo il **divorzio**



753 -
476

0

313

fine
800

1563

1799

1865

1929

2016



Con la **Rivoluzione Francese** il matrimonio fu affidato al **diritto civile** in quasi tutta Europa



In **Italia** il matrimonio venne **reinserito nel codice civile**



Con i **Patti Lateranensi** venne riconosciuto un doppio regime: **legittimati effetti civili di rito cattolico**



Introduzione dell'**Unione Civile** nell'Ordinamento Italiano

1.1 LA CERIMONIA

Il primo elemento cui ci si riferisce quando si parla di matrimonio è indubbiamente la cerimonia, intesa come rito durante il quale gli sposi celebrano la loro unione (la quale può essere di diversi tipi che andremo ad analizzare più avanti: civile o religiosa e tra sessi opposti o omosessuale), firmando un contratto atto alla legalizzazione della stessa.

1.1.1 IL CONTRATTO

Alla base del matrimonio, dunque, imprescindibilmente da quale tipo di unione si voglia celebrare, troviamo il contratto come momento di formalizzazione dell'unione coniugale verso i terzi e verso le istituzioni.

Tante sono le tradizioni legate al rito del matrimonio nel mondo, influenzate dalla religione, dalle usanze popolari e profondamente influenzate dagli usi, dai costumi e dalla civiltà delle diverse popolazioni.

Andiamo ora ad indagare i vari tipi di contratto matrimoniale che possono essere riscontrati in luoghi e culture diversi.

1.1.1.1 IL MATRIMONIO NELL'ORDINAMENTO CIVILE ITALIANO

Nell'ordinamento italiano il matrimonio è un negozio giuridico regolato dal Titolo VI del Codice Civile (articoli 79-230).⁷ La convenzione matrimoniale è il contratto con il quale i coniugi stabiliscono un regime patrimoniale



Img 4. Sposi che firmano i documenti di matrimonio

⁷ Il codice civile italiano è un corpo organico che contiene norme di diritto civile, e norme di diritto processuale civile di rilievo generale. Costituisce, insieme alla Costituzione della Repubblica Italiana ed alle leggi speciali, una delle fonti del diritto civile.

coniugale diverso dalla comunione legale, e cioè il regime di separazione dei beni o di comunione convenzionale.

La Costituzione italiana tratta del matrimonio agli articoli 29 e 30. Il primo definisce la famiglia quale "società naturale fondata sul matrimonio" e stabilisce che "il matrimonio è ordinato sulla eguaglianza morale e giuridica dei coniugi, con i limiti stabiliti dalla legge a garanzia dell'unità familiare". Il secondo riguarda il mantenimento, l'istruzione e l'educazione dei figli legittimi e naturali (ossia nati nell'ambito e al di fuori del matrimonio), e assicura ai secondi le tutele giuridiche e sociali.

In Italia, gli effetti civili del matrimonio sono riconosciuti anche ai matrimoni celebrati davanti a un ministro di culto di una confessione religiosa che abbia stipulato un'intesa con lo Stato italiano.

1.1.1.2 IL MATRIMONIO COMBINATO: L'unione delle famiglie

In un matrimonio combinato è un terzo partito a scegliere il partner. Questo è in forte contrasto con il matrimonio d'amore, dove una persona sceglie il proprio compagno. Sono molte le culture dove questo tipo di rito è praticato e solitamente a scegliere i consorti per i figli sono i genitori o, talvolta, il membro più anziano della famiglia.

Nelle culture che praticano i matrimoni combinati i genitori scelgono i futuri sposi dei loro figli per dare valore alla famiglia, proteggendo i principi e i valori in cui crede, impedendo ai figli di sposare qualcuno appartenente a

un'altra religione o un altro ceto sociale. Questo tipo di matrimonio provoca molte polemiche, specialmente nelle culture come la nostra nel quale è praticato il matrimonio d'amore. Spesso infatti i due sposi si ritrovano a dover passare la vita con una persona con la quale non hanno nessun tipo di legame emotivo.

1.1.1.3 IL MATRIMONIO FORZATO: Sposi per forza e non per amore

Con questo termine si intende un matrimonio in cui le persone coinvolte, adulti o persino bambini, vengono fatte sposare contro la loro volontà o senza tenere conto di essa. Tale pratica è presente in molti paesi in cui la cultura di rispetto per i diritti dell'individuo non è ancora sviluppata.

Altre culture praticano ancora per tradizione il matrimonio per rapimento, ossia un matrimonio forzato nel quale una donna viene rapita e stuprata da un uomo e, di conseguenza, considerata sua moglie. Questa è purtroppo una pratica corrente in paesi rurali e tradizionalisti come il Kirghizistan.

1.1.1.4 IL MATRIMONIO TRA CONSANGUINEI: Esogamia ed endogamia

Parlando di esogamia si fa riferimento al tabù dell'incesto, che secondo gli antropologi può servire per promuovere la solidarietà sociale. In quasi tutte le società sono presenti delle restrizioni relative al matrimonio tra parenti ma il grado di relazioni proibite varia notevolmente da una all'altra. In tutte le società ad eccezione dell'Antico Egitto, la società

Hawaiiiana e gli Inca, per esempio, è vietato il matrimonio tra fratelli e sorelle.

In molte società invece il matrimonio tra cugini di primo grado è preferito. La chiesa cattolica richiede uno standard di distanza per il matrimonio. In altre società ci sono inoltre restrizioni curiose su chi può sposarsi, come il divieto di sposare una persona con lo stesso cognome o persino con lo stesso animale sacro.

Contrariamente invece, in alcune società è previsto che il matrimonio avvenga all'interno di un determinato gruppo. Il termine utilizzato per indicare questo tipo di restrizioni è endogamia. Un esempio può essere rappresentato dalla necessità di sposare un individuo appartenente alla stessa tribù o ad una stessa casta.

Possono essere considerati esempi di endogamia anche le leggi razziali adottate da alcune società nel passato come la Germania Nazista o il Sudafrica dell'apartheid che proibivano il matrimonio tra persone di diversa "razza".

1.1.2 IL RITO

Come è stato osservato in precedenza, i modi attraverso cui si può celebrare l'unione con il matrimonio in Italia è fondamentalmente di due tipi: attraverso un rito religioso o tramite un rito civile. La sostanziale differenza tra i due tipi di celebrazione è che per il diritto canonico il matrimonio è considerato un sacramento, mentre per il codice civile è una semplice manifestazione di volontà.

I due vincoli sono quindi molto diversi ma in Italia è presente un punto di incontro tra i due, poiché lo Stato italiano,

sottoscrivendo il Concordato, si è impegnato ad attribuire efficacia civile anche al matrimonio religioso. Dal punto di vista legislativo, dunque, gli effetti del matrimonio religioso trascritto nei registri dello stato civile e quelli del matrimonio civile sono gli stessi.

Una particolare attenzione richiede invece l'unione tra due persone dello stesso sesso, per la quale si è sentito molto discutere nell'ultimo periodo.

1.1.2.1 IL RITO CIVILE

Per lo svolgimento di un matrimonio civile, in Italia, è necessario che entrambi i fidanzati si rechino, circa due mesi prima di sposarsi presso l'Ufficio di stato Civile del Comune di residenza di uno dei due a richiedere i documenti necessari per il matrimonio.

I documenti che verranno rilasciati dal comune di residenza sono:

- L'atto di nascita
- Il certificato contestuale che comprende residenza, stato libero e cittadinanza

Se uno dei due contraenti è divorziato, è necessario aggiungere ai documenti anche la sentenza di divorzio, mentre se è vedovo è necessario l'atto di morte del coniuge defunto.

In seguito a tale richiesta, gli incaricati comunali provvederanno ad elaborare tutta la documentazione necessaria e a contattare personalmente i futuri sposi per fissare la data del giuramento di matrimonio. Dopo tale promessa, per la quale non è più richiesta la presenza di un



Img 5. Rito civile svolto dal sindaco del paese, riconoscibile dalla fascia tricolore.

genitore e dei testimoni, verranno esposte per 8 giorni alla Porta della Casa Comunale dei comuni di residenza dei futuri sposi le "pubblicazioni", recanti le complete generalità dei promessi e il luogo di celebrazione delle nozze.

Tali formalità preliminari al matrimonio civile sono finalizzate ad accertare l'effettivo stato di libertà da vincoli di precedenti matrimoni e la reale consapevolezza di entrambi gli interessati, liberi da costrizioni o ricatti da una o ambo le parti. Obiettivo della pubblicazione è inoltre quello di rendere nota a tutti l'intenzione dei fidanzati di contrarre matrimonio affinché chiunque ne abbia motivo possa opporsi, qualora sussistano impedimenti di cui costoro siano a conoscenza o altre gravi ragioni previste dalla legge.

Trascorsi quattro giorni dopo il termine delle pubblicazioni, l'Ufficiale di Stato Civile, se non ha ricevuto nessuna opposizione, rilascia il "nulla osta" al matrimonio, in cui dichiara che quella celebrazione non ha impedimenti agli effetti civili e che i due fidanzati possono celebrare le proprie nozze entro 180 giorni dalla scadenza della pubblicazione, pena la decadenza di validità dei documenti.

La celebrazione con rito civile è solitamente molto breve e non si superano i 20 minuti. Questa può essere divisa in tre momenti principali: la lettura di tre articoli del Codice Civile, l'esplicita dichiarazione della volontà di coniugarsi e la lettura dell'atto di matrimonio con relativa sottoscrizione da parte degli sposi, dei testimoni e dell'Ufficiale di Stato Civile.

1.1.2.2 IL RITO RELIGIOSO

La scelta di celebrare il proprio matrimonio secondo il rito cattolico era, fino a qualche anno fa, più una scelta obbligata, una convenzione da rispettare. Oggi, in seguito al numero crescente di convivenze e di persone che si sposano con il rito del matrimonio civile, la scelta di celebrare il sacramento sembra più consapevole e più ragionata all'interno della coppia.

Se si sceglie il rito del matrimonio cattolico è prudente dare inizio alle pratiche e alla raccolta dei documenti necessari almeno sei mesi prima della data voluta. Tale arco temporale potrebbe ulteriormente allungarsi nel caso in cui la chiesa scelta non sia la parrocchia di appartenenza di uno dei due futuri sposi, o in casi in cui siano necessarie dispense speciali.

La pratica matrimoniale inizia con la scelta della parrocchia presso la quale si seguirà il corso prematrimoniale, si farà il giuramento e verranno affisse le pubblicazioni religiose. Tale parrocchia potrà essere quella di lei, quella di lui o quella legata alla residenza dove i novelli sposi andranno ad abitare. Anche se poi ci si sposerà altrove, sarà il parroco di una di queste chiese a fare le pratiche.

Se si sceglie di sposarsi con rito del matrimonio cattolico, occorre frequentare il corso prematrimoniale: un corso di preparazione al sacramento che dura circa due mesi, e consta di una decina di incontri tra coppie in procinto di sposarsi e il sacerdote della parrocchia scelta, con spesso interventi di educatori e di altre coppie della comunità già sposate.



Img 6. Rito religioso svolto in Chiesa



Img 7. La bandiera arcobaleno, simbolo del movimento di liberazione omosessuale

La cerimonia si svolge poi in tre fasi ben definite: le interrogazioni prima del consenso, con il quale il sacerdote indaga la volontà esplicita di entrambi gli sposi, la manifestazione e l'accoglienza del consenso attraverso delle formule di giuramento ed infine lo scambio degli anelli come simbolo di unione e la dichiarazione di marito e moglie.

Come anticipato, gli effetti civili del matrimonio religioso sono oggi riconosciuti al pari di quelli celebrati secondo la cerimonia civile. Anche il divorzio è oggi consentito dal punto di vista legale, nonostante la Chiesa lo rinneghi in quanto peccato.

1.1.2.3 L'UNIONE CIVILE OMOSESSUALE

Dal punto di vista dell'atto o della cerimonia, l'unione civile tra due persone omosessuali avviene di fronte ad un ufficiale di Stato e alla presenza di due testimoni e viene registrata nell'archivio dello stato civile, così come avviene con il matrimonio civile tra coppie eterosessuali. Le coppie possono stabilire, per la durata dell'unione, un cognome comune scegliendo tra i loro cognomi; a differenza dal matrimonio civile in cui è presente l'obbligo di usare il cognome dell'uomo come cognome comune.

1.1.3 GLI ELEMENTI DELLA CERIMONIA

Dopo aver analizzato la cerimonia del matrimonio dal punto di vista del contratto e della sua formalizzazione legale, passiamo ora alla presentazione di quelli che sono gli elementi che caratterizzano questa prima fase del matrimonio.

In questa analisi non verranno presi in considerazione quei particolari elementi che rientrano nelle categorie trattate nei capitoli seguenti, come per esempio l'allestimento floreale o lo scambio degli anelli.

Ci riferiamo dunque alle caratteristiche che riguardano prettamente l'atto di conseguimento del matrimonio e che possono essere riassunte in tre categorie principali: le persone che contribuiscono alla formalizzazione dell'atto, ossia testimoni, damigelle e il contributo dei paggetti, le promesse o le letture attraverso le quali gli sposi si impegnano attivamente nel matrimonio ed infine gli accorgimenti in termini di denaro che è necessario prestare per lo svolgimento della cerimonia da parte di un ente religioso o un ufficiale di stato.

1.1.3.1 I TESTIMONI, LE DAMIGELLE E I PAGGETTI

Il ruolo del testimone, tra quelli citati, è quello più importante e allo stesso tempo necessario per la cerimonia, sia dal punto di vista legale che affettivo. Solitamente per questo compito si sceglie una figura centrale nella vita degli sposi, come può essere un parente stretto (fratello o sorella) o un carissimo amico. I testimoni sono infatti chiamati ad essere i garanti morali e legali dell'unione della coppia e della solidità matrimoniale.

Sia per il matrimonio civile che per il matrimonio cattolico il numero richiesto dalla legge è due, uno per lo sposo e uno per la sposa, ma possono essere aumentati a piacimento se si vuole privilegiare più persone di questo onore.



Img 8. Particolare in cui si distinguono le damigelle (in abito grigio) e due bambine in funzione di paggetto.

I compiti istituzionali dei testimoni di nozze sono:

- Apporre la propria firma al termine del rito, a testimonianza della autenticità e regolarità della celebrazione avvenuta;
- Conservare le fedi durante la cerimonia per poi passarle al sacerdote, nel caso di rito del matrimonio cattolico o di matrimonio misto, o allo sposo, nel caso di rito civile, al momento richiesto;
- Consegnare l'offerta al sacerdote, alla fine della cerimonia.

I testimoni avranno inoltre il compito di aiutare gli sposi nei preparativi del matrimonio, assistere la coppia anche moralmente e, non ultimo, se si tratta di amici, di prendere in mano l'organizzazione dell'addio al nubilato o al celibato.

Per quanto riguarda invece i paggetti e le damigelle, questi non sono importanti dal punto di vista legale della cerimonia ma, se si vuole, della scenografia in quanto aggiungono grazia all'intero quadro. Le origini di questo ruolo risalgono ai tempi dei poeti latini che spesso cantavano di questi nei cortei di nozze, un tempo chiamati Amorini e Grazie, che accompagnavano la sposa al tempio sorreggendo le fiaccole accese e intonando l'inno a Imeneo, il Dio delle nozze.

Secondo la tradizione anglosassone, invece, sono presenti le Flowergirl, bambine dell'età compresa tra i 3 e i 6 anni a cui è assegnato il compito di spargere petali di fiori al passaggio della sposa, e i Ring Bearer, maschietti il cui incarico ufficiale è quello di portare il cuscino con le fedi. Queste figure sono quasi sempre accompagnate dalle damigelle d'onore della sposa, le sue amiche adulte, e dai Best Man, aiutanti fidati dello sposo.

In Italia questa tradizione è leggera se non totalmente assente. Generalmente vengono scelti solamente i bambini più piccoli tra i parenti o gli amici o magari le sorelline o i fratellini minori della coppia, con il compito di intenerire e rallegrare la cerimonia, accompagnando la sposa, reggendo il velo, spargendo i petali al suo passaggio o distribuendo le bomboniere alla fine del ricevimento.

1.1.3.2 LE PROMESSE E LE LETTURE

Sia che si scelga la cerimonia religiosa, sia se si opta per un rito civile, sarà presente una lettura da parte dell'officiante ed una promessa enunciata dagli stessi sposi come giuramento e volontà di unirsi in matrimonio.

Per quanto riguarda il rito religioso delle nozze, l'officiante o una persona scelta dagli sposi leggeranno alcuni passi biblici che riguardano il tema dell'amore e della condivisione, per poi passare al momento più emozionante del rito nuziale, ossia la lettura delle promesse. Attraverso queste promesse gli sposi si giurano l'amore e la fedeltà per tutta la vita. È possibile scegliere tra tre formule per la liturgia, in base allo stile della cerimonia o al gusto degli sposi.

Per quanto riguarda il rito civile, il Sindaco o il suo delegato danno lettura degli articoli che disciplinano i diritti e i doveri reciproci dei coniugi (Art. 143), l'indirizzo della vita familiare (Art. 144) e i doveri verso i figli (Art. 147). È poi possibile personalizzare la cerimonia con musica, canzoni, promesse, brani e poesie sull'amore o sul matrimonio.

1.1.3.3 LE SPESE PER LA CELEBRAZIONE

La celebrazione dei sacramenti, tra cui troviamo anche il matrimonio, rientra nella missione del Parroco e pertanto si tratta di un servizio gratuito che lo stesso è tenuto a prestare al popolo cui è affidato. I fedeli tuttavia dovrebbero partecipare la propria gioia alla comunità cristiana e di contribuire dunque, nelle loro possibilità, alle necessità della Chiesa e dei poveri. La preparazione e la celebrazione del matrimonio comportano inoltre delle spese reali, sia per i servizi diocesani (moduli, personale d'ufficio, ecc.), sia per quelli parrocchiali di culto e di personale (sacrestano, energia elettrica, manutenzione del luogo sacro, ecc.). Da qui nasce quindi la necessità di fare una donazione alla parrocchia nella quale ci si sposa, che può essere un'offerta libera o una somma richiesta dallo stesso Parroco officiante come rimborso delle spese e dei servizi offerti. Se invece si sceglie di sposarsi in una chiesa diversa da quella di residenza degli sposi, è necessario richiedere il nulla osta ecclesiastico che va rilasciato dal Vicariato. In questo caso è tradizione che gli sposi donino una certa somma ad una chiesa per ogni comune che si incontra tra la chiesa di appartenenza e quella scelta.

Per quanto riguarda invece il rito civile, questa opzione risulta spesso più rapida ed economica. Sposarsi nel proprio Comune infatti non richiede nessun costo, se non le marche da bollo necessarie da applicare ai documenti. Questa è infatti una spesa davvero minima e non ci sono tasse o mance da lasciare se uno degli sposi ha la residenza in quel paese. È comunque sempre accettata volentieri una donazione da parte degli sposi verso l'ente comunale per la celebrazione del rito. Fanno eccezione luoghi comunali diversi dal Municipio per cui può essere richiesta una somma per la gestione extra-ordinaria del luogo per l'ospitalità dell'evento (es. castelli, monasteri sconsacrati).

1.2 L'ACCOGLIENZA

Dopo aver fissato una data per le nozze iniziano subito i preparativi per l'organizzazione dell'evento: dalla scelta della location agli inviti, dall'allestimento floreale al banchetto. Tutte queste scelte insieme determinano quello che noi abbiamo definito "accoglienza".

È stato scelto questo termine proprio per indicare quanto queste scelte non implicino solamente gli sposi ma soprattutto l'accoglienza vera e propria dei parenti e degli amici invitati alla cerimonia. Già, perché molti sposi sarebbero felici di svolgere il rito e andarsi a rifugiare lontano da tutti i parenti, senza la necessità di organizzare una festa che comprenda una serie di fasi prescritte, costose, e molte delle quali possono risultare superflue.

In questo capitolo si vuole quindi indagare quali siano gli elementi principali che possono essere racchiusi nella "accoglienza", determinare quali di questi siano effettivamente fondamentali e quali no, e osservare ove possibile se anche nelle altre culture è presente questa usanza.

1.2.1 LE PARTECIPAZIONI

Dopo aver stabilito il giorno del matrimonio, il luogo della cerimonia e la lista degli invitati, in Italia e in molti altri paesi, è usanza pensare alle partecipazioni e agli inviti di nozze. Spesso questi due termini vengono utilizzati come sinonimi, ma in realtà esiste una sottile differenza tra i due: la partecipazione indica la richiesta di presenza solamente alla



Img 9. Set tradizionale di inviti e partecipazioni.

cerimonia, mentre l'invito rappresenta il desiderio di partecipazione sia alla celebrazione che al ricevimento.

Questi non sono elementi da sottovalutare in quanto rappresentano il biglietto da visita dell'intero evento e dovranno quindi anticipare lo stile e il tono del matrimonio. Secondo le tradizioni più antiche erano i genitori degli sposi a dover, attraverso un cartoncino stampato a libro, annunciare il matrimonio dei propri figli. Oggi queste regole classiche stanno andando via via svanendo e, nella maggior parte dei casi, sono gli sposi stessi ad annunciare il proprio matrimonio stampando le partecipazioni secondo il proprio stile.

Oggi infatti si tende sempre più a seguire le mode anche nella scelta delle partecipazioni e degli inviti, così come negli altri aspetti del matrimonio, realizzando uno stampato che si abbinerà allo stile e ai colori del filo conduttore scelto per l'occasione.

Le informazioni da scrivere sulla partecipazione di matrimonio sono molto semplici e sintetiche: l'annuncio da parte degli sposi (o dei genitori), i loro nomi, il luogo la data e l'ora della celebrazione e gli indirizzi, che secondo la tradizione sono tre (i due indirizzi della coppia prima del matrimonio e l'indirizzo futuro della coppia sposata).

Molto particolare è la tradizione delle partecipazioni nel matrimonio cinese, dove agli ospiti viene inviato un invito su carta decorata rossa (il rosso è il colore dominante della cerimonia, simbolo di felicità e prosperità). La busta verrà poi utilizzata il giorno del matrimonio per offrire agli sposi del denaro, in assoluto il regalo nuziale più apprezzato in Cina. La cifra deve essere sempre pari. Quando i fidanzati che

hanno donato la loro busta si sposteranno, la coppia dovrà ricambiare il dono in denaro in misura uguale se non maggiore.

Dal punto di vista della sostenibilità, il problema maggiore legato a questa usanza è dato dalla carta utilizzata e dalla stampa.

Oggi un drammatico aumento della domanda mondiale di carta ha infatti portato alla pesante decrescita delle foreste biologicamente ricche. La manifattura della carta gioca inoltre un grande ruolo nell'inquinamento del suolo, dei fiumi, degli oceani e dell'aria.

Sono diversi gli inquinanti associati alla produzione per la carta, come per esempio il Cloro, utilizzato per il processo di trasformazione del legno in polpa e per lo sbiancamento della carta. Questo crea una grande quantità di diossine tossiche simili al comune pesticida DDT. Altri inquinanti rilasciati nell'aria e nell'acqua includono il diossido di zolfo (la maggiore causa di pioggia acida), il solfuro di idrogeno, il monossido di carbonio, l'ammoniaca e molti altri.

È possibile ridurre questo problema scegliendo, come ci consiglia Valerie Edmunds nella sua guida per un matrimonio green, carta riciclata, handmade, o tree-free.⁸ Questo contribuirà non solo a ridurre il rilascio delle sostanze inquinanti, ma anche a ridurre la richiesta di deforestazione e a salvare le risorse come acqua e energia. È possibile poi cercare una carta che sia anche naturale nel colore, tinta con inchiostri naturali o processata senza il cloro. È sconsigliato utilizzare carte plastificate o metallizzate poiché raramente sono riciclabili.

⁸ Valerie Edmunds è la fondatrice di GreenEleganceWeddings.com, un sito web che fornisce informazioni, ispirazioni e risorse alle coppie che progettano un matrimonio responsabile per l'ambiente e socialmente. È anche autrice del libro "The Green Wedding Guide", cui facciamo riferimento più volte in questa sede.

L'elemento più essenziale degli inviti è però dato dalle parole e dai dettagli stampati su di essi. La soluzione green più semplice è la calligrafia, questa non solo è elegante, ma elimina la necessità di danneggiare l'ambiente attraverso i metodi di stampa. Un'alternativa può essere invece la stampa utilizzando inchiostri eco sostenibili (per esempio quelli di origine vegetale) e facendo attenzione al consumo delle risorse energetiche.

Una soluzione più moderna che sta man mano prendendo piede, soprattutto nei matrimoni low cost, è data dagli inviti in formato elettronico, tramite email o pagine social create appositamente per l'evento che hanno, inoltre, il vantaggio di tenere aggiornati gli invitati rispetto alla giornata e a possibili suggerimenti o cambiamenti. Questo processo è totalmente "paper-free" e consente di connettere elettronicamente amici e famigliari in tempo reale.



LA CARTA TREE-FREE

Le carte cosiddette "tree-free" (senza alberi), sono prodotte da macchine. Come le carte Handmade, queste sono disponibili in vari colori e texture, e aiutano a salvare le nostre risorse di foreste.

Una delle risorse di materiale più eco-friendly è lo scarto agricolo, ossia i rifiuti che vengono prodotti a partire dal raccolto.

La corteccia degli alberi, i gusci e i cereali lasciati nei campi possono essere usati per produrre la carta macinata. Questi includono molti degli stessi materiali usati per la carta handmade, come la corteccia del banano, la paglia dei cereali e la canna da zucchero.

Alcune piante sono fatte crescere appositamente per la produzione della carta usando metodi agricoli responsabili.

La carta di canapa è molto forte e disponibile in diverse finiture, da quella più classica a textures più naturali. Essa può essere prodotta completamente dalla canapa o combinata con carta riciclata post-consumo.

La canapa industriale usata per fare la carta è una pianta cresciuta naturalmente resistente agli insetti nocivi, per cui non necessita dell'uso di pesticidi. Le piante di canapa riforniscono il suolo con nutrienti e aiutano a ridurre l'erosione.

Anche se la canapa industriale non è tossica come la sua parente Cannabis, il governo americano proibisce ai coltivatori di coltivarla. La canapa è infatti coltivata in altri paesi che la riconoscono come importante raccolto sostenibile.

Ci sono altre piante selvatiche, incluse alcune erbe non domestiche, che sono usate per la produzione della carta ma su una scala minore, dal momento che la loro coltivazione richiede un lavoro più intensivo rispetto agli altri raccolti.

1.2.2 L'ALLESTIMENTO FLOREALE

Gli addobbi floreali per il matrimonio sono un dettaglio importante, comprendono la scelta del bouquet, l'allestimento della chiesa, del ricevimento e dell'automobile e sono sempre stati accompagnatori e protagonisti discreti dell'evento.

La tradizione dei fiori d'arancio ci è arrivata dal mondo arabo, dove essi sono il simbolo del matrimonio e rappresentano purezza e augurio di fertilità. È proprio nella tradizione araba



Img 10. Fiori utilizzati come elemento decorativo per il ricevimento, in particolare come centrotavola.

che è nata l'usanza di ornare la sposa con i fiori per il matrimonio come buono auspicio di una prole numerosa. Questa usanza giunse poi in Italia durante l'invasione della Sicilia da parte dei Mori (tra il VII e il IX secolo) ma acquisì un significato diverso: il bouquet simboleggia la purezza e l'innocenza della futura sposa.

Questo omaggio floreale è rimasto invariato nei secoli nelle diverse culture dove però assume sfumature diverse.

Nel mondo greco per esempio il fiore che rappresentava l'amore era il mirto, fiore sacro a Venere; mentre Shakespeare racconta che in epoca Elisabettiana si usava festeggiare il matrimonio con il rosmarino raccolto in mazzetti, simbolo di fedeltà e di ricordo. In Provenza si usa invece preparare il bouquet con i fiori di campo e negli Stati Uniti è tradizione accompagnare al classico bouquet uno uguale ma realizzato in seta.

I fiori freschi come abbiamo visto donano tradizionalmente un accento colorato alla cerimonia, sfortunatamente però la maggior parte dei fiori che compriamo oggi sono importati da alcune parti del mondo dove l'uso di pesticidi sta danneggiando sia l'ambiente che la salute dei lavoratori agricoli locali.

Ove possibile è quindi necessario utilizzare fiori senza pesticidi, fiori di campo o fiori organici cresciuti localmente. I fiori freschi o di stagione sono una scelta eccellente in quanto non necessitano di trasporto, è possibile sapere la loro provenienza e i prodotti utilizzati, e soprattutto sostenere i coltivatori locali. Sono molti i fiori che dipendono dalla stagione e dall'area in cui si vive, ma sono altrettanti i fiori che si possono trovare tutto l'anno quali la calla, l'eucalipto etc.

I fiori in tessuto sono un'altra valida soluzione allo spreco dei fiori recisi e possono essere riutilizzati e a lungo termine la loro manifattura può richiedere meno consumo di energia rispetto ai fiori naturali. Occorre però fare attenzione al materiale che li costituisce in quanto nella maggior parte di quelli che chiamiamo "fiori di seta" è presente un poliestere sintetico simile alla seta o del nylon.

Un'ulteriore alternativa è rappresentata poi dalle piante in vaso. L'utilizzo di queste nell'allestimento al posto dei fiori recisi aiuta a ridurre gli sprechi sia di denaro sia dei fiori stessi in quanto possono essere riutilizzate anche per più matrimoni, trasportate dalla location della cerimonia a quella del ricevimento e, soprattutto, continuano a vivere anche quando l'evento è finito, contribuendo magari all'allestimento della casa dei novelli sposi o degli invitati, sostituendo in questo caso le bomboniere (ad es. piantine di aromi da utilizzare in cucina). Per il resto dell'allestimento - da accompagnare a fiori e piante - è preferibile usare oggetti riutilizzati e/o riutilizzabili, magari anche con soluzioni a noleggio.

1.2.3 LA LOCATION

Una delle prime fasi successive alla scelta del giorno delle nozze è la scelta della location, una tappa decisiva in quanto farà da cornice a tutto l'evento.

Per chi sceglie di celebrare un rito religioso solitamente sono necessarie due diverse location: la prima a sfondo religioso (che può essere la chiesa di famiglia o una sontuosa cattedrale) e la seconda dove si svolgerà il ricevimento con il banchetto.



Img 11. Marae, il tempio tradizionale della Polinesia dove si svolgono i matrimoni.

Seguendo la scia della tradizione americana, un'usanza sempre più diffusa in Italia è il matrimonio all'aperto che è però ancora molto complicato: il cattolicesimo permette le nozze solo in luoghi consacrati, mentre anche il rito civile è limitato ad alcuni luoghi istituiti dal Comune.

In giro per il mondo e nelle culture differenti si possono osservare diverse tradizioni legate alla location. Nell'islam per esempio il matrimonio è un vero contratto matrimoniale e non ha alcun valore di sacramento e non è quindi inserito in una particolare cerimonia. Il momento centrale vede gli sposi in due diverse stanze e l'ufficiante celebra il rito separatamente. Nella tradizione giapponese invece il rito scintoista può essere celebrato in un tempio, in presenza di un sacerdote del culto, o a casa dello sposo. Particolarmente curiosa è poi la location tradizionale della Polinesia, il Marae, un tempio immerso nella natura e aperto ai tre elementi fondamentali (terra, cielo e mare) che rappresenta un'unione di sangue tra gli sposi e le rispettive famiglie.

Organizzando il matrimonio in un'ottica eco-sostenibile, come anticipato, la soluzione migliore sarebbe scegliere un'unica location utilizzabile sia per la celebrazione del rito, sia per il ricevimento, in modo da evitare i problemi logistici e gli spostamenti e il relativo impatto economico-ambientale, e da poter ridurre il numero di decorazioni e allestimenti. È possibile poi chiedere ai responsabili delle varie location la loro attitudine ai processi sostenibili e all'uso delle risorse.

Infine preferire sempre stoviglie riutilizzabili plastic-free anche per le cannucce o i bicchieri da cocktail.

1.2.4 GLI SPOSTAMENTI

Tra le varie fasi da organizzare durante i preparativi ce n'è una, che quasi sempre passa in secondo piano, che invece è molto importante e non va dimenticata, gli spostamenti. Questi includono non solo l'arrivo degli sposi al luogo della celebrazione, ma anche l'eventuale spostamento degli sposi e degli invitati da lì a dove avrà luogo il ricevimento o il servizio fotografico.

Iniziamo dagli invitati: la parte più noiosa del partecipare ad un matrimonio è sicuramente il viaggio in auto, sia per chi arriva da lontano che per tutti gli invitati nel caso in cui i due luoghi scelti per la cerimonia e per il banchetto siano molto distanti. Non a tutti infatti piace passare molto tempo in auto, magari nel traffico e sotto il sole caldo dei mesi centrali, soprattutto vestiti di tutto punto per l'occasione. Questa fase è molto critica anche dal punto di vista ambientale e dell'inquinamento.

Una delle soluzioni che oggi alcuni sposi decidono di adottare è il noleggio di mezzi di trasporto collettivi come autobus o minibus, a seconda dell'occasione, in modo da rendere gli spostamenti più piacevoli, meno stressanti, meno costosi e non per ultimo a minore impatto ambientale. Un'altra valida soluzione alternativa è, come già anticipato nel paragrafo precedente, la scelta di un'unica location per le due fasi dell'evento o, se possibile, di due luoghi molto vicini raggiungibili a piedi in una romantica passeggiata.

Per quanto riguarda invece gli sposi, è tradizione in Italia il noleggio di un mezzo di trasporto unico, classico come una carrozza o più moderno come una fuoriserie sportiva, che



Img 12. Esempio di mini-bus allestito per il trasporto collettivo degli invitati.

accompagnerà la sposa dalla propria casa in chiesa, in Comune o, comunque, nel luogo dove si officerà la cerimonia di nozze, che condurrà gli sposi al ricevimento e che, simbolicamente, costituirà il mezzo che li "trasporta" nella loro nuova vita insieme.

In linea generale tutte le auto o i mezzi di trasporto scelti svolgeranno questo classico percorso:
casa dello sposo -> Chiesa, casa della sposa -> Chiesa (o luogo scelto per il rito civile) -> luoghi scelti per il servizio fotografico -> sala ricevimenti -> eventuale hotel.

Secondo il galateo italiano l'auto degli sposi sarà addobbata di fiori soprattutto nella parte posteriore e poi avrà all'esterno una piccola coccarda bianca che verrà data anche agli altri invitati per attaccarla alla loro macchina. Questa o il fiocco di tulle avranno anche la funzione di permettere al corteo degli amici di seguire gli sposi fino al locale o comunque fino al momento in cui da soli si staccheranno per recarsi nella location scelta per le foto.

È importante infine fare attenzione a particolari usanze su come preparare la macchina degli sposi quando escono dal ristorante e per partire per la luna di miele. In molti paesi è di uso comune impiasticciare l'auto attaccando ad essa vari oggetti rumorosi con fili di spago, come lattine vuote di pelati o rotoli di carta igienica che svolazzano durante la partenza dell'auto. Qualcuno arriva persino a scrivere frasi ironiche sul vetro della macchina con l'aiuto di un rossetto o altro. Questo tipo di usanza non è tollerata in Italia, specialmente se l'auto è a noleggio, e si può incorrere nel pagamento di una penale.

Un'altra usanza particolare sul mezzo di trasporto per le nozze ci arriva sempre dalla Cina, dove secondo la

tradizione, la sposa dovrebbe essere trasportata su una portantina a casa del futuro sposo, restando a digiuno e in rigoroso silenzio tutto il giorno.

1.2.5 IL BANCHETTO

Al termine della cerimonia di nozze, sposi e invitati si recheranno presso la location scelta per il ricevimento di matrimonio. Questa è una delle fasi più importanti della giornata, trattandosi di un momento di convivialità in cui si determina una vera e propria festa: con cibo, danze e allegria si sta tutti insieme e si festeggia questo giorno così importante.

Indipendentemente dalla semplicità o lo sfarzo scelti per l'evento, questo non può dirsi concluso senza l'offerta del cibo. Questo tipo di usanza ha origini antichissime e per alcune religioni il rito della condivisione del cibo è di fondamentale importanza, basti pensare alle cerimonie cristiane in cui viene spezzato il pane come simbolo di comunione e fratellanza; questo è presente anche nella tradizione ebraica.

Il ricevimento di nozze era una tradizione anche ai tempi degli antichi romani, dove il matrimonio non era riconosciuto come legale fino a quando i novelli sposi non spezzavano e mangiavano il pane con i loro ospiti.

Le soluzioni riguardo al tipo di banchetto offerto durante il ricevimento sono varie e dipendono sostanzialmente da due fattori decisivi: la disponibilità degli sposi e soprattutto l'ora in cui si celebrano le nozze.

Se il rito si svolge di mattina si può optare per il tradizionale



Img 13. Esempio di allestimento brunch, che offre un mix di dolci (colazione) e salati (pranzo).

pranzo o un più semplice banchetto. Una nuova tendenza che arriva dagli Stati Uniti è invece costituita da un brunch, ossia l'unione di colazione e pranzo (da cui il termine che riflette la fusione delle parole inglesi "breakfast" e "lunch"); durante il quale gli sposi possono quindi scegliere di offrire un ricco buffet che comprende una parte salata (con tramezzini, salumi e formaggi) da intervallare con le classiche proposte dolci della prima colazione come, ad esempio, brioches, pasticcini, crostate, yogurt e frutta fresca.

Per chi invece si sposa nel primo pomeriggio è consigliato un rinfresco o una merenda, preferibilmente all'aperto e che includa una vasta scelta tra dolce e salato. Chi infine decide di celebrare il matrimonio nel tardo pomeriggio può orientarsi sulla tradizionale cena formale o su alternative più moderne come, per esempio, un cocktail party.

Possiamo quindi affermare che al giorno d'oggi le possibilità di scelta sono così diversificate che si può trovare una soluzione adatta per ogni esigenza e si può equilibrare tra tradizione e creatività.

In termini di sostenibilità però sono diversi i problemi legati al banchetto, come per esempio la provenienza ed il trasporto del cibo e, al termine dell'evento, l'incredibile quantità di avanzi e dunque spreco. La regola eco per far fronte a questo problema è la scelta di un menu a base locale, stagionale, di produzione organica e, dove possibile, a basso contenuto di carne. Comprare cibi locali e stagionali non solo assicura la freschezza degli stessi, ma aiuta a salvare la terra dagli inquinanti rilasciati nell'aria quando il cibo viene trasportato a chilometri di distanza fino al matrimonio. Questo aiuta inoltre a supportare le piccole e medie imprese che ogni giorno lavorano duramente per mantenere la loro buona

buona reputazione per una responsabilità sociale e ambientale.

Per risolvere il problema dello spreco alimentare, invece, alcune soluzioni sono la possibilità per gli ospiti di portare a casa il cibo avanzato (le cosiddette "Doggy Bag", ossia la borsa per il cane) o di consegnare il cibo non impiattato ad associazioni benefiche.

Ma il cibo non è l'unico protagonista del ricevimento nuziale, sono infatti fondamentali anche l'accompagnamento musicale e l'animazione degli ospiti. La musica serve a riscaldare l'ambiente circostante disponendo a proprio agio gli animi degli invitati che a fine pasto possono essere coinvolti sulla scia di allegri balli e canti di gruppo.

L'intrattenimento ed il coinvolgimento dei propri ospiti poi durante la cerimonia è possibile attraverso la scelta di diverse soluzioni come l'intervento di attori, ballerini, nonché cabarettisti, mimi, prestigiatori etc. Da non dimenticare poi, se sono presenti molti bambini, è un particolare tipo di animazione dedicata a loro in modo da intrattenerli durante la giornata ed evitare che creino confusione.

In giro per il mondo le tradizioni legate al banchetto sono molteplici e curiose, ma sempre legate al simbolo della convivialità e unione. Nel rito giapponese, per esempio, il matrimonio viene celebrato proprio sotto forma di banchetto. In questo rito, il san-san-ku-do, gli sposi bevono in tre coppe di tre misure diverse per tre volte e ripetono l'operazione nella camera da letto degli sposi.

Secondo il rito cinese invece, una volta ufficato il matrimonio in un evento molto intimo, ha luogo la cerimonia



Img 14. Esempio di intrattenimento degli ospiti, attraverso musica e balli.

del the a casa dei genitori degli sposi. La festa si estende poi anche agli amici ai quali viene offerto un vero e proprio banchetto di nozze.

Nel cerimoniale islamico poi, il rito ha luogo alla sera mentre i festeggiamenti si tengono il giorno successivo insieme agli amici, e durante i quali gli sposi si nutrono a vicenda con il riso a simboleggiare la nuova unione. Anche nella tradizione indiana c'è l'usanza della condivisione di alcuni cibi simbolici quali nove tipi di cereali per ottenere prosperità, banane per la continuità della stirpe e riso per la fertilità. Questi sono accompagnati da un vaso sacro per la devozione e i fiori per la bellezza. Il banchetto che segue e si tiene nel tempio è solitamente vegetariano.

1.2.6 GLI STAMPATI

Spesso il ricevimento è accompagnato da un insieme di realizzazioni in carta a diversi scopi informativi, troviamo per esempio il tableau du mariage, menù personalizzati e segnapisti.

Il primo è importante se gli ospiti sono in numero elevato poiché, affisso all'entrata della sala per il ricevimento, agevolerà gli inviati a trovare il posto assegnato loro. Questa è un'usanza abbastanza recente che consente di esprimere la creatività degli sposi, che sempre più spesso scelgono di seguire un tema per coordinare tutto l'evento, assegnando a ciascun tavolo un tema o un nome originale.

Il menù cartaceo personalizzato è invece una tradizione più antica e serve a mostrare agli ospiti il menu scelto per il banchetto e può rimanere come ricordo dell'evento una volta

terminato, in quanto presenta la data e i nomi degli sposi.

Come trattato precedentemente nel paragrafo relativo agli inviti, il problema della carta ha uno sviluppo sempre più ampio con conseguenze sempre più disastrose. Secondo recenti studi, riscontrati nel manuale del matrimonio Green precedentemente trattato, gli Americani usano 90 milioni di tonnellate di carta ogni anno, e più del 90% della carta prodotta negli Stati Uniti è carta vergine prodotta da alberi appena tagliati.⁹ Questi dati sono più sconcertanti se si pensa che la produzione di una tonnellata di carta vergine richiede 20 alberi in più, 7000 galloni d'acqua in più e il 60% di energia in più rispetto alla produzione di una tonnellata di carta riciclata. Per questo motivo è quindi consigliato scegliere anche per le realizzazioni in carta del matrimonio quella riciclata.

Un'alternativa altrettanto valida alla carta riciclata è rappresentata da quella "handmade". Questa è caratterizzata dall'assenza di sostanze chimiche, è biodegradabile, fatta a mano e dura anni senza scolorire o diventare fragile. Gli ingredienti più comuni della carta handmade sono panni riciclati, scarti di carta o agricoli, includendo fibre delle piante, fiori e foglie.

Alcuni esempi di carta handmade sono la Lokta, realizzata a mano dalla corteccia di un cespuglio che cresce sull'Himalaya in Nepal, la carta Mulberry, realizzata dalla corteccia dell'albero saa che cresce abbondantemente nel nord della Thailandia ed infine la carta banana.

Un'idea green per sostituire i menù stampati potrebbe essere quella di includere un QR code nel centro tavola in modo che gli ospiti con i loro smartphone possano averlo

⁹ "The Green Wedding Guide", op. cit.



Img 15. Processo di produzione della carta handmade Lokta, in Nepal.

sempre a portata anche in caso di servizio a buffet o aperitivo in zona distante dal tavolo.

Per realizzare i segnaposto o il tableau du mariage, infine, un suggerimento è quello di utilizzare oggetti di recupero su cui scrivere a mano e che, nel caso dei segnaposto, possano essere conservati come ricordo. Ne sono un esempio tappi di sughero, foglie particolari, mollette di legno per il bucato, o per il tableau, pallet di legno, cassette della frutta, specchi.

SCHEMA RIASSUNTIVO

PUNTI DI FORZA E DEBOLEZZA



- ✗ **Disboscamento**
- ✗ **Inquinamento** suolo, acqua, aria
- ✗ **Spreco risorse** energetiche
- ✗ Spesso **non riciclabili**
- ✗ **Inchiostri tossici**
- ✗ **Spese e inquinamento per spedizione**
- ✓ **Carta riciclata, handmade o tree-free**
- ✓ **Calligrafia o stampa con inchiostri eco**
- ✓ **Inviti paper-free** --> formato elettronico e pagine social
- ✓ Nel matrimonio cinese inviti su carta rossa, la cui busta viene riutilizzata per donare agli sposi del denaro



- ✗ Fiori **importati** (trasporto)
- ✗ **Pesticidi**
- ✗ **Coloranti e conservanti chimici**
- ✗ Fiori diversi per le varie locations
- ✗ Fiori recisi **usa e getta**
- ✗ **Confezionamento con materiali plastici**
- Fiori **senza pesticidi**
- ✓ Fiori **di campo o di stagione**
- ✓ Fiori organici **locali** (no trasporto)
- ✓ Fiori in seta o **materiali naturali**
- ✓ **Piante in vaso**, riutilizzabili
- ✓ Piante come **bomboniere**
- ✓ **Allestimenti** di accompagnamento con
- ✓ oggetti **riutilizzati e/o riutilizzabili**
- ✓ I fiori hanno un significato simbolico per molte culture, da quella araba alla greca



- ✗ **Inquinamento** dell'aria
- ✗ **Dispendio del carburante**
- ✗ Utilizzo di **più mezzi** di trasporto superflui
- ✓ Mezzi di trasporto **collettivi** (bus-navette)
- ✓ Mezzi di trasporto **elettrici**
- ✓ Mezzi di trasporto **naturali** (carrozza con cavalli)
- ✓ In alcune culture è tradizione il viaggio sull'auto dopo il sì (con scritta just married);
- ✓ In Cina la sposa viene trasportata a braccia su di una portantina



SCHEMA RIASSUNTIVO

PUNTI DI FORZA E DEBOLEZZA



INDOOR

✗ Consumo **risorse energetiche** per riscaldamento e corrente elettrica

✗ Allestimenti **usa e getta**

OUTDOOR

✗ **Inquinamento** acustico e luminoso

✗ **Deturpamento** dell'ambiente e rifiuti

✗ Stoviglie **usa e getta**

✗ **PIU' LOCATION** = Spostamenti

✓ **Unica location** per rito e ricevimento

✓ **Attenzione ai processi sostenibili**

✓ **Stoviglie plastic-free** riutilizzabili

🌱 Nel mondo sono diverse le usanze legate alla location, soprattutto legate al culto



✗ **Spreco alimentare**

✗ Cibi **esotici** e non di stagione (**trasporto**)

✗ Imballaggi

✗ Consumo risorse energetiche

✗ Sfruttamento **manodopera** nelle piantagioni

✓ Cibi **locali** e a **km 0**

✓ Prodotti **stagionali**

✓ Possibilità di **portare a casa** il cibo avanzato

✓ Distribuzione cibo non impiattato ad **associazioni benefiche**

🌱 Usanze legate al ricevimento sono molteplici e di varia natura, simbolismo di convivialità e unione



Categoria Stampati

✗ I problemi sono gli **stessi** riscontrati nella sezione degli **inviti**

✓ Le possibili soluzioni green sono citate nello stesso paragrafo

✓ QR code

✓ Segnaposto e tableau con oggetti di recupero

🌱 In alcuni paesi sono molto diffusi alcuni tipi di **carta sostenibili**, per esempio in Nepal viene prodotta ed utilizzata la **carta handmade Lockta**, a partire dalla corteccia di un cespuglio locale.



1.3 I SIMBOLI

Il matrimonio rappresenta l'unione di due persone ma il concetto varia molto a seconda della cultura dei promessi sposi e delle religioni. In ogni rito però sono presenti simboli e usanze ricorrenti. Andiamo quindi ad esaminare le diverse tradizioni in Italia e nel mondo e le relative simbologie.

1.3.1 L'ABITO DELLA SPOSA

La tradizione legata all'abito da sposa ha origini antichissime e usanze che si sono evolute con il passare del tempo.

Le future mogli dell'antica Grecia, per esempio, indossavano come abito da sposa la tunica abituale decorata però con cordoni intorno alla vita e portavano sulla testa delle coroncine di mirto che, come già visto nel paragrafo sui fiori, era il fiore sacro ad Afrodite, Dea dell'amore.

Nell'antica Roma poi, le spose indossavano una tunica di colore bianco (da qui il nostro abito tradizionale), stretta in vita attraverso una cintura di lana i cui capi erano annodati in un modo particolare a simboleggiare l'allontanamento del malocchio. Sopra la veste bianca si indossava poi un ampio mantello color zafferano (ripreso anche nei calzari ai piedi) ed al collo una collana in metallo. I capelli erano divisi in sei trecce raccolte in una retina rossa e coperte da un velo rosso, arancione o giallo.

In Inghilterra invece, nel Trecento, le ragazze indossavano ricchi abiti da sposa e portavano in mano rametti di



Img 16. Il classico abito da sposa, modello ampio



Img 17. Nozze tra la Regina Vittoria e il principe Alberto di Sassonia, 1840, primo abito bianco e prima fotografia di nozze nella storia

rosmarino a simboleggiare la fedeltà e il ricordo.

Nel Medioevo il vestito da sposa era tipicamente rosso, a simboleggiare amore ardente, e cucito con stoffe preziose, come velluti, broccati e damaschi.

In epoca napoleonica il porpora fu sostituito da colori pastello, con abiti stile impero stretti sotto il petto.

Storicamente la prima donna ad indossare un vestito da sposa bianco fu Anna di Bretagna alle sue nozze con Luigi XII, seguita dalla regina Vittoria nel 1840 che stabilì una vera e propria moda.

Il bianco oggi è utilizzato come simbolo di purezza e candore, donando eleganza all'evento e differenziandosi dai colori indossati quotidianamente, ma sempre più spesso le spose scelgono colori differenti e originali.

Intorno al vestito da sposa ruotano diverse usanze e superstizioni tra cui troviamo quella per cui lo sposo non deve vedere l'abito dell'amata prima della cerimonia e la regola del galateo secondo la quale gli invitati sono tenuti a evitare il colore bianco (in modo da far esaltare la sposa e renderla riconoscibile) e il nero (con simbologie legate al lutto).

Un'antica tradizione europea sosteneva invece che ottenere un pezzo del vestito della sposa portasse fortuna, per cui gli invitati cercavano di procurarsene o farsene consegnare una porzione. Questa usanza fu poi sostituita da quella della giarrettiera della sposa, secondo la quale gli invitati celibi dovevano impossessarsene come segno di buona fortuna, e che oggi si è trasformata nel lancio della stessa giarrettiera e di altri accessori (bouquet o guanti) per evitare che il vestito venisse rovinato.

Anche in Giappone la sposa indossa un abito bianco ma con un diverso significato, qui infatti il bianco simboleggia il lutto in quanto la sposa “muore” per i suoi genitori per “rinascere” insieme al marito. Nel rito cinese invece si usa indossare sia l’abito nuziale cinese, tradizionalmente rosso come simbolo di prosperità e felicità, sia quello occidentale. È infatti sempre più consueto per la sposa cambiarsi d’abito tre volte nel corso della giornata: la mattina delle nozze indossa l’abito tradizionale cinese, il qipao a fiori; durante la cerimonia un abito bianco con lo strascico come in Occidente, e la sera l’abito rosso e lungo.

Il problema principale legato all’abito degli sposi è dato dal grande investimento in termini di denaro e soprattutto il non utilizzo dello stesso dopo l’evento. Dal momento che la maggior parte degli abiti da sposa perde circa il 90% del suo valore subito dopo il matrimonio, e non sono più indossati, infatti, una soluzione buona sia per il pianeta che per il portafoglio è il riutilizzo. Il termine riuso in questo caso può essere inteso come la scelta di indossare un abito appartenente a una persona cara o affittato o di scegliere un abito che possa essere indossato anche in altre occasioni o adattato ad esse con, per esempio, un cambio di colore.

In ottica green è importante preferire tessuti naturali, non trattati con sostanze chimiche. Merita una menzione la seta della pace, una seta indiana la cui estrazione del filo avviene tramite il buco del bozzolo da cui è uscita la farfalla, permettendo al baco di completare la sua metamorfosi (la seta classica prevede invece la bollitura dei bozzoli per far morire i bachi al loro interno e prelevarne il filo). Esiste anche un’alternativa vegana senza che alcun animale sia coinvolto nel processo. Il nome tecnico di questa seta è “Fibra cellulosica Naia™”, essa è ricavata dalla polpa di legno di pino



Img 18. Abito da sposa tradizionale cinese

ed eucalipto provenienti da foreste certificate e sostenibili e non soggette a deforestazione, inoltre acqua e solventi vengono riutilizzati per più cicli di produzione.

Per incrementare la sostenibilità legata agli abiti, gli sposi possono richiedere agli invitati uno specifico dress-code che preveda di non acquistare nuovi i loro abiti per l'occasione oppure suggerire tessuti eco-friendly.

1.3.2 LE FEDI

Anche la simbologia legata agli anelli è molto antica. Risale agli antichi egizi la credenza di aver individuato una vena che, partendo dall'anulare sinistro, arrivasse fino al cuore: lungo questa vena pensavano che corressero i sentimenti. Secondo questa credenza quindi "legare" l'anulare significa garantirsi la fedeltà.

Anche gli antichi Romani si scambiavano anelli di ferro per sigillare l'unione tra gli sposi e secondo l'antica legge ebraica solo con lo scambio delle fedì il matrimonio risultava legale.

Nel matrimonio secondo il rito religioso è usanza che le fedì vengano portate all'altare dal testimone o da un bambino detto paggetto, legate ad un cuscino di pizzo dove il celebrante le benedice prima dello scambio. Secondo la religione l'anello è infatti il simbolo di Dio che non ha principio né fine, e rappresenta anche l'arcobaleno, il grande anello che Dio ha costruito nel mondo, dopo il diluvio, come segno dell'alleanza perenne fra lui e l'umanità.

Questo simbolismo è ancora più evidente nella tradizione francese, dove l'anello nuziale è chiamato "alliance", che significa alleanza.

Secondo diversi costumi, l'anello nuziale è l'ultimo di una serie di regali che si scambiano gli sposi in segno di giuramento prima di unirsi nel matrimonio; tra questi doni è compreso l'anello di fidanzamento.

L'anello è simbolo dell'unione anche in molte altre culture.

Il matrimonio ebraico, per esempio, è incentrato sul rito dell'anello e l'happah (un baldacchino ricoperto da fiori, simbolo dell'unità della coppia). La coppia viene infatti fatta avvicinare all'happah dove la sposa compie diversi giri intorno allo sposo, dopo di che entrambi bevono in un calice benedetto del vino. Lo sposo infila poi l'anello all'anulare destro della sposa mentre il rabbino legge il contratto matrimoniale. Anche nel matrimonio islamico sono presenti dei gioielli come simbolo dell'unione ma con diverse simbologie. Inizialmente lo sposo lega al collo della sposa il Thali (un monile d'oro con disegni religiosi benedetto il giorno prima con una lunga recita di preghiere), poi lo sposo indossa il Kapu, un laccetto da portare al polso per tenere lontani gli spiriti maligni ed infine lega un anello al piede della sposa. Solo dopo aver compiuto almeno sette passi intorno al fuoco sacro viene legato alla fronte della sposa un ciوندolo d'oro. In Messico invece, come simbolo di unione eterna, dopo lo scambio degli anelli si compie il rito "del lazo" nel quale la coppia viene legata con un lazo d'oro o d'argento che la famiglia custodisce di generazione in generazione.

Gli anelli, dunque, da sempre rappresentano lo splendore della gioia e della speranza che il matrimonio porta con sé. Questo però perde gran parte della sua brillantezza e del suo significato quando si viene a conoscenza dei problemi sociali e ambientali connessi con le industrie di diamanti e di metalli preziosi.



Img 19. Tradizionale rito dello scambio degli anelli, in simbolo di unione e fedeltà

Si è sicuramente sentito parlare per esempio dei "blood diamonds" o "conflict diamonds" che sono stati usati dai ribelli per finanziare brutali guerre civili in Africa causando milioni di morti. Gli anelli preziosi sono anche spesso associati ad abusi dei diritti umani, includendo il lavoro minorile e la schiavitù. Anche le miniere d'oro danneggiano la terra e le sue popolazioni native, prendendo il posto di campi fertili per l'agricoltura. La produzione dell'oro inoltre crea un'enorme quantità di rifiuti tossici. Per produrre abbastanza oro per un anello 18 carati, per esempio, sono prodotte venti tonnellate di rifiuti. La separazione dell'oro puro dai materiali di scarto spesso avviene tramite mercurio o cianuro, nocivi per l'uomo e per il pianeta.

Una soluzione potrebbe essere il riutilizzo di anelli vintage, magari di una generazione precedente nella stessa famiglia, o da negozi di cose antiche. Anche il riciclo dell'oro personale può rappresentare una alternativa ma spesso anche questo processo possiede degli effetti collaterali. Un'altra buona idea è optare per anelli in oro etico, la cui modalità di estrazione non prevede l'uso di tecniche nocive o invasive né per l'ambiente né per le popolazioni che lo lavorano.



DA BLOOD DIAMONDS A CONFLICT FREE

La definizione "diamanti di sangue" (o insanguinati) indica un diamante estratto in un campo diamantifero facente parte di una zona di guerra e venduto clandestinamente per finanziare i conflitti. La definizione è stata coniata negli anni Novanta, quando l'Occidente si rese conto della cruda realtà del contrabbando di diamanti e le Nazioni Unite autorizzano la prima risoluzione contro l'Angola, imponendo sanzioni che vietano l'acquisto di diamanti provenienti da questo paese.

Questa situazione non era la sola, altri paesi come Sierra Leone, Liberia, Costa D'Avorio e Congo, caratterizzati da conflitti interni, si autofinanziavano attraverso i cosiddetti diamanti di guerra.

L'accordo che porta alla nascita dello schema di certificazione KPCS ha origine nel maggio del 2000, con una conferenza a Kimberley, in Sudafrica, per discutere il legame problematico tra produzione di diamanti e conflitti nei paesi d'origine. Il Kimberley Process (KPCS) è infatti un accordo di certificazione che garantisce che i profitti ricavati dal commercio di diamanti non vengano usati per finanziare guerre civili.

Oggi si parla di diamanti "conflict-free", cioè i cui profitti non sono usati per il finanziamento di guerre e sono stati estratti attraverso dei lavoratori trattati secondo certe condizioni etiche. Solo i diamanti che sono certificati e la cui provenienza può essere rintracciata dalla miniera all'acquirente finale possono essere dichiarati "conflict-free". Tuttavia, i diamanti illegali sono venduti attraverso i mercati internazionali con finte certificazioni.

Il Canada è stato tra i primi produttori mondiali a sostenere la causa e oggi le gemme canadesi sono sinonimo di diamanti etici.

1.3.3 IL LANCIO DEL RISO

L'usanza viene fatta risalire a un'antica leggenda cinese: si narra che un giorno un genio buono vide i contadini afflitti dalla carestia e si impietosì. Si strappò i denti e li lanciò in una palude. Dopo questa insolita semina, nacquero molte piantine i cui frutti, tolta la buccia, ricordavano il biancore dei denti. Da allora ovunque ci sia una pianta di riso non può esserci fame, ma soltanto abbondanza. Il riso è quindi,



Img 20. Un'alternativa animal-friendly al lancio del riso: il mangime per uccelli

da sempre, sinonimo di abbondanza e di prosperità, un buon augurio per la novella coppia di sposi che intraprende un nuovo cammino di vita e di amore.

Ci sono altre notizie poi relative all'usanza del lancio del riso che risalgono all'antica Roma. Si dice infatti che per tradizione gli antichi romani lanciassero del grano sugli sposi come augurio di fertilità. Il cambio del tipo di cereale sembra essere dovuto nel momento in cui il riso è diventato più reperibile del grano. Questa seconda ipotesi riguardo alla tradizione del lancio del riso sugli sposi è però meno certa rispetto alla prima.

Oggi il lancio del riso, in un'ottica sostenibile, in quanto oltre che essere tolto alla filiera alimentare, viene disperso nell'ambiente causando danni agli animali che se ne cibano, può essere sostituito da petali di fiori, bolle di sapone, coriandoli o sementi apposite per uccelli mantenendo però il significato simbolico di prosperità.

Il riso è la tradizione dominante in diverse culture. Nel rito induista, per esempio, dopo la cerimonia in cui gli sposi annodano le loro vesti insieme e compiono un giro intorno al fuoco con le offerte deposte, gli innamorati devono compiere sette passi su sette mucchietti di riso che alla fine della cerimonia verranno inaffiati con dell'acqua benedetta. Anche in Indonesia c'è un'attenzione particolare per il riso durante la cerimonia; dopo aver posto delle offerte alle divinità si svolge infatti il rito del riso sulle tempie degli sposi come augurio di felicità, fecondità e ricchezza.

1.3.4 LE BOMBONIERE

La parola bomboniera deriva dal francese "bomboniere", o "bon bon" (dolciumi) che nel XVII secolo indicava una scatoletta che conteneva i tipici dolci dell'epoca. Lì era di moda tra gli uomini e le nobildonne delle corti francesi portare sempre con sé questi preziosi contenitori da esibire con orgoglio come vero e proprio status symbol da cui attingere di tanto in tanto dei deliziosi dolcetti o confetti.

La tradizione di scambiarsi i doni in occasione del fidanzamento, arrivò in Italia nel XV secolo e si diffuse rapidamente in tutta la penisola: si regalavano a vicenda delle preziose scatolette gioiello porta confetti, il fidanzato futuro marito donava alla sua amata una coppa amorosa in ceramica colma di zuccherini.

Le bomboniere si diffusero poi di più in Francia con l'avvento del Re Sole: questi oggetti divennero ricercatissimi per forma e lavorazione, con materiali quali la madreperla, l'avorio dipinto, gli smalti e l'oro. In seguito, si usò la porcellana, e questa 'arte' delle bomboniere si diffuse in tutta Europa.

La bomboniera oggi è uno dei simboli che caratterizzano i matrimoni. Questi oggetti hanno un duplice significato, in quanto da una parte è un ricordo del giorno delle nozze trascorso dagli sposi insieme ad amici e parenti, dall'altra è la maniera giusta per dare il ringraziamento agli invitati della loro presenza, dei loro regali e del loro affetto.

Normalmente la bomboniera è accompagnata da un sacchetto porta confetti che contiene i nomi degli sposi. I confetti hanno un significato simbolico legato alla mandorla



Img 21. Un'alternativa green alle bomboniere, le piantine aromatiche

che c'è al loro interno. Il mandorlo è infatti un albero che presenta la particolarità di essere il primo a fiorire e l'ultimo a giungere a maturazione, così come l'amore fiorisce presto, ma che non deve finire mai di maturare.

Tradizionalmente va inserito un numero dispari di confetti: in quanto è sinonimo di indivisibilità come vuole il sacramento del matrimonio. È buona abitudine mettere cinque dolciumi bianchi, che rappresentano le doti indispensabili per un buon matrimonio, ovvero salute, felicità, fertilità, longevità e ricchezza.

Spesso però la bomboniera è priva di utilità e rappresenta dunque uno spreco in termini di materiali, trasporto, imballaggio e quindi denaro. Una soluzione a questo problema può essere la realizzazione di bomboniere self-made che rispettino le caratteristiche green e che in questo modo acquistano anche un maggiore valore simbolico e affettivo.

Qualora per mancanza di tempo non si possano realizzare a mano, sono molte le alternative altrettanto valide. Si vogliono citare per esempio piante in vaso, cartoline di ringraziamento biodegradabili con semi piantabili o, nel settore alimentare prodotti locali/artigianali, meglio ancora se solidali a favore di associazioni benefiche o di ricerca. Altra valida alternativa può essere l'adozione a distanza di alberi e animali in via di estinzione (ad es. alveari).

1.3.5 LA LISTA NOZZE

La lista nozze non rientra propriamente negli elementi "simbolo" del matrimonio, non essendo una tradizione antica, ma approdata in Italia solo qualche anno fa, ma è strettamente legata al viaggio di nozze che andremo a trattare in seguito ed è oggi un elemento quasi irrinunciabile nel matrimonio.

Questa usanza, così come molti altri aspetti legati all'organizzazione del matrimonio, arriva a noi dalla cultura americana. Questo si rivela oggi essere un utile sistema che nasce all'inizio del Novecento proprio negli Stati Uniti e si è diffuso in Italia solo agli inizi degli anni Settanta, generando reticenze e polemiche tra i più tradizionalisti. Questo perché secondo il galateo del matrimonio è considerato maleducazione richiedere un regalo.

Oggi la lista nozze è la modalità con cui gli sposi orientano gli invitati nella scelta dei regali a loro più graditi facendo risparmiare tempo e talvolta denaro, evitando doppioni e risolvendo il problema dell'utilità. A fronte di tanta funzionalità, anche i più resistenti difensori del galateo si sono ormai adeguati alla comodità della lista, che non solo consente di dare una concreta mano agli sposi e di far loro un regalo sicuramente desiderato, ma anche di far risparmiare tempo ed energia agli invitati.

La lista nozze si è evoluta nel tempo, a partire da quella tradizionale con oggetti utili per arredare la casa (oggi talvolta non necessari in quanto molti giovani prima di fare "il grande passo" sperimentano la convivenza prematrimoniale), per arrivare a quelle più moderne online o che includono il viaggio di nozze.



Img 22. Il miele, da cui ha origine il termine "luna di miele", rappresenta la laboriosità e la dolcezza per la nuova coppia

Anche la lista nozze può essere organizzata in maniera sostenibile, preferendo negozi di artigianato locale o negozi di arredo affidati ad una produzione ecosostenibile. Per la lista nozze in favore del viaggio si rimanda al prossimo paragrafo.

1.3.6 IL VIAGGIO DI NOZZE

La luna di miele è una delle tradizioni del matrimonio più antiche, che rappresenta il cambiamento, l'esigenza di allontanarsi ed iniziare il viaggio della nuova vita insieme.

Sebbene non esista un parere unanime rispetto all'espressione "luna di miele", l'idea più generale è che derivi dall'antica Babilonia (circa 4000 anni fa) dove era tradizione che il padre della sposa somministrasse allo sposo birra al miele per un mese intero.

Un'altra spiegazione popolare vuole che nell'Antica Roma le madri delle spose lasciassero del miele nella stanza dei neo-sposi perché riprendessero le forze e perché il miele ha ottime proprietà per la pelle.

In Germania, poi, i matrimoni si celebravano quando c'era la luna piena e, inoltre, gli sposi bevevano liquore al miele nel primo mese di matrimonio per assicurarsi una numerosa progenie, tradizione che si mantenne fino al Rinascimento diventando una delle più radicate rispetto alle nozze.

Nei paesi nordici invece, lo sposo rapiva la sposa e i due dovevano passare un mese nascosti dalle famiglie per potersi sposare: anche questa storia ne spiega il significato

dato che la coppia passava la prima luna nascosta.

L'usanza della fuga fu mantenuta come simbolo della necessità da parte della coppia di godersi la nuova intimità.

Anche sul viaggio di nozze è possibile fare degli appunti relativi alla sostenibilità. Questi possono riguardare sia il viaggio in sé, sia la destinazione e gli alloggiamenti scelti. Il mezzo di trasporto più utilizzato, per esempio, è l'aereo anche per brevi distanze. Questo comporta dunque emissioni inquinanti e dispendio di energie e denaro. Si consiglia a tal proposito l'utilizzo del treno ove possibile oppure un viaggio in bicicletta, a piedi o in barca a vela.

Sono da preferire poi le destinazioni nello stesso Paese per incentivare l'economia e il turismo locali. Per quanto riguarda la tipologia del pernottamento sono da considerare alcune strutture che possiedano determinate qualità in termini di sostenibilità, come per esempio la valutazione della classe energetica dell'edificio o la sua posizione rispetto all'ambiente circostante e ai luoghi di interesse.

Collaborare con le realtà locali durante il viaggio oltre che sostenibile è personalmente arricchente, per esempio il volontariato in Africa, prestazione di manodopera nelle farm australiane o anche aiuto per animali.

1.3.7 LE FOTOGRAFIE

Le immagini possono far nascere ricordi, sensazioni e emozioni del passato. Gli album in questo senso sono una sorta di "contenitore" o "cassetto della memoria" che racchiude tutti i momenti del nostro passato.

L'album di matrimonio dovrebbe rappresentare per antonomasia il concetto di album di famiglia, rappresentando il punto di inizio per la nuova famiglia. Questa tradizione però sta via via svanendo.

Ci troviamo infatti in un'epoca in cui gli smartphone, i tablet, e le macchine fotografiche digitali stanno sostituendo la vecchia idea di immagine stampata da pellicola su supporto cartaceo. Sono sempre più le coppie infatti che scelgono di adottare soluzioni alternative all'album stampato quali schede di memoria, pen drive o, nelle pagine create per l'evento, il post online sui social networks.

Tutto questo non può sostituire l'album tradizionale e la sensazione unica che si prova nello sfogliare le pagine, ma in un'ottica green aiuta a ridurre l'impatto ambientale della stampa fotografica con inchiostri chimici e l'inutile accumulo di materiale pesante ed ingombrante che oltretutto si logora nel tempo.

SCHEMA RIASSUNTIVO

PUNTI DI FORZA E DEBOLEZZA



- ✗ Materie prime sintetiche
- ✗ Coloranti/sbiancanti chimici
- ✗ Non riutilizzabile (indossato una sola volta)
- ✗ Talvolta cambio dell'abito
- ✗ Difficile stoccaggio/smaltimento

- ✓ Riutilizzo abito di una persona cara
- ✓ Affitto dell'abito
- ✓ Abito riutilizzabile
- ✓ Materiali naturali
- ✓ Richiesta **dress-code** sostenibile per gli ospiti

- 👉 Le tradizioni legate all'abito da sposa sono antichissime e varie in tutto il mondo, ma si basano soprattutto sul significato simbolico del colore



- ✗ Sfruttamento manodopera e del suolo
- ✗ Inquinamento
- ✗ Risorse esauribili
- ✗ Pietre preziose con **cattive conseguenze** (blood diamonds)

- ✓ Oro riciclato
- ✓ Oro **equo-solidale / etico**
- ✓ Pietre non preziose
- ✓ Riuso anello di famiglia

- 👉 Tradizione antica degli anelli come simbolo di unione e alleanza, dagli antichi Egizi
- 👉 In molte culture lo scambio degli anelli è il passaggio principale della cerimonia



- ✗ Inutilità
- ✗ Danneggiamento degli abiti
- ✗ **Dipersione nell'ambiente**
- ✗ Danni agli animali
- ✗ Sottrazione dalla filiera alimentare

- ✓ Fiori
- ✓ Bolle di sapone
- ✓ Coriandoli in materiale riciclato
- ✓ Sementi per uccelli

- 👉 Nel mondo il riso rimane uno dei maggiori simboli di prosperità ed è infatti presente in molte cerimonie come augurio



SCHEMA RIASSUNTIVO

PUNTI DI FORZA E DEBOLEZZA



Bomboniere

- ✗ Inutilità post evento
- ✗ Materiali non riciclabili
- ✗ Trattamenti chimici
- ✗ Imballaggi superflui
- ✓ Scelta equosolidale, come offerte di beneficenza
- ✓ Piante in vaso, anche dell'allestimento stesso
- ✓ Semi da piantare
- ✓ Oggetti utili
- ✓ Prodotti del luogo/artigianali
- ✓ Bomboniere self-made
- ✓ Adozione a distanza

- ✓ Antica tradizione francese
- ✓ Simbolo di ringraziamento agli ospiti



Lista nozze

- ✓ Lista di regali utili
- ✓ Evita doppioni e oggetti inutili
- ✓ Permette di risparmiare tempo
- ✓ Lista online comprendente viaggio di nozze
- ✓ Tradizione di origine americana, giunta in Italia solo negli anni '70
- ✓ Alcune mentalità ritengono maleducato richiedere un regalo



Viaggio di nozze

- ✗ Impiego carburante
- ✗ Inquinamento ambientale e acustico
- ✗ Deturpamento ambientale per la costruzione di villaggi turistici
- ✗ Danni alle popolazioni autoctone
- ✓ Eco hotel o eco lodge
- ✓ Bio architettura
- ✓ Paesaggi incontaminati
- ✓ Utilizzo fonti energetiche rinnovabili
- ✓ Collaborazione con realtà locali
- ✓ Preferenza treno, bicicletta, barca a vela

- ✓ Fuga come simbolo della necessità della coppia di godersi la nuova intimità



Foto e video

- ✗ Stampa digitale e chimica
- ✗ Dispendio di energia
- ✗ Album in materiali non ecologici
- ✗ Volume e peso dell'album
- ✓ Album in materiali naturali o ecologici
- ✓ Stampe ink-jet
- ✓ Fotografie digitali
- ✓ Portale web o pagina social



1.4 NORME, REQUISITI, OBIETTIVI DEL SETTORE WEDDING ITALIANO

Il mercato italiano solo da pochi anni è attivamente interessato a proposte Green per il settore matrimoni, sette anni fa quando componevamo questo progetto non esistevano agenzie di Wedding Planning dedicate ai matrimoni sostenibili e l'unico metodo che gli sposi avevano per indirizzarsi verso un evento di questo tipo era affidarsi a fornitori locali, artigianali, con un occhio di riguardo al tema.

Oggi le cose sono migliorate pur se attualmente le Agenzie che propongono un servizio Eco-Friendly sono poche nel Paese e queste sono tutte affiliate dell'AIWP (Associazione Italiana Wedding Planner) che da Gennaio 2022 ha inserito tra i servizi proposti il matrimonio sostenibile (si rimanda alla scheda di approfondimento a fine sezione 1.4).

Proprio grazie a questa Associazione e ai suoi professionisti nel 2022 per la prima volta in Italia due matrimoni hanno ottenuto la certificazione di "Matrimonio Sostenibile" da Audit People.

Approfondiamo quindi nei paragrafi seguenti le norme attualmente in vigore, i requisiti per richiedere una certificazione dell'evento e gli obiettivi che l'Associazione Italiana Wedding Planner si è prefissata per il prossimo futuro.

1.4.1 SOSTENIBILITÀ

Per comprendere a fondo questi punti è necessario partire dalla definizione della parola Sostenibilità.

L'idea di sostenibilità è complessa, soggetta a numerose interpretazioni, ma la definizione universalmente riconosciuta risale al 1987 nel Rapporto Brundtland – dal titolo "Our common future" -, il quale pone l'attenzione sui principi di equità intergenerazionale e intragenerazionale. Il rapporto espone per la prima volta la sostenibilità come la caratteristica di uno sviluppo in grado di "assicurare il soddisfacimento dei bisogni della generazione presente senza compromettere la possibilità delle generazioni future di realizzare i propri". Riassumendo, la sostenibilità implica una salute (ambientale, sociale, economica) costante e possibilmente migliorativa e la volontà di lasciare alle generazioni future una qualità della vita non inferiore a quella odierna.

Per tradurre il concetto in atteggiamenti pratici sostenibili possiamo riassumere:

Sostenibilità ambientale → zero sprechi, corretto smaltimento rifiuti, basso impatto inquinante

Sostenibilità sociale → fornitori locali, materiali etici

Sostenibilità economica → conseguenza della località dei prodotti che in questo modo non assorbono i costi dei trasporti e della conservazione.

1.4.2 NORME E PRASSI ATTUALMENTE IN VIGORE

Fino a qualche anno fa la figura del wedding planner non era professionalmente riconosciuta, non esisteva un albo nè normative che la regolassero.

Il punto di partenza per l'evoluzione alla sostenibilità di

questo settore è proprio una Prassi (non essendo una legge né una norma tecnica è facoltativo aderirvi) entrata in vigore l'11 giugno 2019 intitolata UNI/PdR 61/2019 "Wedding planning – Requisiti di servizio e delle figure professionali del wedding planner e del Destination wedding planner". L'obiettivo di questo documento è quello di stabilire conoscenze, abilità e competenze minime che devono possedere i professionisti che svolgono attività di wedding planning. Esso nasce dall'incontro di due associazioni di categoria che avevano come obiettivo comune la tutela della loro professione. Queste associazioni si sono rivolte all'UNI (Ente Italiano di Normazione) per stilare il documento ufficiale. Il loro obiettivo prossimo è trasformare questa prassi in norma.

La Prassi UNI è suddivisa in due parti, nella prima viene presentato il servizio di wedding planner e del destination wedding planner e le regole per certificarlo. Nella seconda parte vengono determinati i requisiti di conoscenza, abilità, responsabilità e autonomia per certificare i profili professionali. Questa prassi di riferimento è un documento pubblico e gratuito, scaricabile, previa registrazione, direttamente dal catalogo UNI. La certificazione del servizio avviene tramite una verifica documentale (documenti obbligatori e autovalutazione) e una verifica in campo (interviste e analisi dei processi). Al termine delle verifiche viene rilasciato un certificato che ha una durata di 3 anni ed è sottoposto a controllo annuale. La certificazione del profilo avviene con la verifica dell'esperienza (Curriculum) e titolo di studio derivante da corsi ufficiali, in seguito un esame scritto e uno orale. Gli enti certificatori riconosciuti sono più di uno e sono specificati nella prassi stessa.

Parallelamente nel 2020 nasce la norma internazionale

ISO/TS 17033 che specifica come le organizzazioni possono promuovere i loro prodotti, processi e servizi con claims etici la cui veridicità è certificata. Un claim si definisce "etico" quando contiene richiami alle tre dimensioni dello sviluppo sostenibile: giustizia sociale, sviluppo economico, salvaguardia dell'ambiente. La verifica del rispetto di questa norma avviene da parte di un ente accreditato tramite una revisione documentale on site e il rilascio di un rapporto e di un attestato validante. L'UNI (Ente Italiano di Normazione) ha poi elaborato la UNI/PdR 102:2021, una prassi che contiene indirizzi applicativi per la norma internazionale indicando alle organizzazioni un percorso strutturato per l'elaborazione di messaggi etici riguardo i temi della sostenibilità.

Queste prassi e norme devono essere affiancate alla norma ISO 9001 del 2015 rivolta a ogni tipo di organizzazione che rappresenta lo standard di riferimento internazionale per la gestione della Qualità rispondendo alle caratteristiche di aumento dell'efficacia ed efficienza dei processi interni e miglioramento della soddisfazione del cliente. Quest'ultima norma non è strettamente legata alla sostenibilità ma la persegue poiché basata sul controllo dei costi, aumento della produttività e riduzione degli sprechi.

Relativamente agli eventi sostenibili, ma non specifica per i matrimoni, vi è la norma internazionale UNI EN ISO 20121:2013 che descrive lo standard di gestione per l'organizzazione sostenibile di eventi, essa è rivolta ad ogni tipo di organizzazione che intenda stabilire o implementare un sistema di gestione sostenibile per tutti i tipi di eventi e soggetti coinvolti nel processo. La sua prima applicazione è avvenuta in occasione delle Olimpiadi di Londra 2012, mentre in Italia, il primo grande evento sostenibile certificato secondo la ISO 20121 è stato invece l'Expo di Milano del 2016.

1.4.3 CERTIFICAZIONE DELL'EVENTO MATRIMONIO

Nel 2017 l'Associazione Italiana Wedding Planner insieme ad Audit People (un'Agenzia qualificata per la compliance aziendale, la certificazione e la formazione) hanno cominciato a redigere uno schema a cui attenersi per un matrimonio sostenibile e ad impatto zero rivolto a Wedding Planner, Location e Sposi (schema proprietario dell'AIWP). Ma solo nel 2022 due primi matrimoni sono stati certificati secondo questo modello verificato da soggetto indipendente e con procedura pubblica. Parleremo di questi matrimoni più avanti nel testo attraverso l'analisi di alcuni casi studio.

Un evento è sostenibile se "ideato, pianificato e realizzato in modo da minimizzare l'impatto negativo sull'ambiente e da lasciare un'eredità positiva sulla comunità che lo ospita" (United Nations Environment Programme – UNEP 2009).

Lo schema prevede dei requisiti da soddisfare per le tre fasi del ciclo vita dell'evento: Progettazione, Realizzazione, Rendicontazione. Ma ancora prima sono previsti dei requisiti in entrata per il wedding planner (corsi di formazione specifici sul tema) e per i fornitori a cui intende rivolgersi (questionari e presentazione certificazioni/attestazioni di materiali e processi).

Vogliamo quindi concentrarci sui requisiti non stringenti che un matrimonio deve avere oggi per essere certificato; sono definiti non stringenti in quanto, in alcune situazioni, non sono disponibili sul territorio fornitori adeguati. In questo caso, però, vengono proposte delle alternative per ridurre l'impatto che consentono di ottenere ugualmente la certificazione:

- Rispetto dei lavoratori

- Selezione della catena di fornitura
- Location Sostenibile: Facilmente raggiungibile con i mezzi pubblici o con piste ciclabili. Utilizza energie rinnovabili/energia pulita. Collabora con i fornitori di prodotti e servizi impegnati nella sostenibilità. Valorizza il territorio in cui è insita.
- Materie prime: Biologiche, a chilometro 0 e di stagione, riciclate e/o riciclabili.
- Riduzione delle quote di CO2 prodotte dagli spostamenti: unico mezzo di trasporto o mezzi di trasporto green
- Riduzione degli sprechi: mezzi di trasporto, utilizzo eccessivo della carta
- Plastic-free

Progetto a latere di questa certificazione è il modello GHGCompensation (green house gasses= gas effetto serra) di Audit People che si basa sulla verifica indipendente secondo gli standard internazionali dell'impronta di carbonio dei prodotti o dell'organizzazione oppure la valutazione del ciclo di vita dell'evento e i potenziali impatti ambientali che esso produce (LCA). Questo modello prevede che la quantità di CO2 emessa per la gestione dell'evento venga stimata, calcolata e compensata totalmente attraverso contributi a favore di programmi delle organizzazioni per la biodiversità e la tutela del territorio. Non è possibile ottenere una certificazione solo rispettando il modello GHGCompensation ma è possibile integrarlo alla certificazione base. L'obiettivo è che sempre più matrimoni aggiungano questa compensazione al loro processo.

1.4.4 OBIETTIVO FUTURO DELL'ASSOCIAZIONE ITALIANA WEDDING PLANNER

L'obiettivo che l'AIWP si è prefissata, e si sta attivando per stilare, insieme ad Audit People, è una norma UNI in cui la sostenibilità venga inserita come requisito per il servizio wedding planning e per la figura del wedding planner.



L' ASSOCIAZIONE ITALIANA WEDDING PLANNER (AIWP)

Le associazioni del settore wedding in Italia sono spesso locali, fanno eccezione la Wedding Planner Italia e l'Associazione Italiana Wedding Planner.

La prima nasce nel 2012 a Concordia Saggitaria (VE) e consta attualmente di 37 soci che operano su tutto il territorio nazionale. E' un'associazione senza scopo di lucro che prevede una quota annuale da parte dei soci e il rispetto di alcuni requisiti burocratici. I suoi obiettivi sono: il riconoscimento della categoria, la tutela della professione e la lotta all'abusivismo. Come si nota non è presente tra di essi la sostenibilità ed è per questa ragione che in questo testo ci concentreremo sulla seconda realtà sopraccitata. L'Associazione Italiana Wedding Planner (AIWP) nasce a Prato (PO) nel 2018 con l'obiettivo di formare una rete di professionisti e collaborazioni. Oggi ha 4 sedi situate rispettivamente in Toscana, Campania, Abruzzo e Puglia ed è composta da 374 soci totali di cui 52 nuovi associati nel 2022. Essa si avvale di alcuni partners per realizzare i suoi progetti, come per esempio il sopraccitato Audit People.

E' un'associazione senza scopo di lucro e i suoi soci devono rispettare dei pre-requisiti per accedervi, ad esempio possedere almeno un titolo di studio specifico oppure avere esperienza professionale di almeno 3 anni nella mansione, oppure presentare una o più certificazioni professionali o attestati di competenza e versare un contributo associativo annuale; l'associazione permette loro una formazione continua e di ottenere una certificazione per avvalorare la loro professionalità, che può essere richiesta sia da singoli professionisti che da organizzazioni di qualsiasi dimensione e forma giuridica, prevede il superamento di due esami, uno scritto e uno orale, e ha la validità di 5 anni, con un controllo annuale per il mantenimento della qualifica.

Tra i loro valori è presente la sostenibilità con le sue 3 componenti (ambientale, sociale ed economica), a cui dedicano il servizio di supporto per la realizzazione di un matrimonio sostenibile. Un altro valore condiviso è la valorizzazione del nostro territorio da scegliere come destination Wedding.

Per la nostra proposta di Agenzia immaginiamo di associarci all'AIWP perché ne condividiamo i valori e per avere i benefici di una rete di collaboratori quali: visibilità, formazione continua, convenzioni con i fornitori, certificazioni degli eventi sostenibili a cui vorremmo dedicarci.

1.5 PROPOSTE GREEN DEL MERCATO ITALIANO

Analizzando le offerte proposte sul mercato di riferimento, sono presenti alcuni fornitori che producono o raccolgono materiale per matrimoni in un'ottica sostenibile e solidale. Si vogliono presentare qui di seguito gli esempi più significativi.

1.5.1 I CASI STUDIO

1.5.1.1 FRATELLI DIMENTICATI ONLUS

Questa fondazione lavora dal 1987 nel territorio Torinese, occupandosi di progetti di vario tipo a interesse sociale in India, Messico, Guatemala, Nepal, Nicaragua e Haiti.¹⁰

Nell'ambito del matrimonio, Fratelli Dimenticati offre un servizio di bomboniere solidali, il cui ricavato viene devoluto al progetto solidale scelto, per l'istruzione o l'alimentazione.

Presso questa fondazione è inoltre possibile realizzare la lista nozze scegliendo un progetto e proponendo a tutti gli invitati di devolvere un'offerta per la sua realizzazione.



Img 23. Metafora di "idea green", simboleggiato dalla lampadina (idea) e la terra (natura)

¹⁰ La Fondazione fratelli dimenticati è una organizzazione non lucrativa di utilità sociale fondata nel 1987 da padre Antonio Maria Alessi, missionario della congregazione religiosa dei salesiani.
www.fratellidimenticati.it

1.5.1.2 SHIBUSE

Shibuse è la prima piattaforma on-line dedicata alle Nozze Green. Nasce nel 2015 a Torino con il programma Torino Social Innovation, le sue fondatrici sono Simona Cipollaro, web content napoletana specializzata in tematiche green, e Adriana Carpenzano una instructional designer e web designer siciliana.¹¹

Alla base di questa piattaforma c'è la volontà di promuovere i prodotti made in Italy e artigianali che rispettino le caratteristiche della sostenibilità e che farebbero fatica ad emergere altrove. Questo sito web raccoglie fornitori, blog e tendenze a tema facilitandone la reperibilità in rete. I due punti cardini dell'iniziativa sono: creatività, per dare spazio alle idee, a prodotti e servizi originali e lentezza che permette ai fornitori di svolgere il loro lavoro al meglio.¹²

1.5.1.3 L'ORLO DEL MONDO

L'associazione culturale Cose Dell'altro Mondo è nata a Milano nel 1995 con l'intento di promuovere e sostenere il commercio equo e solidale. La primavera del 2004 ha visto la presentazione della prima collezione di abbigliamento equo e solidale italiana, sotto il marchio L'Orlo del Mondo che, dal 2008, si concentra esclusivamente sugli abiti da sposa.¹³

Gli abiti vengono realizzati da artigiani indiani del Craft Resource Center di Calcutta. L'obiettivo del progetto è quello di realizzare uno scambio tra culture lontane dando, al tempo stesso, ai produttori indipendenti, un'occasione di sviluppo professionale e una garanzia di continuità.

¹¹ Social Innovation è il programma della città di Torino per creare nuove soluzioni per i bisogni delle persone attraverso forme di collaborazione.

¹² www.shibuse.it

¹³ www.orlodelmundo.net

1.5.1.4 AVANZI POPOLO 2.0

Avanzi Popolo 2.0 è una piattaforma di food sharing nata nel 2015 a Bari attraverso la quale è possibile scambiarsi alimenti di cui non si ha più bisogno, mettendoli in “vetrina” sul sito del progetto con indicazione del tipo di prodotto, data di scadenza, ecc., in modalità one to one che implica fiducia e propensione culturale da parte di chi accetta lo scambio.¹⁴

L'associazione barese ha una mission culturale, orientata a diffondere e trasmettere la cultura antispreco tra produttori o distributori di alimenti con le realtà del terzo settore (centri di accoglienza, parrocchie e mense per poveri).

1.5.2 PUNTI DI FORZA E DEBOLEZZA DEL SETTORE OGGI

Fortunatamente è sempre maggiore la consapevolezza relativa alla sostenibilità ambientale, ma sono davvero poche le associazioni o agenzie che si occupano dell'organizzazione di eventi green o ecosostenibili.

Questo può essere dato dal fatto che, come emerge nel libro *Sustainable Packaging? Packaging Sostenibile?* spesso l'idea di sostenibilità non è percepita come un valore aggiunto, e spesso viene associata al basso valore economico del prodotto/servizio, alla poca eleganza¹⁵ e la bassa qualità.

Dall'analisi dei diversi casi studio, è possibile affermare che sono presenti alcune associazioni o piattaforme che agiscono in un'ottica di sostenibilità su diversi livelli (dalla

¹⁴ www.avanzipopolo.it

¹⁵ *Sustainable Packaging, Packaging sostenibile? È il risultato della ricerca interuniversitaria Poliedro - Pollenzo Index Environmental and Economics Design dove è stata misurata la sostenibilità e la qualità del prodotto enoagroalimentare tipico attraverso un sistema di valutazione multicriteria.*

riduzione degli scarti alimentari, alla progettazione di oggetti solidali), ma ognuna è specializzata in un solo servizio.

La figura necessaria per organizzare l'evento completo in ottica green è l'eco-wedding planner.

SCHEMA RIASSUNTIVO IL SETTORE GREEN WEDDING OGGI

Bomboniere
e lista nozze
solidali



FRATELLI DIMENTICATI ONLUS

- Dal 1987 a **Torino**
- Progetti in India, Messico, Guatemala, Nepal, Nicaragua, Haiti
- **Bomboniere solidali** per istruzione e alimentazione
- Abiti da sposa con contributo
- Lista nozze per **donazioni**

SHIBUSE

- Dal 2015 a **Torino**
- Piattaforma online per **nozze green**
- Made in Italy
- Blog e tendenze
- Fornitori
- Cura dei particolari = lentezza

Consigli
per nozze
green



Vestiti
equo solidali



L'ORLO DEL MONDO

- Dal 1995 a **Milano**
- Abbigliamento **fair trade**
- Abiti in **tessuti naturali**
- **Equo e solidale**
- Rispetto produttori, lavoro e prezzo
- Artigianato **locale** indiano

AVANZI POPOLO 2.0

- Dal 2014 a **Bari**
- Piattaforma di **foodsharing**
- Vetrina di alimenti non utilizzati
- Contatto tra dove si avanza e dove serve
- **Solidarietà**
- Strutture vicine che ridistribuiscono il cibo nel giro di 6/8 ore

Riduzione
sprechi
alimentari



1.6 IL MATRIMONIO ITALIANO IN CIFRE

Per concludere questo capitolo interamente dedicato al matrimonio ed alle sue usanze, è necessario soffermarsi su alcuni dati che ci permettono di capire il valore del giro d'affari legato al business del matrimonio in Italia.

Partiamo dal numero di matrimoni celebrati in Italia, per arrivare alla spesa media per l'evento e soffermarci poi sul costo dei singoli elementi che lo costituiscono.

Secondo i dati raccolti dall'Istat, nel 2021 sono stati celebrati in Italia 180.416 matrimoni, circa l'86,3% in più rispetto all'anno precedente (anno della pandemia Covid-19). L'aumento non è stato però sufficiente a recuperare la perdita del 2020.¹⁶

Secondo i dati del report Istat più recente, relativi al 2021, la tendenza a sposarsi (soprattutto sotto i 35 anni) risulta molto in calo, preferendo la convivenza che risulta molto più economica. L'Italia è infatti uno dei paesi dove il matrimonio costa di più, con un costo medio per un matrimonio tradizionale con 100 invitati che varia da 30.625 a 70.266 euro.

Se si osservano i dati delle altre nazioni vicine come Francia e Spagna, ci si rende conto dell'enorme differenza di costi relativi alle nozze: nella prima, per esempio, il costo medio di un matrimonio è il 10% inferiore all'Italia.

Queste cifre possono risultare davvero proibitive per molte coppie, soprattutto in questa fase economica caratterizzata

¹⁶ L'Istituto nazionale di statistica, ente pubblico di ricerca, è il principale produttore di statistica ufficiale per l'Italia.

dalla disoccupazione e alcuni giovani che decidono di sposarsi si trovano costretti a chiedere un prestito per le spese delle nozze.

Per avere una visione più da vicino abbiamo distribuito un questionario online ed in forma cartacea ad un elevato numero di persone (circa 750). Questo ci ha permesso di raccogliere dati sul desiderio di sposarsi e la disponibilità a pagare. Dal questionario è emerso che, tra coloro che hanno risposto negativamente alla volontà di sposarsi, la maggior parte sostiene di preferire la convivenza, mentre una seconda parte ritiene che costi troppo. Tra coloro che invece hanno risposto positivamente emerge una maggioranza di disponibilità a pagare compresa tra i 5.000 e i 10.000 euro (39,5%), seguita da "minore di 5.000" (25,8 %) e "tra 10.000 e 20.000" (24,3 %).

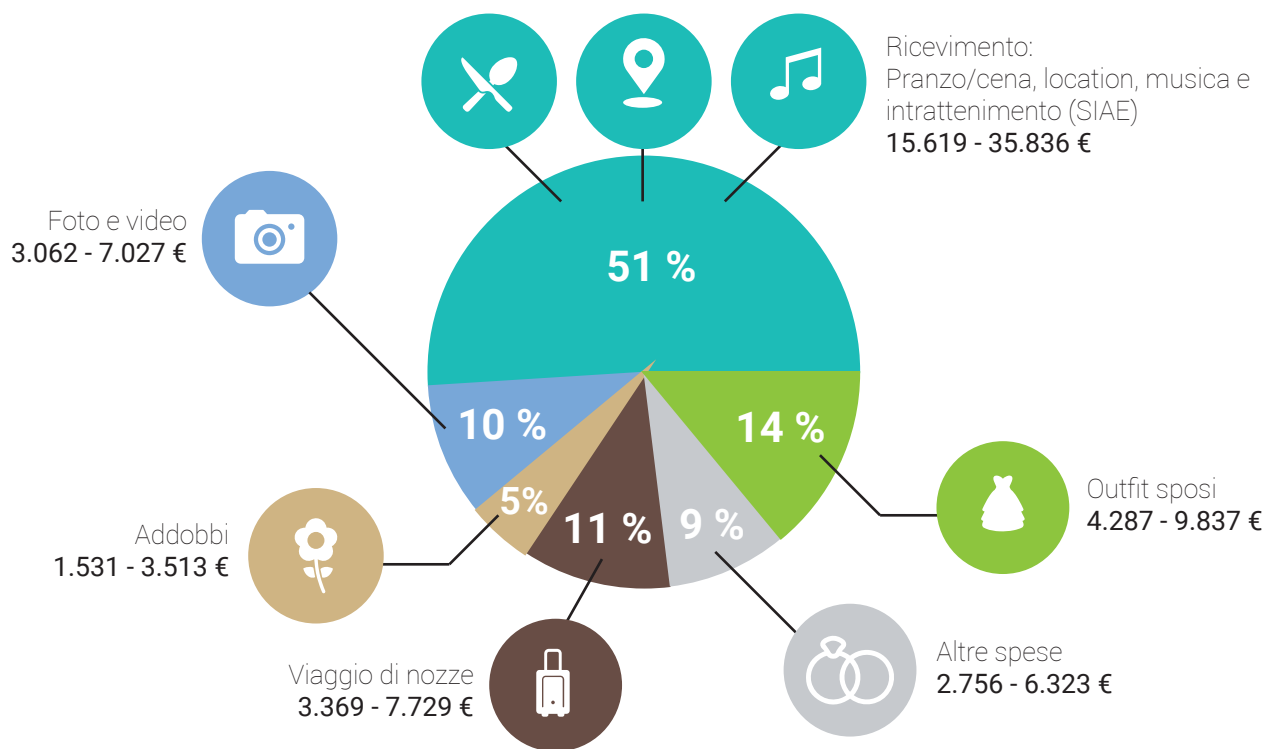
Ma è possibile organizzare un matrimonio "low cost" che soddisfi le esigenze della disponibilità a pagare media e che permetta agli sposi di avere la giornata che desiderano? A quali elementi è necessario rinunciare?

Dal questionario emerge che i futuri sposi sono disposti a rinunciare principalmente agli spostamenti tra le location (36,8 %), alla lista nozze (dettaglio particolare in quanto permetterebbe loro di risparmiare) e agli elementi cartacei (19,6%).









Andiamo ora ad analizzare i costi più nel dettaglio.

Le spese da sostenere per un matrimonio possono essere suddivise in quattro voci principali: l'abito degli sposi (circa il 15%), la cerimonia (15%), il ricevimento di nozze (60%) ed il costo aggiuntivo del viaggio di nozze (circa il 10%). Questo si può vedere nel grafico sottostante, realizzato sui dati raccolti

dall'ONF (Osservatorio Nazionale Federconsumatori), che illustra il peso delle singole voci di spesa sul costo totale del matrimonio.



Nella tabella seguente, realizzata sui dati raccolti dal sito dedicato al settore *matrimoni.it*, è invece possibile osservare la scansione più dettagliata della spesa che gli sposi devono sostenere, suddivisa per tipo di spesa e i singoli elementi.

	Tipo di spesa	Da un minimo di (in €)	Ad un massimo di (in €)
 Sposa	Abito	1000	7000
	Velo	800	1100
	Calzature e guanti	200	1000
	Lingerie	200	600
	Acconciatura, trucco e trattamenti estetici	500	1500
	Bouquet	150	200
 Sposo	Abito	500	1500
	Accessori	150	200
	Calzature	300	600
 Paggetti	Abiti e accessori	600	1000
	Bouquet e petali	80	120
 Stampati	Partecipazioni, inviti e biglietti di ringraziamento, menu e segnaposti	200	800
 Cerimonia	Noleggio automobile	500	1500
	Fedi	100	1000
	Cuscino portafedi	50	100
	Servizio fotografico	1000	2000
	Ripresa video	600	800
	Offerta per la chiesa/ ufficio comunale	300	500
 Ricevimento	Affitto location	1500	5000
	Catering e torta	5000	10000
	Intrattenimento	500	1000
	Bomboniere	1000	2000
 Addobbi	Per l'auto degli sposi	50	200
	Per la chiesa	500	2000
	Per il municipio	300	1200
	Per il ricevimento	1000	4000
 Viaggio di nozze	Viaggio di nozze	1000	5000

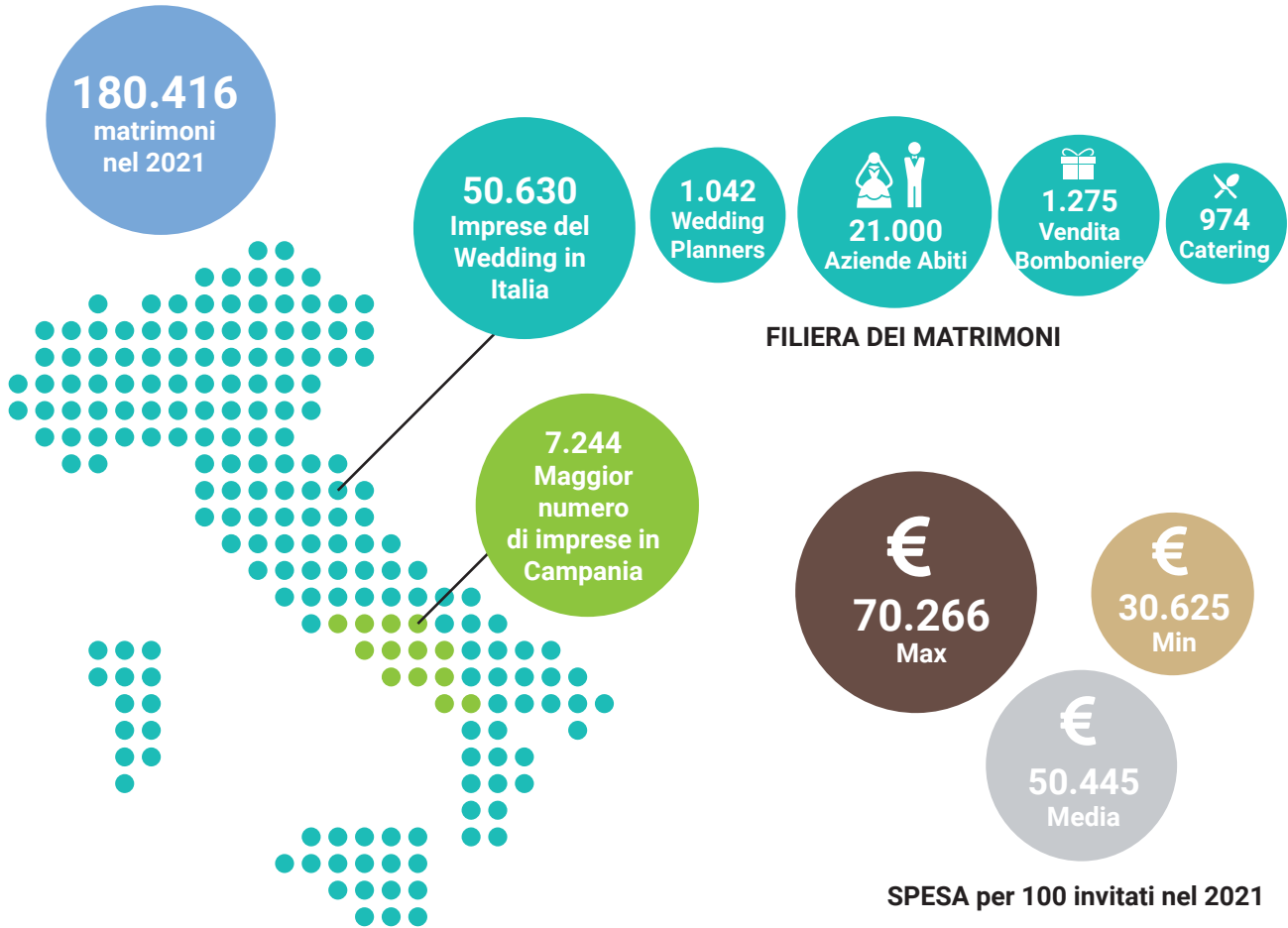
È importante osservare però che queste cifre riguardano, probabilmente, matrimoni che rientrano nella fascia di "lusso" e che spesso, viste le precarie condizioni di vita di molti giovani oggi, costringe a chiedere prestiti per coprire le spese.

Nel report sopracitato, Federconsumatori rileva infatti una nuova tendenza, sempre più sviluppata, nella gestione del budget complessivo del matrimonio che si allontana molto dalle cifre qui elencate. Sono sempre più le coppie infatti che ricorrono al matrimonio cosiddetto "low cost", che grazie ad alcune accortezze permette di arrivare a spendere un totale di 12.763 euro (il 60 % in meno rispetto al matrimonio tradizionale italiano).

Alcune soluzioni più economiche consistono nella scelta di giorni infrasettimanali o mesi di "bassa stagione", nell'affitto degli abiti nuziali, nelle bomboniere, addobbi e decorazioni "fai da te", condivisione o noleggio di fiori, inviti via email o social network, pasto a buffet invece di servito al tavolo, coinvolgimento di amici per le foto e i video, viaggio di nozze in lista nozze ed infine la nuova tendenza del "matrimonio 2x1", ossia la condivisione dell'evento con altre coppie di amici / parenti.

SCHEMA RIASSUNTIVO IL MATRIMONIO ITALIANO IN CIFRE

Fonte dati ISTAT 2021 - 2022



1.7 IL QUESTIONARIO ESPLORATIVO

Al fine di indagare il pensiero collettivo riguardo diversi aspetti relativi al matrimonio, è stato delineato un questionario che, indagando su numerosi criteri individuati in precedenza quali fondamentali per l'organizzazione di un matrimonio, permette di riassumere i giudizi ed evidenziare le criticità e le potenzialità del settore cui ci si riferisce.

Il fine ultimo è quello di individuare le aree caratterizzate da maggiori criticità e/o carenze, per progettare l'eventuale inserimento della nuova proposta di agenzia di Smart Wedding.

1.7.1 IL CAMPIONE

Il campione coinvolto è rappresentativo dell'eterogeneità della popolazione italiana cui si fa riferimento, spaziando quindi da giovani studenti che sognano il loro grande giorno, a persone di mezza età sposate e non ma con maggiore disponibilità economica. In totale il questionario è stato compilato da 840 persone.

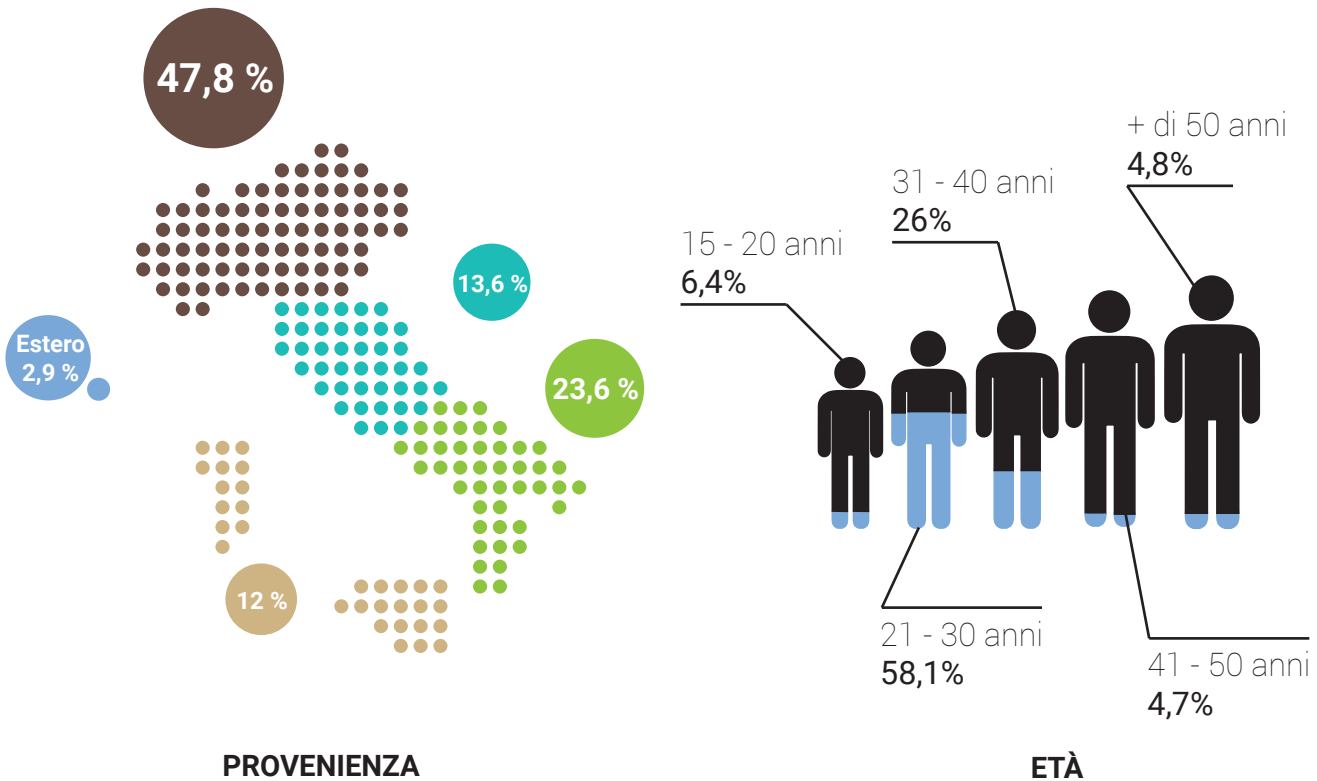
La maggioranza di risposte è stata data, come si può vedere nel grafico sottostante, da un campione femminile (85%). L'area geografica di provenienza che ha avuto maggiore affluenza è il Nord Italia, con 397 persone (47,8%), seguito dal Sud Italia (23,6%) ed in terzo luogo dal centro Italia (13,6%). Come anticipato questa eterogeneità permette di avere un quadro completo del pensiero suddiviso per



Img 24. Compilazione e analisi di un questionario online

provenienza e cultura.

Un dato particolare che emerge, e che poi risulta fondamentale per quanto riguarda l'analisi della disponibilità a pagare per un matrimonio, è rappresentato dalla professione della maggioranza del campione. In primo luogo vediamo infatti una maggioranza di casalinghi, seguita da studenti e solo in terza parte da impiegati. Questo dimostra certamente il basso budget a disposizione che oscilla tra "meno di 5000€" e "10000€".



Donna
91,7 %



Uomo
8,3 %



SESSO

Istruzione secondaria
superiore
48,2 %



Istruzione
universitaria
43,7 %



Istruzione
elementare - media
8,1 %



ISTRUZIONE

Casalingo
47,8 %



Impiegato
29,1 %



Disoccupato
8,8 %



Studente
14,3 %



OCCUPAZIONE

1.7.2 IDENTIFICAZIONE DEI CRITERI

Per la stesura delle domande utili al nostro fine, ci si è focalizzati sull'individuazione degli elementi considerabili come essenziali e sempre presenti nei vari tipi di matrimonio, che sono stati poi declinati nei casi più specifici in diversi settori quali la sostenibilità o il Wedding Planning. Tali criteri sono inoltre riconducibili alle tre macro-categorie che sono state trattate nei capitoli precedenti e sono i seguenti:

- La cerimonia, intesa come atto di proclamazione ufficiale della coppia unita in matrimonio e che include il contratto, il tipo di rito (civile o religioso), e tutti gli elementi utili alla celebrazione in sede.
- L'accoglienza, intesa come l'insieme degli elementi riconducibili all'accoglienza e l'intrattenimento degli ospiti, e varia dalla location, all'allestimento floreale, al banchetto etc.
- I simboli, come elementi irrinunciabili, presenti nelle diverse tradizioni quali gli anelli, l'abito della sposa, il lancio del riso o il viaggio di nozze.

Il fine è infatti quello di indagare la percentuale di persone che intendono sposarsi, le abitudini, gli elementi rinunciabili ed irrinunciabili, la disponibilità a pagare e non ultima l'attenzione al tema della sostenibilità.

1.7.3 LA DISTRIBUZIONE: I MEZZI E I TEMPI

Affinché il questionario raggiungesse il maggior numero di persone possibili ma, al contempo, anche diverse categorie di utenti, sono stati scelti due mezzi di distribuzione principale:

- Il questionario cartaceo, stampato e consegnato personalmente per poi essere ritirato in forma anonima in una cassetta per la posta, al fine di coinvolgere anche coloro che non utilizzano il computer e la rete internet;
- Un modulo di compilazione online sul grande motore di ricerca Google.com che è molto utile in quanto fornisce in tempo reale le risposte date dagli utenti e realizza i grafici relativi alle risposte in modo da effettuare un'analisi più rapida ed immediata.¹⁷

Al fine di avere un quadro completo nei grafici online, sono state inserite personalmente le risposte dei questionari stampati sul questionario online.

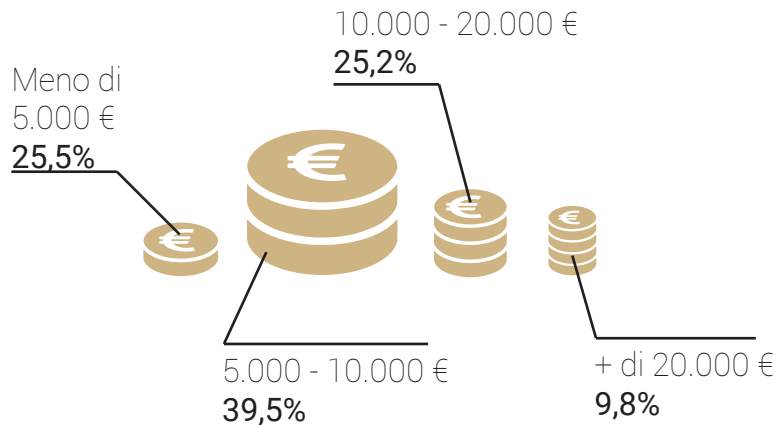
Per quanto riguarda invece il periodo di tempo in cui è stato resa possibile la compilazione del modulo, il tempo utile è stato di due mesi, con una maggiore affluenza nel primo periodo che è andata via via scemando.

¹⁷ Google Documenti, Fogli, Presentazioni e Moduli sono rispettivamente dei programmi gratuiti e basati su Web di elaborazione testi, fogli elettronici, presentazioni e sondaggio, tutto parte di una suite per ufficio offerta da Google come parte del servizio Google Drive. La suite consente agli utenti di creare e modificare documenti online e di collaborare con altri utenti in tempo reale.

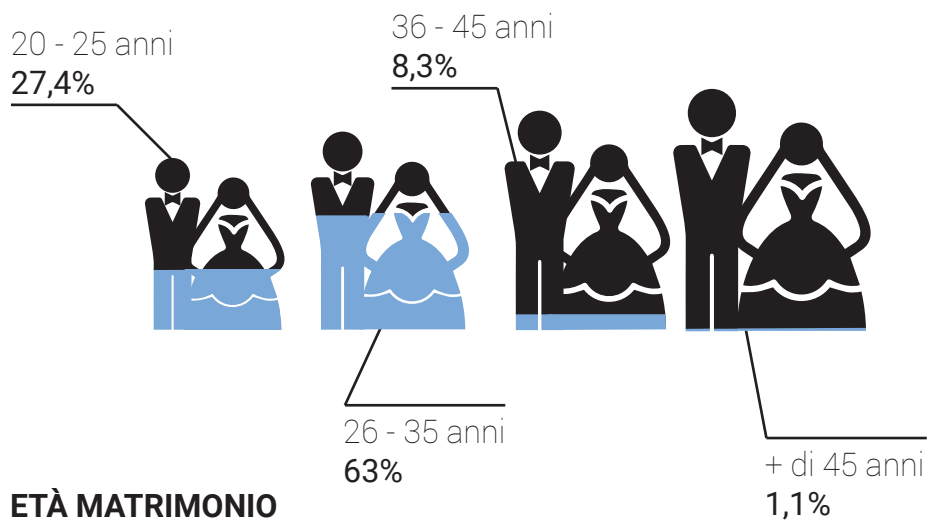
1.7.4 ANALISI ED ELEMENTI EMERSI

Il primo elemento che emerge dall'analisi del questionario è che il campione che ha fornito le risposte è costituito per circa metà da persone sposate, che hanno quindi inserito i dati reali del loro matrimonio già avvenuto, e l'altra metà da persone che invece desiderano sposarsi. L'età media che si può osservare, in riferimento alla volontà di sposarsi, varia dai 26 ai 35 anni, con ben 517 persone (63 %).

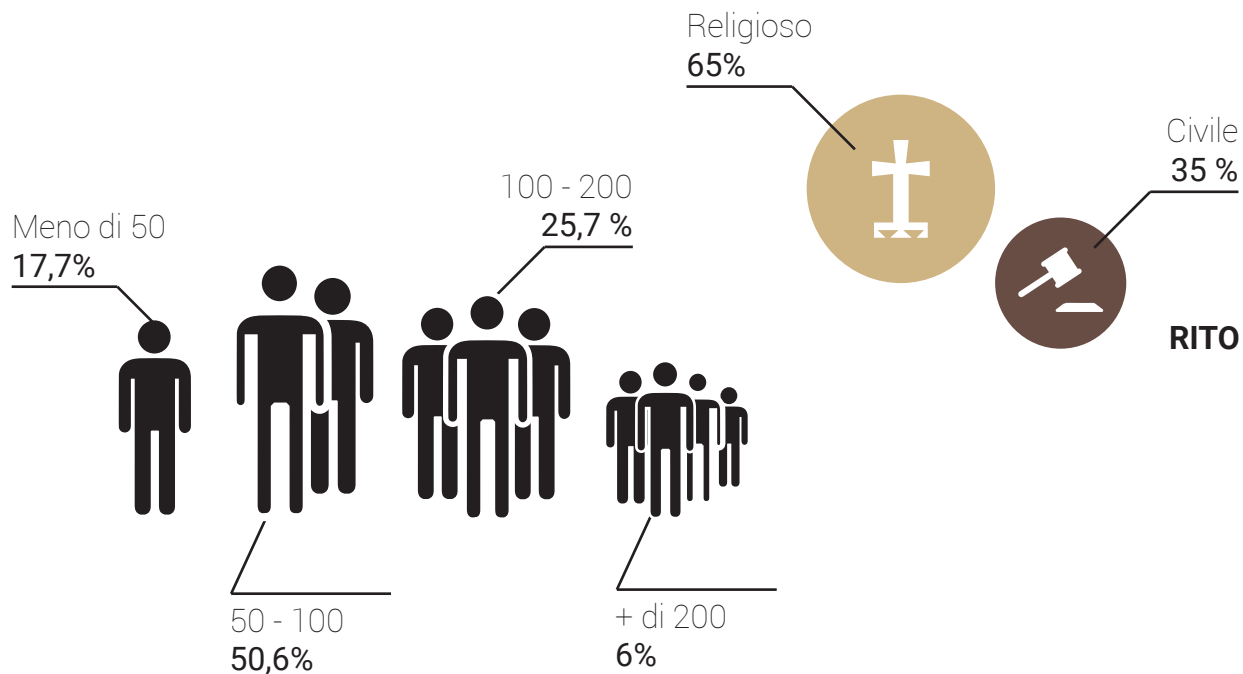
Un fatto molto curioso che emerge, poi, è la bassa disponibilità a pagare per questo tipo di evento. La maggioranza (39,5 %) ha infatti risposto con un budget tra i 5000 e i 10000€ (molto basso rispetto alla spesa media per i matrimoni in Italia, analizzato nei paragrafi precedenti), seguito da un'alta percentuale di budget addirittura sotto i 5000 euro. Per quanto riguarda invece la cerimonia, a prevalere è il rito religioso (541 persone, con 65%) con una media di invitati tra i 50 e i 100 (50,6 % delle risposte).



DISPONIBILITÀ A PAGARE



ETÀ MATRIMONIO



RITO

NUMERO INVITATI

Secondo i criteri relativi al Wedding Planner, invece, è emerso purtroppo che la maggior parte delle persone del campione non sono a conoscenza del settore in analisi, né dei benefici che può portare in una cerimonia, né tantomeno è riconosciuta la possibilità di risparmiare grazie ad un professionista.

È infatti di uso comune pensare che l'aiuto di un Wedding Planner comporti un costo eccessivo e aggiuntivo a quello della cerimonia, senza pensare che invece, grazie alle sue conoscenze relative ai fornitori e alle competenze nella gestione del budget, un professionista riesce a garantire un migliore risultato con un investimento minore.

WEDDING PLANNING

Ti affideresti a un WP?



Conosci i vantaggi di affidarsi a un WP?



Pensi che un WP possa farti risparmiare?



Passando poi al concetto di sostenibilità, è emerso che circa metà del campione ritiene di agire in un'ottica sostenibile nella vita di tutti i giorni (47,2 %) e l'altra metà "in alcuni casi", siano essi la raccolta differenziata o la scelta di chiudere l'acqua quando non utilizzata o spegnere la luce (50,3 %).

Relativamente al valore che viene associato al termine "sostenibilità", si può osservare invece che la grande maggioranza fa riferimento al tema ambientale (49,1% con 455 risposte), mentre una seconda grande fetta riguarda una gestione intelligente dei prodotti, dei mezzi e dei rifiuti (21%, 152 persone). Questi dati sono molto utili in questa sede in quanto si vuole indagare proprio il tema della sostenibilità e la conoscenza che la popolazione media ha riguardo a questo importante concetto.



Per gli elementi relativi all'accoglienza, invece, è possibile riassumere che la maggioranza delle persone preferisce una cerimonia in parte all'aperto e in parte al chiuso (43,7%), l'allestimento di un pranzo (51,9%) e la scelta di un tema per coordinare tutto l'evento (59%). A prevalere sono poi uno stile informale e divertente (42,4 %), e la scelta di fiori di stagione (30,3%).

Infine, relativamente agli elementi "simbolo" dell'evento matrimonio, la maggioranza del campione afferma di poter rinunciare ad avere differenti location per la celebrazione della cerimonia ed il ricevimento (36,8%), annullando così gli spostamenti, e ad una lista nozze (17,1%) a favore invece del pagamento di un viaggio di nozze (35,4%).

Dettaglio non ultimo, relativo all'analisi del campione che ha risposto al questionario, è il grado di istruzione. È infatti interessante notare come la prevalenza sia di un'istruzione secondaria superiore, seguita da quella universitaria. Questo particolare è importante in quanto il livello di cultura e conoscenza influiscono profondamente su quelli che sono i pensieri relativi alla sostenibilità e alla gestione delle risorse in generale.

Elementi irrinunciabili

Elementi a cui si può rinunciare

Offerta Chiesa/Comune	Fedi nuziali	Abito sposa	Abito sposo	Bouquet	Banchetto nuziale	Calzature sposa	Calzature sposo	Accessori sposo	Torta nuziale	Cuscino portafedi	Fotografie e video	Musica/intrattenimento	Fiori ricevimento	Fiori auto sposi	Fiori Chiesa	Fiori Municipio	Pranzo	Cena	Viaggio di nozze	Acconciature e trucco	Velo	Lingere sposa	Lancio del riso	Bomboniere	Stampati	Noleggio auto	Paggetti	Noleggio bus-navetta
-----------------------	--------------	-------------	-------------	---------	-------------------	-----------------	-----------------	-----------------	---------------	-------------------	--------------------	------------------------	-------------------	------------------	--------------	-----------------	--------	------	------------------	-----------------------	------	---------------	-----------------	------------	----------	---------------	----------	----------------------

2

**IL WEDDING
PLANNING**

2

IL WEDDING PLANNING

L'organizzazione del proprio matrimonio non è semplice, anzi a volte è molto complessa soprattutto perché i futuri sposi si trovano a vivere emozioni forti e spesso, se sono troppo coinvolti emotivamente nel progetto, non sempre hanno la capacità di mantenere la giusta distanza e compiere le scelte più idonee.

È infatti necessario pianificare con cura ogni dettaglio dell'evento e schedare tutti i preparativi che occorrono per rendere perfetta la grande festa, mediando, negoziando, e prendendo le giuste decisioni. Questo talvolta può diventare causa di incomprensioni e discussioni tra i futuri sposi e tra le rispettive famiglie.

Che la scelta degli sposi ricada su una cerimonia civile o religiosa, il matrimonio è un evento che va organizzato con immensa attenzione e dedizione e che richiede molto tempo, energie, risorse e ricerca. Tutto questo comporta anche la necessità di sostenere alti livelli di stress e, se questa attitudine viene meno, si può assistere a coppie che arrivano al loro grande giorno prive di energia e serenità.

È necessario inoltre considerare che la creatività e lo spirito organizzativo sono ingredienti fondamentali per la riuscita dell'evento e che non tutte le coppie sono dotate di queste caratteristiche.

È proprio in questo scenario che entra in gioco la figura del



Img 25. Piano di organizzazione di un wedding planner che riporta le cose da fare

Wedding Planner, ossia la figura professionale che prevede la consulenza e l'affiancamento delle coppie che intendono sposarsi al fine di pianificare e gestire l'organizzazione delle loro nozze.

2.1 LE ORIGINI DELLA PROFESSIONE

La figura del Wedding Planner è nata circa vent'anni fa negli Stati Uniti e oggi è diventata un vero e proprio fenomeno di costume. È infatti comune che una futura sposa americana, non appena ricevuta la proposta di matrimonio, si metta in contatto con un Wedding Planner. Si può infatti affermare che per la cultura statunitense affidarsi ad una persona esperta per l'organizzazione delle nozze è tanto naturale quanto l'acquisto dell'abito da sposa.

Spostandoci in Europa invece, contrariamente a quanto abbiamo visto per gli Stati Uniti dove la figura del Wedding Planner è ormai una realtà diffusa da molti anni, questa professione ha una storia molto più recente, facendo eccezione per la Gran Bretagna dove le usanze delle ex colonie sono arrivate più rapidamente.

In Italia la figura del Wedding Planner è infatti stata introdotta solo nell'ultimo decennio. In primo luogo questa professione si afferma nel Nord Italia, soprattutto a Milano, la "capitale della moda", dove si trovano la maggior parte dei famosi atelier di abiti da sposi. La professione si è poi espansa nella zona periferica dell'hinterland milanese arrivando in particolar modo a Monza e nei laghi del Nord quali Como, Lecco, Maggiore, Varese e Garda. Si tratta di mete turistiche

molto note anche agli stranieri che vengono a sposarsi in Italia (vedi coppia svizzera par 2.7).

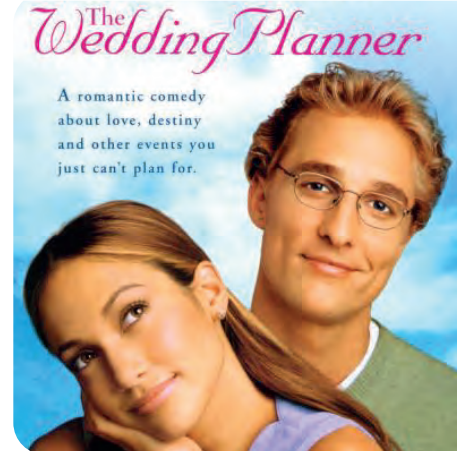
La diffusione prosegue poi gradatamente verso il centro Italia, giungendo, anche in questo caso, alle zone di maggiore attrazione turistica come Roma e la Toscana, apprezzate per la bellezza dei paesaggi, il valore storico o l'interesse culturale.

Parlando del Sud Italia, invece, dove la mentalità tradizionale è ancora legata al "fai da te", questo fenomeno ha tardato notevolmente nella diffusione anche se, ultimamente, è proprio nella zona del Napoletano che si registrano i più alti numeri di imprese di Wedding Planning (con 7244 aziende, secondo i dati forniti da "The Wedding Enterprise").¹⁸

Qui ha iniziato ad essere conosciuta e apprezzata la figura del Wedding Planner anche grazie ad alcune trasmissioni televisive (si cita per esempio la nota trasmissione "Il boss delle cerimonie" in onda su Real Time).

Ad aiutare notevolmente la diffusione di questo settore e ad attenuare gradualmente la differenza tra Nord e Sud, hanno avuto sicuramente un ruolo fondamentale i mass media che hanno così contribuito alla popolarità di questa professione. È infatti grazie ai film americani come "Prima o poi mi sposo", con Jennifer Lopez nei panni di una efficiente wedding planner, che nel nostro Paese si è entrati per la prima volta a contatto con questa professione.

In seguito, anche programmi come il docu-reality Wedding Planner, trasmesso inizialmente da Sky sul canale Real Time e, in seguito, in chiaro sul digitale terrestre, hanno definitivamente sdoganato la figura del WP, soprattutto tra il genere femminile, che sembra essere il più sensibile verso



Img 26. Immagine tratta dalla locandina ufficiale del celebre film "The Wedding Planner", in Italia "Prima o poi mi sposo"

¹⁸ The Wedding Enterprise è un laboratorio temporaneo di ricerca che studia nuove prospettive di interfaccia tra l'industria del matrimonio, il management e l'arte contemporanea. Theweddingenterprise.com

questa professione.

Sono, infatti, molte le donne che, alla ricerca di una professione flessibile, spesso con una famiglia da gestire, hanno individuato nella figura della Wedding Planner il lavoro ideale.

2.2 IL PROFILO DELLA PROFESSIONE

Con il termine inglese wedding planner (organizzatore di matrimoni) ci si riferisce ad una figura professionale che fornisce consulenza alle coppie in procinto di sposarsi. Il wedding planner può infatti essere definito come la figura professionale che, a partire da un'attenta analisi alle esigenze dei futuri sposi, si assume l'incarico e la responsabilità di pianificare e organizzare ogni aspetto della cerimonia nuziale e di guidare loro nelle scelte più giuste e consone alle loro esigenze e possibilità economiche.

Il wedding planner risulta essere una risorsa preziosa per la coppia non solo perché rappresenta una vera e propria guida con esperienza e qualità creative ed organizzative, ma anche perché solleva loro dagli impegni più stressanti e complicati e da un notevole impiego di tempo.

I compiti e i servizi del Wedding Planner sono variabili e possono mutare secondo le esigenze del budget dei clienti. I futuri sposi affidano in genere al wedding planner la gestione completa dell'evento, ma può capitare che decidano di demandare solo alcuni aspetti dell'organizzazione.

In Italia regna ancora una certa confusione intorno alla figura del wedding planner, in parte perché si tratta di una professione ancora in fase evolutiva e, in parte, perché è necessario fare più cultura in questo settore, spesso terreno fertile per operatori improvvisati o senza scrupoli.

Sono molti infatti gli addetti ai lavori che si definiscono wedding planner ma che in realtà svolgono di norma solo attività collaterali o parziali rispetto a quelle che appartengono alla vera figura del wedding planner; si citino per esempio gli addetti commerciali banqueting e catering, i gestori di location e dimore storiche o i flore designer.

Nei casi appena elencati, contrariamente a quanto dovrebbe accadere, si innesca un processo nel quale vi è prima la scelta di una location o di un menù che per il cliente risulta il fattore attrattivo poi, come conseguenza al servizio, il wedding planning. Il risultato è l'assenza di analisi e personalizzazione sulla base delle caratteristiche degli sposi, in favore di una soluzione preconfezionata.

Al contrario, il processo virtuoso che si innesca in contatto con un vero Wedding Planner parte dalla scelta della figura professionale, passa dall'analisi e studio delle caratteristiche degli sposi, per arrivare infine alla creazione del progetto e scelta dei partner, garantendo una soluzione unica e personalizzata sul cliente.

In conclusione è possibile quindi implementare la definizione precedente affermando che il Wedding Planner è una figura professionale completa che racchiude in sé tutte le competenze che gli permettono di occuparsi del planning, del design e dello style dell'evento e di curarne la regia dalla a alla z.



Img 27. Capacità di lavorare in un team e mediare le diverse necessità nell'ottica di un obiettivo comune

2.2.1 I REQUISITI PERSONALI DI UN WEDDING PLANNER

Il lavoro del Wedding Planner, contrariamente a quanto si può pensare secondo l'immaginario collettivo, non è una professione adatta a tutti. È fondamentale infatti che questa figura presenti particolari requisiti, attitudini e doti o caratteristiche personali per far sì che la professione abbia successo. Andiamo ora ad analizzare questi requisiti più nel dettaglio.

Per prima cosa, il wedding planner è generalmente una persona multitasking e con spiccate doti organizzative in modo da potersi occupare di ogni sfaccettatura di questo processo: dagli aspetti organizzativi come location, catering, noleggio automobili, servizio fotografico, alla formalizzazione dei contratti con i fornitori per gli allestimenti floreali piuttosto che per le ambientazioni del ricevimento, fino al sollevare completamente la gioiosa coppia dallo stress e dalle incombenze che l'organizzazione di un matrimonio prevede.

Un'altra caratteristica fondamentale è che sia una persona portata per le relazioni interpersonali, ossia che sappia amare il contatto e la compagnia. Il Wedding planner si trova infatti continuamente a contatto con un gran numero di persone appartenenti a diverse tipologie, dai fornitori ai clienti ed è proprio sulla base dei rapporti che il Wedding Planner riesce a instaurare che si determina o meno il successo. A questo si aggiunge poi la capacità di ascoltare, mediare e soprattutto avere alti livelli di pazienza per poter dare il meglio di sé anche in situazioni stressanti o di fronte ad un imprevisto.

Un altro insieme molto importante di caratteristiche necessarie a svolgere questa professione è costituito da tutte quelle che si legano alla formazione professionale e che possono essere racchiuse nelle competenze manageriali. Queste comprendono l'attitudine al problem solving (processo atto ad analizzare, affrontare e risolvere positivamente una situazione problematica); gestione del team (capacità di coordinare, istruire e motivare i vari collaboratori); negoziazione e comunicazione.

Ma al di là delle mansioni ordinarie, vi sono alcune qualità che fanno del wedding planner un vero professionista. Per prima cosa un bravo wedding planner, pur occupandosi di tutti gli aspetti organizzativi, deve lasciar sempre che le decisioni finali spettino agli sposi e preoccuparsi di seguirli lungo tutto il percorso, facendoli sentire coinvolti nel processo di pianificazione, ma senza trasferire su di loro la minima preoccupazione o stress. Un buon WP deve poi fare in modo che ogni matrimonio che organizza sia diverso dall'altro, facendo sentire unico e speciale il suo cliente ed adattandosi perfettamente alle sue esigenze anche economiche.

Su questo ultimo punto occorre svolgere un approfondimento in quanto, paradossalmente, è proprio quando vi sono particolari esigenze di tipo economico e quindi difficoltà finanziarie che può servire affidarsi ad un organizzatore con esperienza per avere l'evento desiderato senza rinunciare a nulla. Contrariamente a quanto si può pensare, infatti, affidarsi ad un Wedding Planner non è sempre più dispendioso rispetto all'organizzazione personale di un matrimonio, è infatti una sua necessità riuscire ad organizzare un matrimonio come desiderato ma rimanendo nel budget del cliente.

2.2.2 LE MANSIONI PRINCIPALI

Solitamente i servizi offerti da un Wedding Planner possono essere di due tipi: uno detto "one shot" (un colpo) e uno "full" (pieno, intero).

Il primo, è il caso in cui l'organizzatore professionista coordina e assiste esclusivamente gli sposi durante il giorno delle nozze, mentre nel secondo caso li accompagna nella realizzazione delle nozze dalla a alla z ed in tutte le fasi. Di seguito analizziamo i due tipi di servizio con le relative mansioni principali svolte dal Wedding Planner.

Nella formula "One shot" gli sposi non delegano la totale organizzazione del loro matrimonio ad un esperto, ma desiderano un aiuto logistico nel giorno della cerimonia in modo da non dover prestare attenzione ai dettagli e godersi a pieno la giornata senza preoccupazioni.

In questo caso il Wedding Planner svolge semplicemente la funzione di coordinatore per un giorno. Il suo lavoro procede quindi dal contatto dei fornitori scelti dagli sposi (normalmente una settimana prima del matrimonio) per informarsi su tutti i dettagli del servizio scelto. Segue poi la creazione di un'agenda che riporti i dettagli degli orari relativi al servizio dei fornitori (Timing) in modo da garantire la sincronia ed uno svolgimento scorrevole. Il giorno stesso delle nozze, poi, il Wedding Planner svolge il compito di supervisionare e coordinare tutti i soggetti coinvolti, risolvendo eventuali problemi improvvisi.

Riassumendo quindi, in questo tipo di servizio il Wedding Planner ha il compito di collegare i fornitori e gli sposi il giorno della cerimonia in modo da consentire alla coppia di

godersi la giornata con amici e parenti, senza doversi assicurare che tutto vada come prestabilito. Il WP offre poi un servizio anche dopo i festeggiamenti, assicurandosi che tutti i beni personali del cliente e i regali di matrimonio vengano adeguatamente imballati e trasportati.

Nella seconda formula, invece, la cosiddetta "Full", l'organizzazione è lasciata interamente nelle mani del Wedding Planner, dalla scelta dei fornitori, al tema, alla location etc. Questo tipo di pacchetto richiede molto più tempo di lavoro e implica quindi costi più elevati.

La fase principale in questo tipo di servizio è sicuramente la scelta del budget: è necessario infatti che tutti siano d'accordo sul budget totale per il matrimonio prima di passare alla pianificazione di tutti i suoi aspetti, poiché spesso il tipo di matrimonio desiderato va troppo oltre al budget prefissato ed occorre rivedere alcuni punti.

Successivamente si passa alla firma del contratto con la quale inizia la pianificazione vera e propria. Il primo passo è poi quello di contattare i vari fornitori e ricercare la location. Quest'ultimo è uno dei compiti più duri che il Wedding Planner deve affrontare, trattandosi di sopralluoghi e valutazioni su molte sedi differenti, in modo da garantire la location che più si adatti alle esigenze ed ai costi.

Un'altra fase fondamentale, soprattutto per la sposa, è la scelta dell'abito nuziale. In questo caso il Wedding Planner deve assistere gli sposi nella scelta, accompagnandoli a provare diverse soluzioni e consigliando anche grazie alla sua profonda esperienza nel campo. Lo stesso vale per il ricevimento, il menu e la torta. A seconda dell'ora in cui si decide di sposarsi, il wedding planner dovrà studiare un



Img 28. La scelta del budget è una fase molto importante nella organizzazione dell'evento

ricevimento adeguato, proponendo varie soluzioni fino a quando il cliente trova quella più adatta. Il lavoro del Wedding Planner non finisce qui, sono molti ancora gli aspetti che deve affrontare, quali gli inviti, le bomboniere, la musica etc.

È proprio in questo tipo di servizio che si evince la professionalità del Wedding Planner, ossia la capacità di trovare la soluzione più adatta e che soddisfi il cliente a 360° gradi, sforzandosi di interpretare al meglio ogni sua esigenza e facendosi carico di tutto lo stress che l'organizzazione porta con sé.

2.3 L'UTENZA

A questo punto potrebbe sorgere una domanda spontanea: per quale motivo sempre più persone si rivolgono ai cosiddetti Wedding Planner per l'organizzazione di un evento che tradizionalmente è sempre stato un compito degli sposi stessi o dei loro parenti più cari?

Una risposta a questo quesito va sicuramente ricercata nello stile di vita di oggi, sempre più frenetico (tra lavoro, mansioni domestiche etc.), che non permette di avere il tempo e la tranquillità necessari per occuparsi dell'intera organizzazione di un matrimonio. Questo infatti richiede una immensa mole di lavoro del quale, spesso, non ci si rende pienamente conto quando si pianifica un evento di questo tipo. Un altro motivo può essere costituito dal fatto che talvolta non ci si rende conto di cosa è possibile realizzare e cosa no, finendo molte volte per spendere cifre nettamente superiori a quanto ci si aspettasse. Il compito del Wedding Planner consiste proprio in questo: nel proporre, pianificare, organizzare e risolvere tutto ciò che è necessario per l'evento,

rimanendo però in un budget prefissato.

Passiamo ora ad analizzare il profilo dei possibili clienti che richiedono la consulenza di un wedding planner, soffermandoci sulle esigenze e criticità di ciascuno.

2.3.1 LE COPPIE IN CARRIERA

Una delle categorie possibili di clienti è formata da coloro che, come abbiamo anticipato in precedenza, svolgono un'intensa attività lavorativa (magari con trasferte all'estero) e non hanno quindi molto tempo a disposizione. Questo tipo di clienti è attento ed esigente, con una mentalità molte volte internazionale e soprattutto molto preparata dal punto di vista culturale.

Questa tipologia di clientela si affida ad un organizzatore esperto di matrimoni perché necessita di una persona che, in loro assenza, si possa occupare della preparazione del loro matrimonio e compia una prima analisi delle possibilità da adottare, per poi sottoporre a loro una scelta selezionata di soluzioni su misura in modo da permettere loro di prendere le decisioni definitive nel poco tempo libero che hanno a disposizione.

Come si può intuire le criticità principali di questa categoria di clienti sono date dal tempo limitato per cui il Wedding Planner deve prendere molte decisioni in autonomia, e soprattutto il fatto che la clientela sia molto attenta e consapevole. Il modo in cui il WP può far fronte a questo problema è svolgere un attento lavoro in fase di brief e di raccolta di informazioni, e avere alla base una preparazione solida in costante aggiornamento (in modo da poter eventualmente seguire i trend più diffusi all'estero).



Img 29. Coppia in carriera, caratterizzata da una vita frenetica e dedicata all'attività lavorativa



Img 30. Coppia che sceglie di sposarsi in un Paese diverso dal proprio

2.3.2 ITALIANI RESIDENTI ALL'ESTERO O STRANIERI CHE SI SPOSANO IN ITALIA

Questa categoria che per molti fattori si avvicina a quella precedente, racchiude le donne o le coppie di futuri sposi che, per diversi motivi, vivono all'estero ma decidono di sposarsi nel loro Paese di origine o, al contrario, clienti stranieri che desiderano sposarsi in Italia (spesso il matrimonio coincide con il viaggio di nozze).

Il mercato degli stranieri che vogliono sposarsi nel nostro Paese è conosciuto come "Destination Wedding" e individua principalmente i luoghi di maggiore attrazione turistica per valore enogastronomico, culturale, artistico o naturale. Si conta, secondo le stime elaborate dalla società di consulenza JFC¹⁹ e riportate sul "Corriere della Sera",²⁰ che il giro d'affari annuo del Destination Wedding in Italia raggiunga circa 315 milioni di euro. A sposarsi da noi non sono solo le celebrities (come la regista Sofia Coppola o il rapper Kanye West), ma anche molte persone comuni (inglesi, russi e americani in primis) scelgono il belpaese come scenario del loro matrimonio.

Le location più gettonate sono quelle classiche. Sempre secondo le stime della JFC, a predominare è la Toscana (selezionata dal 43,5%), quindi la Costiera amalfitana, l'Umbria e il Veneto (soprattutto Venezia e Verona). Tuttavia gli stranieri si stanno avvicinando anche a mete meno celebri ma altrettanto affascinanti, come la Sardegna. In linea generale la coppia viene in Italia una sola volta prima delle nozze, poi tutta l'organizzazione, che può durare dai 3 ai 12 mesi, viene gestita a distanza via email e skype.

¹⁹ JFC svolge attività di consulenza turistica e marketing territoriale offrendo il proprio sapere al servizio ed allo sviluppo di imprese, istituzioni ed autonomie funzionali.

²⁰ Il Corriere della Sera è uno storico quotidiano italiano, fondato a Milano nel 1876. Pubblicato da RCS MediaGroup, è il primo quotidiano italiano per diffusione e per lettorato

Anche in questi casi dunque il fattore tempo è fondamentale in quanto ci possono essere pochi incontri con l'organizzatore e questi devono quindi essere utilizzati al meglio per prendere tutte le decisioni importanti. Inoltre è necessario che il WP possieda una buona padronanza della lingua straniera (solitamente inglese). Anche qui è fondamentale la fase di brief e raccolta informazioni, a cui si aggiunge appunto la lingua straniera.

2.3.3 CHI CERCA SOLUZIONI ORIGINALI

Il fine principale di questa tipologia di clienti è ottenere una cerimonia unica e riconoscibile. È proprio questo desiderio infatti che li spinge ad affidarsi ad un organizzatore professionista, contando sulla sua capacità di vestire l'evento sulla base delle loro esigenze e personalità, rendendolo indimenticabile. Questa motivazione può essere applicata un po' a tutti i clienti di un Wedding Planner, ma in questa categoria vi è un interesse particolare proprio legato alla creatività e alle competenze organizzative del Wedding Planner per ottenere un evento unico nel suo genere.

Non vi sono problemi particolarmente rilevanti con questa categoria, ma la criticità principale, se così la si vuole trattare, è la necessità di stupire la clientela attraverso l'individuazione della personalità e della loro idea di originalità, per poi proporre delle soluzioni particolari e costruite appositamente.



Img 31. Coppia che vuole un evento unico ed originale, in questo caso a tema Hawaiiiano

2.3.4 COPPIE CON BUONA DISPONIBILITÀ ECONOMICA

A differenza di alcune categorie precedenti, ci sono alcune persone che nonostante abbiano il tempo necessario per organizzare il proprio matrimonio, decidono di affidarsi ad un Wedding Planner. Il motivo è essenzialmente il desiderio di avere un evento esclusivo, sfarzoso e organizzato nel minimo dettaglio in modo impeccabile.

L'elemento critico di questa categoria è sicuramente il tipo di clientela molto esigente e che, grazie alla disponibilità economica elevata, è abituata ad avere il meglio ed è quindi difficile da stupire o impressionare e, al contempo, è facile deludere. Nonostante ciò il consistente budget messo a disposizione consente al wedding planner di lavorare senza molte preoccupazioni e ricercare il meglio in termini di qualità ed esclusività. È inoltre da prestare molta attenzione al bon ton.

2.3.5 CHI NON È CAPACE A GESTIRE L'ORGANIZZAZIONE

In questa categoria non ben definita rientrano tutti coloro che sono soggetti ad ansia e che non si sentono nella condizione di affrontare tutta l'organizzazione dell'evento da soli, senza l'aiuto di un esperto del settore. Questa non è una vera e propria categoria fine a se stessa; in questa non rientrano infatti solo le persone ansiose, ma che magari hanno in concomitanza altre esigenze quali la mancanza di tempo. È infatti raro che una coppia si affidi ad un Wedding Planner solamente per motivi di ansia e stress.

SCHEMA RIASSUNTIVO

CHI SI RIVOLGE AI WEDDING PLANNERS OGGI

COPPIE IN CARRIERA

- ✗ Intensa attività lavorativa
 - ✗ Poco tempo a disposizione
 - ✗ Attenti ed esigenti
 - ✗ Conoscono le novità estere
- ✓ Decisioni in autonomia
 - ✓ Grande lavoro di brief
 - ✓ Formazione solida e aggiornamento

DESTINATION WEDDING

- ✗ Vivono all'estero = pochi incontri
 - ✗ Lingua straniera
 - ✗ Tendenze straniere
- ✓ Decisioni in autonomia
 - ✓ Grande lavoro di brief
 - ✓ Buona padronanza lingua straniera



Chi non
riesce a gestire
l'organizzazione

COPPIE CHE CERCANO SOLUZIONI ORIGINALI

- ✗ Cercano una cerimonia unica e riconoscibile
 - ✗ Particolari esigenze e personalità
- ✓ Creatività e competenze organizzative
 - ✓ Stupire la clientela studiando soluzioni particolari

COPPIE CON BUONA DISPONIBILITÀ ECONOMICA

- ✗ Desiderio di evento esclusivo e sfarzoso
 - ✗ Organizzazione dei minimi dettagli
 - ✗ Abituati ad avere il meglio = esigenze molto alte
- ✓ Budget molto alto che permette di cercare il meglio e l'esclusività



Img 32. Il primo incontro con i potenziali clienti è a scopo conoscitivo e spesso è informale (Es. al bar)

2.4 IL BRIEFING

Con il termine inglese “briefing” (riunione, istruzione) si intende generalmente un incontro, solitamente tra committente ed esecutore, al fine di definire gli aspetti operativi e gli obiettivi di una determinata operazione/iniziativa.

In questo caso, con tale termine ci riferiamo più in particolare a quella fase in cui, a seguito del primo incontro tra il cliente e l'organizzatore di matrimoni, si espongono e discutono i punti fondamentali per la pianificazione dell'evento. Di seguito si trattano i diversi passi che portano alla progettazione vera e propria dell'evento.

2.4.1 IL PRIMO INCONTRO

La prima fase di incontro è solitamente di reciproca conoscenza e non rappresenta un impegno da parte dei futuri sposi ma, allo stesso tempo, è fondamentale per determinare la riuscita dell'ottenimento dell'incarico. È proprio questo infatti il momento in cui si crea o meno un sentimento di empatia (o feeling) tra il Wedding Planner e la coppia, che deve convincersi che il professionista che si trovano di fronte sia la persona giusta cui affidare il loro giorno più importante.

In questa fase infatti gli sposi cercano di conoscere più a fondo e più personalmente il Wedding Planner e di capire il modo in cui lavora, analizzando ogni singolo dettaglio della persona quali il modo di essere, il linguaggio, l'atteggiamento etc. È quindi fondamentale che il Wedding Planner si mostri capace di risolvere ansie e preoccupazioni e che li rassicuri con la sua professionalità.

È possibile che oltre ad i futuri sposi si presentino anche altri parenti o amici. Questo sta a significare che le opinioni di queste persone sono molto importanti per la coppia ed è quindi fondamentale coinvolgere ciascuno dei presenti e non limitarsi a considerare solamente gli sposi.

Solitamente, come anticipato, durante l'incontro conoscitivo non viene subito confermato l'incarico ma è importante sapersi adattare ed esser pronti eventualmente a passare alla fase successiva di raccolta di informazioni e dunque raccogliere il briefing.

2.4.2 IL BRIEFING

Con questo passo, successivo alla commissione del matrimonio e quindi la firma del contratto, inizia la vera e propria pianificazione dell'evento a partire dalla raccolta di quante più informazioni possibili. Un metodo utilizzato a tale scopo è il cosiddetto delle "cinque W": Who? (chi?), what? (cosa?), when? (quando?), where? (dove?) e Why? (Perché?).

Nella fase di briefing esistono idealmente due tipologie di esso: il primo, strettamente organizzativo, che consiste nella raccolta dei dati e degli elementi necessari per comprendere la struttura generale dell'evento ed identificarne poi la sua pianificazione; e il secondo, che ha invece lo scopo di individuare quelle particolari informazioni necessarie alla formulazione di un'idea creativa che vestirà l'evento su misura degli sposi. Quest'ultimo tipo di briefing si integra al primo ed è solitamente conosciuto come il Creative Brief, che tratteremo nel paragrafo successivo.



Img 33. Metodo delle "5 W", utile nella fase di raccolta delle informazioni

Ma in cosa consiste esattamente il brief? Questo si presenta generalmente sotto forma di scheda cartacea che deve essere compilata durante il colloquio dal Wedding Planner, il quale trasporterà poi tali informazioni in un database (anche in formato digitale). Le informazioni che occorre raccogliere nel brief sono varie e possono essere catalogate in data e luogo del matrimonio con relativo orario, numero approssimativo di invitati, la provenienza degli stessi, il luogo della cerimonia e del ricevimento, gli abiti degli sposi, la cornice floreale, la musica, la tipologia di rinfresco, foto e video, bomboniere, lista nozze, mezzi di trasporto e non ultimo il budget. È possibile vedere questi elementi analizzati più nel dettaglio nel capitolo 1 di questo documento.

2.4.3 IL CREATIVE BRIEF

Questa fase, come suggerisce il titolo stesso, ha lo scopo di individuare e raccogliere le informazioni utili alla formulazione dell'idea creativa che vestirà l'evento sugli sposi e sulla loro personalità, rendendolo unico nel suo genere.

In questa fase è inoltre fondamentale mettere a fuoco l'obiettivo che si vuole raggiungere con l'evento in modo da aver ben chiara la strada da seguire, senza lasciarsi distrarre da un eccesso di ispirazione o di idee. È infatti importantissimo che l'evento sia caratterizzato da armonia e che ogni dettaglio sia coordinato con gli altri. Una volta individuato il filone che rappresenta gli sposi è necessario concentrarsi in quest'unica direzione verso l'evento.

Un modo per raccogliere queste informazioni è sottoporre la coppia a domande mirate al fine di comprendere come

immaginano il loro matrimonio, qual è la cosa che reputano più importante, quale atmosfera desiderano etc. Una volta raccolte queste informazioni sarà compito del Wedding Planner progettare dal punto di vista creativo ogni elemento e dettaglio dell'evento, dalle luci, ai suoni, ai profumi.

2.5 I FORNITORI

Il Wedding Planner non deve rapportarsi solamente con i futuri sposi e dunque i clienti, ma anche e soprattutto con i fornitori.

Con la parola "fornitore" si identifica, genericamente, chiunque cede beni o servizi in cambio di una contropartita in denaro. In questa sede, parlando di fornitori, ci riferiamo quindi a tutte quelle persone che offrono un prodotto o servizio necessario all'organizzazione del matrimonio, siano essi titolari di una società o attività commerciale, in cambio di un compenso economico.

Le categorie di fornitori potenzialmente coinvolte nell'organizzazione di un matrimonio sono varie e numerose, si citino per esempio location (ricevimenti e cerimonia), catering e banqueting, musica e intrattenimento, fotografi, bouquet e addobbi floreali, bomboniere, acconciature e trucco e molte altre. La fase di ricerca dei fornitori è complicata all'inizio, quando il Wedding Planner è ancora alle prime armi ma poi, ad attività avviata, un organizzatore di matrimoni professionista avrà già conoscenza di diversi fornitori e sarà in grado di trovare e selezionare quello che meglio si addice alle esigenze degli sposi.



Img 34. Con i fornitori si instaura una vera e propria rete di collaborazione basata sulla fiducia, sulla condivisione e sui benefici

È quindi necessario che il Wedding Planner conosca molto bene i fornitori con cui entra in contatto, soprattutto perché se avviene un errore da parte di uno di questi, è possibile che la buona riuscita dell'evento venga compromessa e che la responsabilità ricada sul Wedding Planner, perché è colui che suggerisce il fornitore e ne garantisce l'affidabilità. A tal fine sono presenti diversi metodi di valutazione e conoscenza di un fornitore quali la sua web reputation, l'osservazione del suo carico di lavoro e le risorse disponibili, le sue referenze ed il portfolio ed infine la flessibilità, disponibilità e capacità di ascolto.

L'obiettivo successivo del Wedding Planner è poi la fidelizzazione del fornitore e la sua trasformazione in collaboratore o partner. Quando si raggiunge infatti un rapporto di reciproca fiducia può succedere che nascano nuove forme di collaborazione e che ci si coinvolga nelle partecipazioni l'uno dell'altro. Riassumendo si può quindi affermare che per un Wedding Planner è fondamentale sviluppare, mantenere e fidelizzare i rapporti con i fornitori e trasformarli in veri e propri collaboratori.

Una volta instaurato un rapporto poi, occorre agire come un team nella organizzazione dell'evento. È quindi compito del Wedding Planner coordinare e gestire la quadra di fornitori e collaboratori che devono essere continuamente istruiti e motivati. Essi infatti svolgono ognuno un ruolo specifico e interagiscono tra loro condividendo gli stessi obiettivi al fine ultimo di realizzare un matrimonio di successo.

2.6 I COMPETITORS NEL MERCATO ITALIANO

In questo paragrafo si vuole analizzare più nel dettaglio il mercato di riferimento italiano relativo all'organizzazione dei matrimoni che non comprende, tuttavia, solamente i Wedding Planners, ma anche tutte le aziende che in qualche modo contribuiscono a questa filiera.

Si tratteranno quindi per prima cosa i numeri delle aziende coinvolte in questo settore, per poi passare all'analisi vera e propria dei competitors dei Wedding Planner, facendo riferimento ad alcune figure più note.

2.6.1 IL WEDDING PLANNING IN CIFRE

In Italia, come si è già visto, questo ruolo si è venuto a delineare molto in ritardo rispetto al contesto internazionale ma, oggi, la figura del wedding planner, inteso come pianificatore e coordinatore esperto di matrimoni, è sicuramente di tendenza, grazie anche al grande aiuto mediatico che si è sviluppato negli ultimi anni. Secondo le cifre riportate sul sito del Sindacato Wedding Planner Italia, si contano oltre 3615 agenzie di professionisti nel nostro Paese.²¹

Sono sempre più, infatti, le coppie che decidono di affidarsi ad un professionista per la realizzazione del proprio matrimonio, o perché a causa del lavoro intensivo non hanno tempo a disposizione per l'organizzazione, o perché avendo budget ridotti preferiscono ottimizzarlo affidandosi a qualcuno che garantisca loro una perfetta riuscita dell'evento con la cifra stabilita.

²¹ Il Sindacato Wedding Planner Italia – WPI riunisce tutti quei professionisti che hanno fatto dell'organizzazione di eventi e cerimonie la propria professione e che vogliono vedere tutelata e riconosciuta, senza alcuna ambiguità, la propria identità imprenditoriale e dignità professionale.

Come in ogni analisi di mercato, alla crescita della domanda è seguita anche un'espansione dell'offerta, e spesso sfortunatamente si incontrano figure tra altri tipi di operatori (catering piuttosto che proprietari di location, etc.) che si improvvisano wedding planner creando certamente un caso di abusivismo commerciale e concorrenza sleale nei confronti di chi è, invece, qualificato e in regola con la propria professione.

Ma non solo le agenzie di Wedding Planning sono in aumento, secondo uno studio condotto nel 2018 dalla Camera di Commercio di Monza e Brianza, infatti, vi è stato un incremento del 3,4% delle imprese della filiera più generale dei matrimoni che risultano essere 56.692 e comprendono: 1.631 organizzatori della cerimonia (+ 9,4%); 20.948 aziende di confezioni di altro abbigliamento esterno (+ 2,4%); 26.039 attività di commercio al dettaglio di confezioni per adulti (+ 9,5%); 1.275 attività di commercio al dettaglio di bomboniere (+ 0,2%); 974 catering (+ 11,8%).²²

Osservando le cifre dal punto di vista della distribuzione sul territorio Italiano poi, possiamo notare che il più alto numero di imprese del Wedding, relativo al numero di abitanti, è il Sud Italia, dove la Campania emerge con circa 7244 aziende (Dati della Camera di Commercio di Monza e Brianza). Al secondo posto si registra la Lombardia (con 6193), seguita dall'Emilia Romagna (3389), dal Veneto (3611) ed infine il Piemonte (con 2557 aziende).

È interessante poi notare la crescita che sta avvenendo in piccole regioni del Nord come il Trentino Alto Adige e la Valle d'Aosta, che presentano un aumento del 10% degli operatori del settore. È importante sottolineare inoltre, più nello specifico nell'ambito degli organizzatori di cerimonie

²² Le Camere di Commercio Industria Artigianato e Agricoltura italiane sono "enti pubblici che svolgono funzioni di interesse generale per il sistema delle imprese, curandone lo sviluppo nell'ambito delle economie locali" (definizione tratta dalla legge di Riordino del Sistema Camerale - L. 580/93).

(Wedding Planners), che nel primo crescono del 50 % e nella seconda addirittura del 100%.

2.6.2 I WEDDING PLANNERS PIÙ AFFERMATI IN ITALIA

La figura del Wedding planner, come abbiamo visto, ha ormai sradicato quasi totalmente i dubbi e le incertezze suscitati inizialmente negli sposi italiani, nonostante all'estero fosse da anni un'attività non solo collaudata, ma, a tratti, considerata indispensabile.

Alla sempre maggior diffusione sul territorio di questa nuova figura professionale, è seguita una specializzazione sempre più minuziosa, oggi troviamo infatti Wedding Planners specializzati nella conoscenza di un determinato territorio, altri più focalizzati sul "luxury", e altri ancora nei matrimoni a tema. L'argomento su cui vorremmo però focalizzarci in questa sede, per intraprendere un progetto in tale settore, è l'ecoplanner.

Passiamo ora alla presentazione dei maggiori esponenti nel settore Wedding Italiano, concentrandoci sulle particolarità di ciascuno e i relativi ambiti di competenza. Tra questi è stata selezionata anche un'azienda legata al nostro ambito di ricerca, ossia l'eco sostenibilità.

ANGELO GARINI – GARINI IMMAGINA E "L'ARTE DI VIVERE"

"Il mio lavoro non è altro che la manifestazione concreta di ciò che ho respirato da sempre: la passione per il design, l'arte, il collezionismo e l'antiquariato, da una parte, la



Img 35. Il segreto per il successo in un ambiente competitivo è la specializzazione che rende unico il proprio servizio

creatività , l'amore per i fiori, il gusto per la tavola raffinata, dall'altra, sono frutto di un percorso di vita e della storia di famiglia, che hanno fatto sì che io ne facessi, non solo una ragione di personale interesse, ma anche l'espressione di me stesso, attraverso il mio personale concetto di arte di vivere". Così lo stesso Angelo Garini, architetto e designer di eventi, fondatore di Garini Immagina, racconta il suo mestiere.

Il suo studio professionale ha oggi sede in molte delle più belle città italiane come Milano, Verona, Genova, Ascoli Piceno, Napoli, Lecce e Catania, ed è considerato parte della "top ten" come migliori Wedding Planners italiani, come riporta il sito dedicato ai matrimoni Zankyout.it.²³

La caratteristica che più distingue questo professionista è sicuramente la profonda esperienza maturata negli anni e la formazione personale da architetto, che permettono che organizzi matrimoni ed eventi in genere esclusivi ed eclettici, ponendo il focus su quelli che lui definisce luoghi "emozionali", pieni di significato dal punto di vista dell'atmosfera e della scenografia (con riferimenti ovviamente alla sua origine professionale), rendendo ogni evento un'opera d'arte. Egli stesso infatti ribadisce più volte come nei suoi lavori sia fondamentale la componente artistica che rimanda proprio alle opere d'arte e, allo stesso tempo, alla vita e alle emozioni. Il tutto si riassume benissimo nella sua stessa frase che, attraverso i giochi di parole, associa l'arte e la vita.

²³ L'obiettivo di Zankyout è quello di aiutare le coppie moderne a realizzare il matrimonio che hanno sempre sognato. Il servizio è nato nel 2007, ed oggi è presente in 23 Paesi in tutto il mondo, tra Europa, Stati Uniti, Russia, India ed America Latina, con oltre 350.000 coppie che si registrano ogni anno, e oltre 50.000.000 di visite annuali.

www.zankyout.com

ENZO MICCIO, "L'ARBITER ELEGANTIAE"

Tra i più noti esperti del settore c'è anche Enzo Miccio, reso molto celebre da alcuni programmi televisivi come "Wedding Planners", che proviene dall'ambito della moda.

È stato uno dei primi a diffondere questo mestiere nel nostro Paese ed è diventato oggi per moltissimi un sinonimo stesso di matrimonio in Italia: la sua sorprendente carriera, prima da Fashion Designer e poi da Wedding Planner e stilista di abiti da sposa, l'ha reso in pochi anni arbiter elegantiae indiscusso e paladino dei matrimoni più esclusivi.

È stato tra i primi a diffondere la figura del wedding planner in Italia, ed è oggi tra i professionisti più affermati con all'attivo moltissimi matrimoni internazionali, che gli offrono la possibilità di confrontarsi con culture diverse e arricchire le sue fonti di ispirazione.

In una intervista esclusiva per la rivista di "Zankyou", Enzo Miccio si racconta dal punto di vista professionale facendo trasparire in modo evidente come per lui ogni matrimonio sia una storia da raccontare, mediante un tema, uno stile, un "fil rouge" (come direbbe lui) che lo percorre.²⁴

Tra le caratteristiche che contraddistinguono questo autorevole Wedding Planner troviamo sicuramente gli eventi a tema, dove nessun dettaglio è lasciato al caso, l'emozione e l'empatia attraverso il quale lui stesso si immedesima negli sposi ed organizza l'evento al meglio come se fosse il suo grande giorno e, non ultimo, le sue doti e competenze riguardo alla moda, attraverso cui può aiutare gli sposi anche dal punto di vista dell'abbigliamento e del trucco e parrucco.



Img 36. Enzo Miccio, uno dei più noti Wedding Planners italiani e oggi anche conduttore televisivo

²⁴ The Wedding Magazine, la rivista di settore più letta al mondo, disponibile sul sito Zankyou precedentemente citato

MARIA MACCHIARELLA E LA “SUA SICILIA”

Come abbiamo visto in precedenza, con l'aumento della domanda relativa ai matrimoni e la loro organizzazione, vi è stato anche un incremento dell'offerta dei Wedding Planners, che si sono progressivamente specializzati in categorie diverse. In questo paragrafo si vuole quindi presentare la professionista Maria Macchiarella che ha fatto dell'amore per la sua “terra” il successo del suo mestiere.

Wedding Planner palermitana e trend-setter di tutto ciò che è legato al wedding, è infatti uno dei nomi di riferimento per chi sceglie di sposarsi in Sicilia e, grazie a questa sua specializzazione su questa terra, è anche nota in special destinations nei luoghi più affascinanti della Sicilia come Cefalù, Taormina, Lampedusa, Sciacca e Isole Eolie.

REGENCY E IL “MATRIMONIO VIP”

La figura professionale del Wedding Planner è sempre più richiesta e naturalmente assume una particolare importanza nella organizzazione dei matrimoni di lusso, come si può vedere nel capitolo dedicato all'utenza.

Una tra le agenzie di matrimoni lussuosi più quotate è sicuramente Regency, con sede in S. Marino. Questa è infatti specializzata in matrimoni da far invidia ai VIP e, al contempo, organizza cerimonie per loro stessi. Di recente, per citare un esempio, questa agenzia ha infatti organizzato il matrimonio da sogno tra il giocatore dell'Inter Wesley Sneijder e l'attrice e modella Yolante Kasbergen.

La particolarità di questa agenzia è dunque il prestigio e lo sfarzo nelle proposte, quali per esempio carrozze con

girasoli, voli in elicottero o persino fuochi d'artificio che compongono i nomi degli sposi in cielo; insomma una vera cerimonia di lusso.

ALESSIA SANTA – WHITE EMOTION E IL “DESTINATION WEDDING”

White Emotion, gestita dalla Wedding Planner Alessia Santa, è un brand specializzato soprattutto nell'organizzazione dei matrimoni tra coppie straniere che decidono di celebrare il loro matrimonio in Italia, ossia i cosiddetti “Destination Weddings” di cui abbiamo trattato precedentemente e che, come abbiamo visto, sono sempre più numerosi grazie al fascino che il nostro Paese produce nel mondo.

In un'intervista per la rivista Elle, la stessa professionista racconta alcuni dei particolari che caratterizzano i suoi eventi organizzati per clienti stranieri.²⁵

Tra questi troviamo una interessante nuova tendenza social, che consiste nella condivisione su Instagram o Facebook degli svolgimenti e i progressi nell'organizzazione in modo da raccontare l'evento ancora prima che succeda. Un altro dettaglio che lei afferma non possa mancare è un sito web interamente dedicato al matrimonio. Questo è uno strumento molto utile soprattutto se gli invitati risiedono in varie parti del mondo e distanti tra loro, in quanto attraverso questo sito possono reperire tutte le informazioni utili sulle nozze, dalle indicazioni stradali della location ai sitting della tavola.

Le destinazioni più richieste dagli stranieri, come riporta la stessa nell'intervista, sono principalmente Roma, Venezia e la zona del Chianti in Toscana: i luoghi più famosi nel mondo e che rappresentano la bellezza italiana.

²⁵ Elle è una rivista francese fondata da Pierre Lazareff e dalla moglie Hélène Gordon-Lazareff nel 1945. Parla di moda, bellezza, salute e intrattenimento femminile. Il titolo, in francese, significa “Lei”.

Una qualità particolare di questa agenzia, poi, è la sua internazionalità che permette la celebrazione di matrimoni di vario tipo: dalla cerimonia cattolica a quella ortodossa, dall'ebraica alla protestante.

Sono molte le coppie VIP che si sono rivolte a questa agenzia per l'organizzazione del loro matrimonio proprio qui in Italia.

ECOPLANNER E GLI “EVENTI SOSTENIBILI”

Per concludere questa presentazione dei Wedding Planners più significativi e particolari, non può mancare quello che più si lega alla finalità di questa tesi: la progettazione di eventi eco sostenibili.

Non sono molte le agenzie che in Italia si occupano di questo tema anche se sono in aumento dal 2022 e, spesso e purtroppo, la sostenibilità viene associata a qualcosa di povero e di scarso valore, per cui l'abbinamento ad un evento elegante quale il matrimonio crea spesso scalpore. Una delle agenzie che meglio rispecchiano invece la possibilità di unione tra sostenibilità e eleganza è Eco planner.

Eco planner non è un'agenzia focalizzata sui matrimoni, ma sugli eventi in generale, che ruotano tutti intorno ad un tema fondamentale per la loro mission aziendale: il Green Life Style. Tra le particolarità dei suoi servizi eco-sostenibili troviamo eventi in location non convenzionali o immerse nel verde quali serre, spazi industriali e agriturismi ecologici e catering biologici e a km zero.

La mission è infatti quella di realizzare un evento sostenibile salvaguardando la biodiversità, evitando sprechi di acqua, rispettando l'aria che respiriamo senza inquinarla ed ancora

proteggendo le risorse del suolo, riusando, riciclando e minimizzando l'impatto ambientale.

Tra i maggiori progetti svolti nell'ambito della sostenibilità troviamo il Concerto per la Terra, al quale hanno partecipato vari artisti noti italiani come Fabrizio Frizzi, Ron, e il vincitore di Amici di Maria De Filippi Sergio Sylvestre. Questa partecipazione ha sicuramente contribuito in maniera positiva alla diffusione del concetto di sostenibilità promossa dall' Earth Day.

SCHEMA RIASSUNTIVO

I WEDDING PLANNERS ITALIANI SPECIALIZZATI



GARINI IMMAGINA

- Architetto e designer di eventi
- Sedi in varie città italiane
- l'arte di vivere: la componente artistica unita alle emozioni



REGENCY

- Sede in S. Marino
- Specializzata in eventi di lusso e matrimoni VIP
- Prestigio e sfarzo



ENZO MICCIO

- Uno dei primi professionisti
- Fashion designer, Wedding Planner e Designer Abiti da sposa
- Eventi a tema, emozioni e moda



WHITE EMOTIONS

- Gestito dalla WP Alessia Santa
- Specializzato in coppie straniere in Italia
- Internazionalità e matrimoni di vario genere, cattolico, ortodosso, protestante o ebraico



MARIA MACCHIARELLA

- Amore per la sua terra di origine
- Specializzata nel territorio Siciliano
- Special destinations nei luoghi più belli della Sicilia



ECOPLANNER

- Green Life Style
- Eventi Eco sostenibili

ECOPLANNER

- Sede a **Roma**
- Designers di eventi di vario genere: **matrimonio green**, feste ed eventi originali, eventi aziendali sostenibili
- Mission aziendale: **salvaguardare la biodiversità** annullando gli sprechi
- Locations eco-sostenibili non convenzionali, **riuso spazi abbandonati**, catering a km 0

2.7 CASI STUDIO SIGNIFICATIVI

In conclusione a questo capitolo dedicato interamente alla figura professionale del Wedding Planner, nonché organizzatore di matrimoni, ci proponiamo di presentare alcuni casi studio di matrimoni celebri e non, selezionati sulla base di particolari caratteristiche positive o negative, al fine di indagare le scelte più significative operate da coloro che vengono scelti come maggiori esperti del settore.

Si vuole inoltre porre particolare attenzione alle caratteristiche di sostenibilità, presenti o assenti nei matrimoni selezionati, con lo scopo di comprendere al meglio lo scenario cui ci si riferisce in questa sede.

2.7.1 CHIARA FERRAGNI E FEDEZ

Quello che è stato definito il matrimonio più "social" d'Italia, celebrato il 1 settembre 2018 a Noto (Siracusa, Sicilia) seguito da 20 milioni di follower, tra il cantante rapper Fedez e l'influencer-imprenditrice Chiara Ferragni ha richiesto un'organizzazione speciale che ha coinvolto un esercito di professionisti del settore ma anche la coppia stessa è stata molto coinvolta in tutti i preparativi dell'evento. L'elemento originale che ha permesso a questo matrimonio di entrare nella storia è non soltanto la stravaganza dell'evento ma soprattutto la comunicazione dello stesso. Esso è stato condiviso sui social sin dai primi preparativi, fino ad arrivare al giorno stesso, permettendo a follower da tutto il mondo di partecipare alla loro festa senza doversi spostare da casa propria.

Dal punto di vista dei dettagli, un matrimonio con questa visibilità non poteva lasciare nulla al caso, la coppia ha



Img 37. La scelta di allestire un luna park per celebrare l'evento

cercato di rendere questo evento il più unico possibile per certi aspetti dimenticando la sostenibilità.

La coppia si è rivolta alla wedding planner Alessandra Grillo, che aveva precedentemente organizzato il party per il 30esimo compleanno di Chiara Ferragni. Questa professionista ha studiato Psicologia a Milano e poi ha iniziato a lavorare nel mondo del marketing organizzando alcuni eventi di rilievo. Ha collaborato con molti brand fashion tra cui Cesare Paciotti, Dolce e Gabbana, Versace e Giorgio Armani.

Per quanto riguarda il budget la cifra reale non è mai trapelata ma si stima che il matrimonio Ferragnez sia costato circa 20 milioni di euro. Questo prezzo include il costo per la sicurezza necessaria per tutelare il luogo e gli ospiti durante le nozze.

Dopo questa breve descrizione iniziale passiamo ora a un'analisi dettagliata dei singoli elementi principali dell'evento, che può essere ritrovata in modo più schematico nella scheda analitica posta a fine capitolo.

LE PARTECIPAZIONI

In questa sezione non vorremmo soffermarci sul tipo di invito in forma cartacea che è stato utilizzato dalla coppia (un biglietto popup con le sagome degli sposi, palme e fuochi d'artificio a preannunciare lo stile dell'evento), ma è interessante osservare come, nonostante la popolarità dei protagonisti, Chiara e Federico abbiano deciso di invitare solo 150 persone alla cerimonia. Questo numero è completamente coerente con la media italiana dei matrimoni comuni. Questo, in ottica green, ha permesso una quantità di emissioni di CO2 proporzionata al numero "ridotto" di invitati rispetto a quanto immaginato basandosi sulla loro notorietà garantendo anche un minor spreco di cibo.

LOCATION e SPOSTAMENTI

Tutto l'evento è stato organizzato in Sicilia a Noto, dal 2002 Patrimonio dell'Umanità Unesco ed è durato 3 giorni come da ispirazione del festival Californiano Coachella (di cui parleremo poco dopo). Durante il primo giorno si è tenuto un Welcome Party a Palazzo Nicolaci. Nei giorni successivi, la cerimonia si è tenuta nella sede del Palazzo Comunale di Noto e il ricevimento si è svolto a Dimora delle Balze, luogo avvolto dalla natura siciliana e protetto da una politica di conservazione aperta alla modernità. Tutti i luoghi sono distanti pochi km uno dall'altro e questo ha permesso un uso ridotto dei trasporti. Tutti gli invitati sono stati trasportati dalla Lombardia alla Sicilia con un aereo Alitalia riservato per l'occasione che seppure è uno dei mezzi più inquinanti per l'ambiente ha avuto la funzione di trasportare in un unico viaggio 150 persone analogamente ai matrimoni comuni in cui al posto dell'aereo gli sposi noleggiavano un bus.

L'ALLESTIMENTO FLOREALE

Il matrimonio in questione è ispirato al festival Coachella, un evento musicale in stile hippie che si svolge ogni anno in America e dura tre giorni. A contornare la cerimonia archi di rose bianche, per il ricevimento invece il flower designer ha optato per una mescolanza di alberi già presenti (addobbati), piante in vaso e luci led. La location Dimora delle Balze scelta per l'occasione si è trasformata in un parco divertimenti con installazioni a tema come per esempio una ruota panoramica o una giostra carosello. Questo genere di allestimento può essere visto in ottica green grazie al noleggio delle installazioni che per questo motivo vengono usate e riusate nel tempo, non destinate soltanto a questo evento. Inoltre creare atmosfera con le luci del Luna Park e la struttura creata con le lucine led (caverna di luci) sotto cui gli ospiti hanno cenato ha permesso di non esagerare con



Img 38. L'abito disegnato appositamente da Dior Haute Couture

l'allestimento floreale almeno per la parte che riguarda il ricevimento.

BANCHETTO

Il menù scelto per il ricevimento era completamente a base di prodotti a km0 e tipici della Sicilia come per esempio Ravioli di ricotta ragusana con lamelle di melanzane fritte e basilico ed anche il pescato del giorno servito come secondo.

BOMBONIERE

Durante la festa nel Luna Park creato appositamente venivano regalati gadget quali pupazzi raffiguranti gli sposi, tazze personalizzate ed espadrillas con le iniziali di Federico e Chiara. Questi gadget hanno sostituito le bomboniere risultando utili anche post-evento e divertenti.

ABITI

Gli abiti degli sposi sono stati realizzati appositamente per loro non soddisfacendo pienamente i requisiti di sostenibilità enunciati fino a qui ma alcuni aspetti possono essere visti positivamente tra cui affidarsi ad artigiani dell'alta moda. Il secondo abito di Chiara, inoltre, ha permesso il riutilizzo dello stesso durante la festa potendosi trasformare da abito lungo ad abito corto e pratico semplicemente cambiando la gonna. Anche il primo abito potrebbe essere parzialmente riutilizzato in futuro poiché costituito da una jumpsuit di pizzo abbinato ad una gonna in tulle. Le sei damigelle avevano abiti ecosostenibili di Alberta Ferretti in collaborazione con Eco-Age (agenzia di consulenza che supporta i brand internazionali nel percorso verso etica e sostenibilità).

ANELLI

I due sposi hanno scelto fedi della tradizione del brand Pomellato (di cui la sposa è testimonial), a fascia alta (Mantovana) in oro rosa e coperte di diamanti con i loro nomi incisi all'interno. Non propriamente una scelta sostenibile.

LISTA NOZZE

Come abbiamo visto in precedenza avere una lista nozze è già di per sé sostenibile perché permette di evitare sprechi e oggetti inutili o doppiati. I Ferragnez hanno scelto di aprire una lista nozze solidale su GoFundMe.com (piattaforma online di raccolta fondi per sogni e necessità) per aiutare in concreto uno o più fan che avevano raccontato la propria esigenza scrivendo una mail precedentemente creata ad hoc.

CONSIDERAZIONI FINALI

In conclusione dunque, possiamo affermare che anche un evento di questa portata può essere attento ai temi finora trattati e che nonostante in questo caso specifico si sarebbe potuto fare di più gli elementi raccolti hanno comunque soddisfatto i requisiti di sostenibilità enunciati senza rinunciare ad eleganza, raffinatezza e soprattutto originalità.



Img 39. Fedi Pomellato in oro rosa e diamanti, scelta non sostenibile

SCHEMA RIASSUNTIVO

CASI STUDIO MATRIMONI SIGNIFICATIVI

CHIARA FERRAGNI & FEDEZ

1 SETTEMBRE 2018 - NOTO (SICILIA)



Inviti

- ✓ 150 persone, numero ridotto per la loro popolarità
- ✓ Evento social seguito online da tutto il mondo
- ✗ Inviti pop-up cartacei



Fiori

- ✓ Piante in vaso
- ✓ Allestimento di accompagnamento con led
- ✗ Archi di rose recise



Location

- ✓ Palazzo Nicolaci Dimora delle Balze
- ✓ Inseriti nel contesto del luogo
- ✓ Locations molto vicine tra loro
- ✓ Allestimento Luna Park a noleggio



Trasporti

- ✓ Tutti gli ospiti in un unico viaggio
- ✗ Aereo Alitalia Privato



Banchetto

- ✓ Menu a base di piatti tradizionali e a km 0



Spesa

20 Milioni di Euro

- ✗ 2 vestiti diversi
- ✓ Riutilizzabili parzialmente
- ✓ Abiti damigelle ecosostenibili



Abito sposa

- ✗ Fedi tradizionali nuove
- ✗ Coperte di diamanti



Anelli

- ✓ Lista nozze solidale su Gofound.me per sostenere le necessità reali di qualche fan



Lista nozze

- ✓ Gadget utili, a tema, rappresentativi degli sposi



Bomboniere



Dimostrazione di come la sostenibilità non pregiudichi l'originalità e unicità di un matrimonio

2.7.2 MATRIMONI CERTIFICATI “SOSTENIBILI” NEL 2022 IN ITALIA

I due casi studio che seguono sono stati scelti per essere stati i primi due matrimoni certificati come sostenibili in Italia nel 2022. Ci auguriamo che possano entrare a far parte della nuova tendenza in tema wedding e che possano essere solo i primi di una lunga serie.

Il primo che presentiamo, inoltre, è anche esempio di Destination Wedding di cui abbiamo parlato nelle pagine precedenti.

ELBA WEDDING STILE

Il 25 Giugno 2022 è stato celebrato nelle Miniere Calamita a Capoliveri (Livorno, Isola d'Elba) il primo matrimonio Sostenibile con una certificazione riconosciuta. Giulia e Luc da Losanna in Svizzera hanno scelto il progetto nuziale sostenibile di Silvia Sottocasa, Wedding Planner e Designer, partendo dalla cerimonia religiosa protestante sul mare per poi fare il ricevimento nell'antica officina, ora museo, delle miniere situata in una pineta suggestiva nel promontorio di Calamita. In questo caso è stata la Wedding Planner a contattare Audit People per la certificazione. A conclusione delle fasi di progetto, il team di Audit ha così emesso il certificato di Matrimonio Sostenibile. Il certificato è stato presentato dalla Wedding Planner agli ospiti e agli sposi, nel corso dell'evento. Al termine dei lavori è stato anche consegnato alla WP il report di verifica della conformità.

INVITI

In formato elettronico.



Img 40. Gli sposi di Elba Wedding Style ai cantieri delle miniere del Vallone (Capoliveri)

LOCATION

Tutto l'evento è ambientato sulle colline di Capoliveri, quelle che si affacciano sul mare per la cerimonia protestante e quelle delle miniere di Ematite, la Limonite e Pirite per il ricevimento. Location storica riutilizzata e inserita naturalmente nel contesto circostante.

ALLESTIMENTO FLOREALE

La flower designer Angela Giusti ha impreziosito la sala del ricevimento di nozze dei due sposi svizzeri con piante autoctone dell'isola e mirto in fiore, intrecciati a fili di ferro. La mise en place è stata plastic free, utilizzando vetro, acciaio, cotone, per la sostenibilità ecologica.

BANCHETTO

Il menù è stato a base di ricette e prodotti dell'isola. Un percorso sensoriale ideato dall'emotion chef Michele Nardi che ha inserito la sburrata di baccalà dei minatori elbani, lo stoccafisso in umido con le patate e la panzanella con i profumi dell'orto, abbinati ai vini dell'isola. Per cominciare, la chocolatier Paola Bertani, medaglia d'oro 2021 al Campionato del mondo di cioccolato, propose due delle praline del nuovo progetto di Veronica Brandi "Vivi l'Elba con gusto": la "pralina delle miniere" dal cuore di pan ficato e la "pralina del relitto" con cioccolato e acqua di mare. Per i cocktail della festa gli sposi si sono affidati alle proposte del barman Diego Bonifacio, a base di Helba gin, il gin con essenze dell'isola (ginepro, mirto, nepitella, finocchietto selvatico).

TRASPORTI

Per muoversi sull'isola gli ospiti hanno tutti utilizzato un bus elettrico messo a disposizione dagli sposi per ridurre

l'impatto di CO2.

ANELLI

Gli sposi hanno scelto anelli impreziositi dalla pirite, pietra elbana per eccellenza.

PROGETTO CARBON OFFSET MOBILITÀ

In questo secondo caso è stata la sposa a contattare Audit People per certificare un progetto di Carbon Offset relativo agli spostamenti degli invitati al proprio matrimonio, circa 110 persone.

Attraverso un questionario per raccogliere informazioni come numero degli invitati, mezzi di trasporto utilizzati e distanza media percorsa, sono state quantificate le tonnellate di CO2. Successivamente al calcolo Audit le ha proposto un'azione di compensazione della CO2 (Gas ad effetto serra) emessa dagli spostamenti degli invitati: il progetto è stato destinato a sostenere la crescita di un Faggio dell'area del Bosco di Rincine, nelle Colline toscane. Con l'adozione del Faggio si è sostenuto il gestore che ogni giorno si prende cura degli alberi adulti di quella foresta, aiutandone la protezione e la conservazione.

CONSIDERAZIONI FINALI

Il matrimonio sostenibile in Italia non sembra essere una tendenza passeggera. Un matrimonio green non è solo fine a se stesso, esso contribuisce a diffondere consapevolezza riguardo alle sfide ambientali anche agli ospiti che potranno farle loro nella vita di tutti i giorni. Attraverso una giusta comunicazione con gli invitati è possibile invitarli a partecipare attivamente. Anche documentare e condividere (per esempio sui social) i preparativi e l'evento permette di raggiungere altri sposi.

SCHEMA RIASSUNTIVO

CASI STUDIO MATRIMONI SIGNIFICATIVI

MATRIMONI CERTIFICATI SOSTENIBILI IN ITALIA 2022 - TOSCANA

ELBA WEDDING STYLE - DALLA SVIZZERA



Inviti

- ✓ In formato elettronico



Fiori

- ✓ Piante autoctone
- ✓ Mirto in fiore
- ✓ Allestimento di accompagnamento con vetro e fil di ferro



Location

- ✓ Due location molto vicine tra loro a Capoliveri, Isola d'Elba
- ✓ Completamente inserite nel contesto



Anelli

- ✓ Anelli impreziositi da pirite, pietra del luogo



Trasporti

- ✓ Tutti gli ospiti in un unico viaggio
- ✓ Bus elettrico a noleggio



Banchetto

- ✓ Menu a base di piatti tradizionali e a km 0



Esempio di Destination Wedding, che supporta l'economia locale sia con l'evento stesso, sia attraverso la pubblicità

PROGETTO CARBON OFFSET MOBILITA'

- ✗ Spostamento 110 invitati
Questionario di raccolta dati: numero invitati, mezzi utilizzati, distanza percorsa
- ✓ Calcolo di CO2 prodotta
- ✓ Compensazione della CO2 attraverso il contributo per la crescita di un Faggio dell'area del Bosco di Rincine

CO₂



Primi due eventi ad essere certificati da Audit People

A conclusione dell'intero capitolo, poi, è interessante notare come gli eventi organizzati con l'aiuto di un Wedding Planner possano essere vari e più disparati. Da una parte abbiamo visto come una delle coppie più famose e abbienti d'Italia, abbia coniugato originalità ed elementi sostenibili ma allo stesso tempo eleganti. Dall'altro lato assistiamo invece ad eventi meno famosi e più economici ma altrettanto, se non maggiormente, sostenibili che hanno lasciato un segno nella storia del Wedding Planning Italiano.

È possibile quindi concludere affermando che nell'organizzazione di un matrimonio è sì importante il contributo dell'organizzatore, ma che in primo luogo sono le decisioni e le scelte degli stessi sposi a fare la differenza tra un evento e l'altro. Il cliente deve infatti essere sempre libero di decidere le soluzioni che più si addicono alla sua personalità e al suo stile di vita.



Img 41. I centro tavola - bomboniera da portare a casa

3

PROPOSTA
AGENZIA SMART
WEDDING

3

PROPOSTA AGENZIA SMART WEDDING

Attraverso l'analisi dello scenario relativo al matrimonio in generale e, successivamente, più nello specifico al wedding planning, sono stati indagati alcuni elementi utili al fine di questa sede.

Ripercorrendo la storia di questo rito, a partire dalle origini nell'Antica Roma per arrivare sino ai giorni nostri, si è compreso come il matrimonio, inteso come unione di due persone ai fini di formare una famiglia, abbia origini antichissime e come questa usanza sia rimasta quasi completamente invariata attraverso i secoli.

Focalizzando poi l'attenzione su quegli elementi che, in un modo o nell'altro, contribuiscono alla realizzazione di questo evento, sono stati identificati quelli che risultano essere necessari e, per definizione, non possono mancare, ma anche tutti quelli a cui si può rinunciare in modo da risparmiare ma, allo stesso tempo, non negare la riuscita dell'evento stesso. Questa ricerca è stata ampliata anche ad altre culture, in modo da indagare quali usanze siano presenti in tutti i paesi e quali invece sono prettamente italiane.

Per ogni elemento è quindi stata svolta un'analisi critica dei punti di debolezza, sia dal punto di vista della sostenibilità, non solo ambientale ma anche economica, sia da quello dello sviluppo della cerimonia (per esempio i fotografi



Img 42. Biglietto da visita dell'agenzia che si vuole proporre, con logotipo

invasivi che non permettono agli sposi di godersi il loro grande giorno). In questo modo sono stati identificati tutti gli elementi critici per i quali è necessario trovare una soluzione attraverso il nostro progetto.

Il focus è passato dunque sul settore del “green wedding”, inteso come realizzazione di eventi che, per un particolare atteggiamento o le materie prime utilizzate, possono essere considerati eco sostenibili. Da questa analisi sono emersi alcuni elementi interessanti negli esempi che sono stati selezionati e riportati, quali per esempio il confezionamento di abiti equo-solidali di SHIBUSE, o la volontà di ridurre gli sprechi di cibo consegnandolo ad associazioni benefiche o persone che ne hanno bisogno, come fa Avanzi del Popolo 2.0. Ciò che emerso come punto di debolezza di questo settore, invece, è la scarsità di agenzie, soprattutto in Piemonte, che uniscano tutti i vari tipi di atteggiamenti eco-sostenibili, per dare all’utenza un servizio completo, sostenibile dalla A alla Z.

Attraverso l’analisi del mercato dei matrimoni e grazie alla distribuzione del questionario esplorativo, sono poi emersi dei dati particolarmente importanti relativi a questo tipo di business. Un elemento importante, per esempio, è la volontà di spendere poco per il matrimonio dal momento che ci troviamo in una situazione economica nazionale particolarmente tesa. Questo problema ha infatti causato una netta riduzione dei matrimoni celebrati ogni anno in Italia, portando ad un numero sempre minore di famiglie e, di conseguenza, ad una diminuzione delle nascite. Questo è sembrato dunque un terreno fertile per la progettazione di un nuovo tipo di servizio che permetta ai giovani di realizzare l’evento dei loro sogni pur mantenendo un budget relativamente basso.

A seguito di questa analisi più teorica, si è passati ad una più pratica dal punto di vista della progettazione di eventi, con l'esplorazione del settore del wedding Planning, facendo riferimento alla situazione italiana ma non mancando di riferimenti alle origini statunitensi di questa professione.

Gli elementi più interessanti emersi da questa seconda analisi possono essere riassunti nell'individuazione di coloro che oggi si rivolgono ai wedding planners, tra cui troviamo le coppie di giovani in carriera che, a causa del lavoro stressante non trovano il tempo necessario alla progettazione di un evento di questo genere, e, non ultimi, i giovani che ricercano un evento originale ma che hanno un basso budget a disposizione.

Fondamentali dal punto di vista della comprensione e dell'applicazione di questo settore sono stati i casi studio di wedding planners italiani specializzati in sezioni diverse, e, soprattutto, l'analisi dei matrimoni selezionati dei quali sono stati indagati i punti di forza e debolezza.

In conclusione, dunque, sono molti i problemi legati all'ampio tema del matrimonio, in particolar modo dal punto di vista della sostenibilità ambientale ed economica; ed è da questo che è nata la nostra idea.



Img 43. Alla base di questo progetto c'è un'idea creativa, rappresentata simbolicamente dalla lampadina

3.1 L'IDEA

L'obiettivo è offrire un servizio personalizzato di progettazione di un matrimonio "intelligente", sia dal punto di vista ambientale, sia da quello economico. Il termine "SMART", scelto per indicare questo tipo di servizio ha un duplice significato, così come il termine stesso inglese: questo assume significato di intelligente, ma, allo stesso tempo, può significare anche "elegante". Questa è una considerazione fondamentale in questa sede in quanto si vuole dimostrare che la sostenibilità, contrariamente a quanto spesso si crede, non pregiudica necessariamente l'eleganza di un evento o di un prodotto.

In questo tipo di progettazione il cliente viene messo al centro, non solo per quanto riguarda una attenta e dettagliata fase di briefing durante il quale il Wedding Planner indaga le necessità ed esigenze degli sposi, ma anche durante la fase vera e propria di progettazione, alla quale gli sposi sono tenuti a partecipare attivamente insieme al professionista per la realizzazione dell'evento che meglio li rappresenta.

Ma come agisce quindi questa agenzia?

Viene fornito al cliente un "menu" di elementi (quelli indagati nello scenario) combinabili a scelta in base alle proprie preferenze o necessità. Tale scelta può avvenire sulla base del budget stabilito o dell'importanza che la coppia di sposi attribuisce agli stessi elementi. Al fine di facilitare la scelta degli sposi e di garantire loro una buona riuscita dell'evento, è stato stilato un grafico che mostra gli elementi in base al valore che acquistano all'interno dell'evento, e che vanno dunque da quelli necessari, e che quindi non possono

manca (come per esempio l'abito degli sposi, le fedi ed il contratto vero e proprio), a quelli cui si può facilmente rinunciare per ridurre il costo complessivo del matrimonio.

Offerta Chiesa/Comune	Fedi nuziali	Abito sposa	Abito sposo	Bouquet	Banchetto nuziale	Calzature sposa	Calzature sposo	Accessori sposo	Torta nuziale	Cuscino portafedi	Fotografie e video	Musica/intrattenimento	Fiori ricevimento	Fiori auto sposi	Fiori Chiesa	Fiori Municipio	Pranzo	Cena	Viaggio di nozze	Acconciature e trucco	Velo	Lingerie sposa	Lancio del riso	Bomboniere	Stampati	Noleggio auto	Paggetti	Noleggio bus-navetta
-----------------------	--------------	-------------	-------------	---------	-------------------	-----------------	-----------------	-----------------	---------------	-------------------	--------------------	------------------------	-------------------	------------------	--------------	-----------------	--------	------	------------------	-----------------------	------	----------------	-----------------	------------	----------	---------------	----------	----------------------

Elementi irrinunciabili

Elementi a cui si può rinunciare

Nel menu degli elementi combinabili che riportiamo nella pagina a lato, è possibile osservare anche quanto pesa ciascun elemento, attraverso la sua spesa, sul costo del matrimonio, in modo tale da supportare gli sposi nella scelta degli elementi anche in base al prezzo.

In questo modo è infatti possibile includere gli elementi che costano poco ma che, allo stesso tempo, aggiungono un alto valore all'evento.

Gli elementi in azzurro sono quelli considerati irrinunciabili, quelli in verde possono essere invece aggiunti a piacimento sulla base delle esigenze degli sposi.

Si ricorda inoltre che per ogni elemento citato l'agenzia cerca soluzioni originali in un'ottica sostenibile, in modo da risolvere le criticità emerse dall'analisi dello scenario.

IL "MENU" DELL'EVENTO: GLI ELEMENTI COMBINABILI



3.2 COSA OFFRE

L'agenzia fornisce, come anticipato, un insieme di possibili soluzioni green per ogni elemento che solitamente presenta criticità dal punto di vista della sostenibilità. Il cliente, poi, può scegliere insieme al Wedding Planner la soluzione che preferisce o che meglio si adatta alle sue esigenze, tra quelle proposte.

Il fine è quello di progettare e realizzare il matrimonio che meglio rispecchi le attitudini e le necessità degli sposi, non perdendo di vista però il tema della sostenibilità.

Di seguito si presentano tutte le alternative green che l'agenzia propone al cliente e che poi, come anticipato, verranno selezionate facendo combaciare le esigenze del cliente a quelle dell'ambiente, creando un evento originale e sostenibile.

POSSIBILI SOLUZIONI GREEN

FEDI ETICHE, IL MATRIMONIO TRA I GIOIELLI E LA SOSTENIBILITÀ

Per celebrare il giorno più importante Ethical Jewels propone una collezione di fedè etiche in **oro etico**, **argento fairmined** o un'innovativa combinazione di questi due metalli.



L'unica gioielleria in Italia che propone gioielli etici ed ecosostenibili. Oro, diamanti e argento estratti rispettando la natura e le persone. È presente un rivenditore a Torino

PERCHÈ È SOSTENIBILE?



Questi **metalli etici** arrivano da realtà minerarie in condizioni di **sicurezza e di completo rispetto** per la persona, estraendo l'oro con **mezzi sostenibili** per l'ambiente. Tutte le cooperative minerarie fanno capo a **Alliance for Responsible Mining**, l'organizzazione che verifica il rispetto dei **crteri di equo-sostenibilità**.

PERCHÈ È SMART?



Questo progetto permette agli sposi di scegliere l'anello che più li rispecchia, senza rinunciare alla forma particolare o al diamante, contribuendo alla salvaguardia dell'ecosistema.

ALMA 150 €
Fairmined Silver



ALMA 470 €
Oro giallo Ethical



I CLASSICI

Per chi vuole rispecchiare la **tradizione**

EMANUELA 150 €
Fairmined Silver



EMANUELA 300 €
Oro giallo Ethical



I LEGGERI

In un'ottica di **riduzione**, sono più sottili e leggeri. Questo implica meno materiale e costi ridotti

OLINDA 500 €
Oro bianco Ethical



NODO 50 €
Argento riciclato



GLI ORIGINALI

Per chi cerca qualcosa fuori dal comune, dal punto di vista della forma, lavorazione, o materiale, lavorati artigianalmente e completamente personalizzabili

NODO 330 €
Oro bianco + Ethical Diamond



PURA 600 €
Oro bianco + Ethical Diamond



I BRILLANTI

Queste fedè contengono un **"Diamante Etico"**, proveniente da due miniere del Canada, completamente indipendenti dal commercio semi monopolistico mondiale

POSSIBILI SOLUZIONI GREEN

GLI ECOOUTFIT

Anche gli **abiti e gli accessori** degli sposi sono pensati per essere comodi, eleganti, originali e soprattutto 100% **eco-friendly, dalla testa ai piedi**.

ACCESSORI RIUTILIZZABILI O NO ACCESSORI

In un'ottica di riduzione, si preferisce **rinunciare agli elementi non necessari** o, in alternativa, scegliere qualcosa che possa **riutilizzare post evento**

RIUSO ABITI

Ove possibile, riutilizzare abiti di una persona cara o di un evento importante.

Un'alternativa invece è il riuso dell'abito post-evento, magari grazie ad un cambio colore

MATERIALI ECO-FRIENDLY

Le stoffe selezionate sono tutte di origine biologica e naturale, e non necessitano di trattamenti chimici invasivi o inquinanti. Proponiamo inoltre qualche alternativa originale

MAGLIERIA

Aziende artigianali producono abiti a maglia con filati e filiera certificati eco-sostenibili

WEDDING DRESS SHARING

La parola d'ordine è **condividere**, e oggi si può fare anche con l'abito da sposa. Questo consente di utilizzare un **abito come servizio**, evitando quindi l'acquisto e di conseguenza lo stoccaggio/smaltimento

TESSUTI SOLIDALI

Abiti ricavati da tessuti dal mondo:
- Abiti ricavati dal Sari, tessuto tipico del Bangladesh, prodotto da cooperative di donne locali
- Corpetti in Batik, stile africano, prodotto da donne ugandesi che cercano il riscatto post-guerra

PERCHÈ È SOSTENIBILE?

Tutti i **materiali** scelti sono eco-sostenibili in quanto di **origine e produzione completamente naturale**. Inoltre si cerca di **ridurre la produzione di rifiuti** scegliendo elementi riutilizzabili

PERCHÈ È SMART?

Si offrono abiti e accessori di ogni genere, in modo da **soddisfare le diverse esigenze** degli sposi. Tutte le strategie proposte inoltre rendono la **scelta molto ampia** ed adatta a diverse personalità o **necessità** anche economiche.

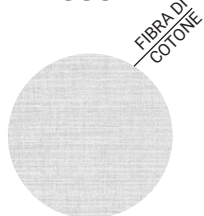


POSSIBILI SOLUZIONI GREEN

GLI ECOUTFIT: I MATERIALI

Rivolgendosi a qualche laboratorio artigiano di sartoria del territorio si può comporre l'abito a proprio gusto sia per la scelta dei materiali che per le forme che meglio ci si adattano. Le stoffe selezionate sono tutte di origine biologica e naturale, e non necessitano di trattamenti chimici invasivi o inquinanti. Proponiamo inoltre qualche alternativa originale.

I TESSUTI



GLI ALTRI MATERIALI GREEN



Es. **Carmen Garbarota**, realizza abiti con **carta, e/o altri materiali riciclati o naturali** come corteccia e corda



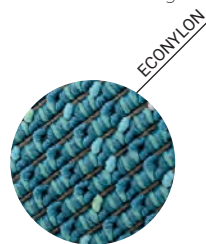
Es. **Franco Francesca**, creatore, del **primo abito nuziale** al mondo in **tessuto 100% Ingeo™**, un **polimero biodegradabile** derivante dal mais e da altri amidi vegetali



Es. **Biosughero**, azienda che lavora il sughero negli ambiti più svariati tra cui la moda. Realizza cravatte, scarpe, borse etc. con un materiale **sostenibile e riciclabile al 100%**



Orange Fiber, azienda italiana, realizza vari tipi di tessuti dagli scarti degli agrumi siciliani



Aquafill, azienda italiana, realizza un filato ricavato da nylon delle reti da pesca e tappeti esausti



Simil pelle realizzata con scarti dell'industria del vino

POSSIBILI SOLUZIONI GREEN

GLI ECOUTFIT: UN'UNICA TAGLIA PER UN VESTITO UNICO

Si vuole far fronte ad **uno dei maggiori problemi** degli abiti da sposa: le **diverse taglie** o, viceversa, il dispendioso lavoro manuale di **cucitura su misura**. Si vuole quindi ottenere un abito che **attraverso particolari accessori** si mostra **adatto a diverse corporature** e esigenze estetiche.



Parola d'ordine: **personalizzazione**. È possibile scegliere tra **diverse forme, scollari e maniche** grazie a pochi semplici tagli

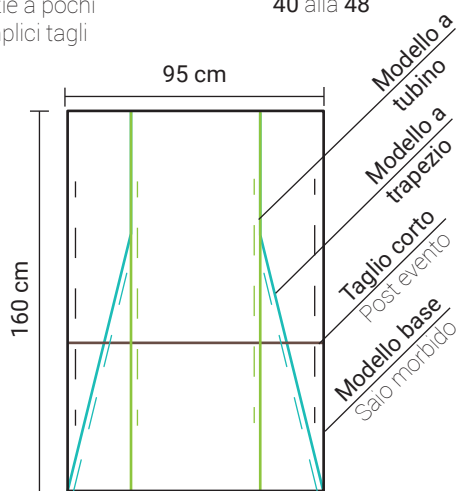


Questa struttura permette all'abito di adattarsi perfettamente a **tutte le taglie**, dalla 40 alla 48



È possibile **aggiungere** poi **decorazioni e applicazioni a piacere**, come fiori, cinture, fiocchi etc.

TAGLI E FORME



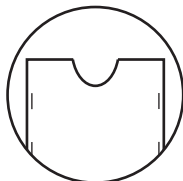
BASE

CORTO

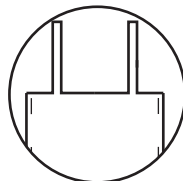
TUBINO

TRAPEZIO

SCOLLARI E MANICHE



Scollo largo e comodo, maniche ottenute dall'apertura laterale ed il tessuto in **eccesso** che scende morbido lungo i fianchi



Scollo dritto che permette **ampi movimenti** e **bretelle** che si legano dietro al collo per stabilire la larghezza adatta



Romantico **scollo a cuore**, abito **senza spalline**, sorretto dal nastro che scorre nel passante e si lega dietro la schiena

POSSIBILI SOLUZIONI GREEN

GLI ECOUTFIT: SCARPE E ACCESSORI

Anche per gli accessori si pensa a qualcosa di **riutilizzabile** o, se non necessario (per es. la cravatta) alla **rinuncia all'elemento**. In alternativa è possibile acquistare qualcosa di nuovo, ma senza perdere di vista i **materiali naturali**.

PER LORO



Comode e **riutilizzabili**

PER LEI



Comode, fresche, in materiale naturale e **tessute a mano**

PER LUI



Comode e riutilizzabili, materiale **innovativo**, originale e **ecosostenibile**

PER TUTTI



Eleganti, vegane ed **ecosostenibili**



Riutilizzabili, divertenti, materiale naturale. Adatti per **cerimonia outdoor**



Tradizionale ed originale allo stesso tempo. Prodotto 100% naturale



Originali e divertenti, **riutilizzabili**, materiale innovativo, originale e **ecosostenibile**



Riutilizzabile, prodotta da filiera **etica e certificata**

POSSIBILI SOLUZIONI GREEN

LA BELLEZZA NATURALE

Per quanto riguarda acconciatura e make up della sposa, la **naturalezza è al centro**. Per i capelli si preferiscono **pieghe naturali**, per il trucco **prodotti hand-made** e 100 % naturali.

Abolite le piastre o i giracapelli elettrici, a favore di forme **morbide e naturali**, che non consumano fonti energetiche e non rovinano i capelli

ACCONCIATURE MORBIDE



Trecce e **decorazioni floreali** per un look semplice ma elegante, 100 % naturale

PRODOTTI NATURALI E HAND-MADE



LUSH FRESH
HANDMADE
COSMETICS

Es. Lush, **prodotti naturali, handmade, biologici**, non testati sugli animali e con **packaging riciclabili o riutilizzabili**

Selezione di prodotti per il **make up completamente naturali e hand-made**, per salvaguardare l'ambiente e proteggere la pelle

PERCHÈ È SOSTENIBILE?



Si annullano i sistemi di **produzione nocivi ed inquinanti**, preferendo prodotti **naturali e handmade**. In questo modo anche il corpo ne trae benefici.

PERCHÈ È SMART?



L'eleganza non implica necessariamente l'utilizzo di prodotti elettronici o comunque prodotti in serie. Si vuole sottolineare l'**importanza del lavoro manuale** e incentivare a preservare la **bellezza naturale**.

POSSIBILI SOLUZIONI GREEN

LA BELLEZZA NATURALE: LE ACCONCIATURE

Le acconciature selezionate sono realizzate **senza l'utilizzo di strumenti elettronici** quali piastre o arriccia-capelli, e sono basate sulla mission: **naturale è meglio**. Si pensa di realizzare **coroncine e fiori** con la stessa **carta del bouquet** e degli ornamenti floreali, se si vogliono sostituire i fiori recisi.

I RACCOLTI

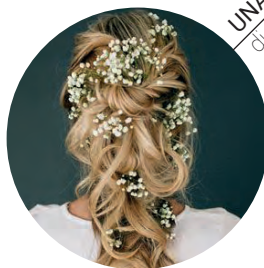
UNA TRECCIA
come corona



Una **treccia** decorata con **fiori freschi**, che richiama il mondo delle **divinità greche**

I SEMI RACCOLTI

UNA CASCATA
di campo



Una cascata di **fiorellini di campo** che prendono il posto dei classici **brillantini**

GLI SCIOLTI

CORONA FLOREALE
per una principessa green



Per una principessa tutta green, una magnifica **corona di fiori** si appoggia sui **capelli liberi**

LA MORBIDEZZA
del raccolto



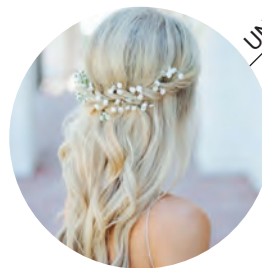
Uno **chignon delicato** che si contrappone alle **spine della rosa** che lo adorna

LA SEMPLICITÀ
dell'eleganza



Una **coda** semplicemente **accennata**, resa elegante dalle rose (anche **in carta**) che spiccano tra i capelli

UN ROMANTICO
intreccio



Una piccola **ciocca intrecciata** con i fiori di campo, così come **l'amore degli sposi** si intreccia alla natura

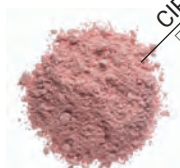
POSSIBILI SOLUZIONI GREEN

LA BELLEZZA NATURALE: I COSMETICI HANDMADE

Anche i prodotti utilizzati per il trucco sono **interamente di origine naturale**. I seguenti sono una selezione dei prodotti offerti da LUSH, la cui **mission** è molto vicina alla nostra.



PER LA PELLE



CIPRIA
Emotional
brilliance

Una cipria **finissima e semitrasparente**, con **olio di jojoba** per un risultato impeccabile



**PIGMENTO
CONCENTRATO**
Jackie Oates

Ideale per **uniformare e lenire le carnagioni** più chiare e delicate, effetto naturale



**OLIO DI
MANDORLE DOLCI**
Prunus dulcis

L'olio di mandorle per le sue **proprietà ammorbidenti su cute e capelli**. Idratanti e ricche di **vitamina E**

PER GLI OCCHI



MASCARA
Eyes right

Delicato e adatto anche agli **occhi più sensibili**, con l'effetto balsamo dell'infuso di erba



**OMBRETTO
CREMOSO**
Focus

Con **burro di cupuaçu** e oli **emollienti** che consentono al colore di tenere anche per **tutto il giorno**

GLI INGREDIENTI NATURALI



INFUSO DI PETALI
Rosa Damascena

Lenisce e tonifica delicatamente la pelle e il décolleté. Azione **lenitiva ed emolliente** sulla pelle

PER LE LABBRA



**ROSSETTO
LIQUIDO**
Ambition

Base **superidratante** ricca di **olio di jojoba** contro ogni problema di **labbra secche**



**ROSSETTO
LIQUIDO**
Charm

Base **superidratante** di **olio di jojoba**, **cera candelilla** e **cera di rosa** che si assorbe molto facilmente



**OLIO DI
JOJOBA**
biologico

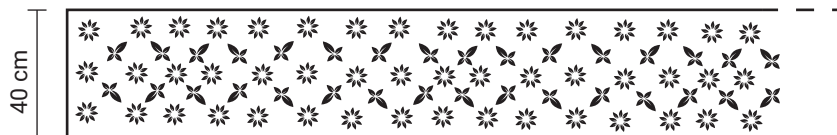
Idratante e **emolliente** per la pelle e il cuoio capelluto, per cui è un ingrediente **ideale per le labbra**

POSSIBILI SOLUZIONI GREEN

IL LATO POSITIVO DEL BOUQUET IN NEGATIVO

Il bouquet è prodotto interamente in **carta riciclata o handmade**, ma ciò che lo distingue è la riproduzione dei **fiori** non in positivo ma in negativo, che vengono quindi **intagliati nella carta**.

Le sagome dei fiori sono intagliate direttamente nella carta attraverso un **taglio laser**



I **petali** che vengono **rimossi** dalla carta non vengono gettati, ma possono essere **usati come coriandoli da lanciare** agli sposi al posto del riso



SVILUPPO E PATTERN

Il bouquet si ottiene **arrotolando il lungo foglio** di carta, formando pieghe a piacimento. A tal scopo è necessaria una grammatura bassa della carta



PERCHÈ È SOSTENIBILE?

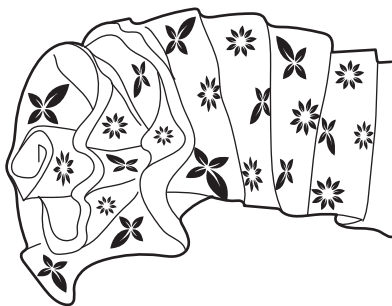


Non vengono utilizzati fiori recisi, che quindi appassiscono in pochi giorni annullando così anche tutti i problemi ad essi legati quali l'uso di pesticidi, il trasporto etc. Questo bouquet inoltre è eterno ed è realizzato interamente in materiale ecosostenibile perchè carta riciclata o handmade (non prevede l'abbattimento di alberi).

PERCHÈ È SMART?



Questo progetto sostituisce i fiori tradizionali con la loro idea ed immagine ed agisce per riduzione, ossia eliminando materiale invece di aggiungerne. I petali sottratti inoltre svolgono un'importante funzione al posto del riso.



ALTRI POSSIBILI PATTERNS

POSSIBILI SOLUZIONI GREEN

LE CARTE FREELIFE

L'azienda Fedrigoni tiene sotto controllo tutti gli **effetti dei processi produttivi sull'ecosistema**, dall'impiego di cellulose provenienti da **foreste gestite in modo sostenibile** alla riduzione dei consumi energetici e idrici, dalla diminuzione delle emissioni in atmosfera all'**utilizzo di materie prime riciclate**.



100 % RICICLATA

Carta prodotta interamente utilizzando **materie prime riciclate**. La sua ricetta conferisce un ottimo grado di liscio e garantisce delle migliorate performance di stampa, con zero sorprese e uno straordinario punto di bianco. In Fedrigoni ottimizzano il **reimpiego degli scarti di produzione interni**, a km 0.



Dimensioni disponibili
70x100

FIBRE DI COTONE

Fedrigoni utilizza materie prime amiche dell'ambiente, tra cui alcune **piante annuali che non intaccano il patrimonio forestale**. Tra questi il morbido cotone per Freelife Vellum e Freelife Mérida. Composizione: 55% di pura cellulosa certificata FSC®, il 40% di fibre post-consumer certificate FSC® e il 5% di fibre di cotone.



Dimensioni disponibili
70x100

FIBRE DI CANAPA

Fedrigoni utilizza materie prime amiche dell'ambiente, tra cui alcune **piante annuali che non intaccano il patrimonio forestale**. Tra questi la tenace Canapa per Freelife Kendo. Composizione: 55% di pura cellulosa certificata FSC®, il 40% di fibre post-consumer certificati FSC® e il 5% di fibre di canapa.



Dimensioni disponibili
70x100

POSSIBILI SOLUZIONI GREEN

LE DECORAZIONI FLOREALI E NON

L'idea dei fiori in negativo del bouquet viene ripresa ed evoluta per risolvere i problemi dei centro-tavola e delle decorazioni floreali più in generale. La maglia lavorata a mano insieme a barattoli di vetro riutilizzabili vanno a formare una lanterna luminosa che proietta i pattern nella sala. Questa lanterna è abbinabile a fiori di stoffa o lavorati a maglia.

PERCHÈ È SOSTENIBILE?

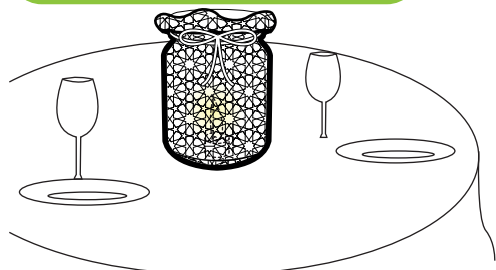


Non vengono utilizzati fiori recisi, che quindi appassiscono in pochi giorni annullando così anche tutti i problemi ad essi legati quali l'uso di pesticidi, il trasporto etc. Il centrotavola inoltre è realizzato interamente in materiale ecosostenibile perchè cotone da filiera certificata.

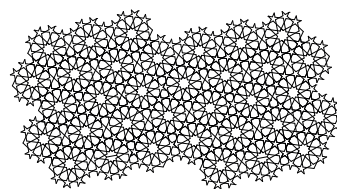
PERCHÈ È SMART?



Questo progetto sostituisce i fiori tradizionali con la loro **idea ed immagine** ed agisce per riduzione, ossia **eliminando materiale invece di aggiungerne**. Questo prodotto inoltre aiuta a creare un **atmosfera** incantata e romantica attraverso i **giochi di luce** proiettati.

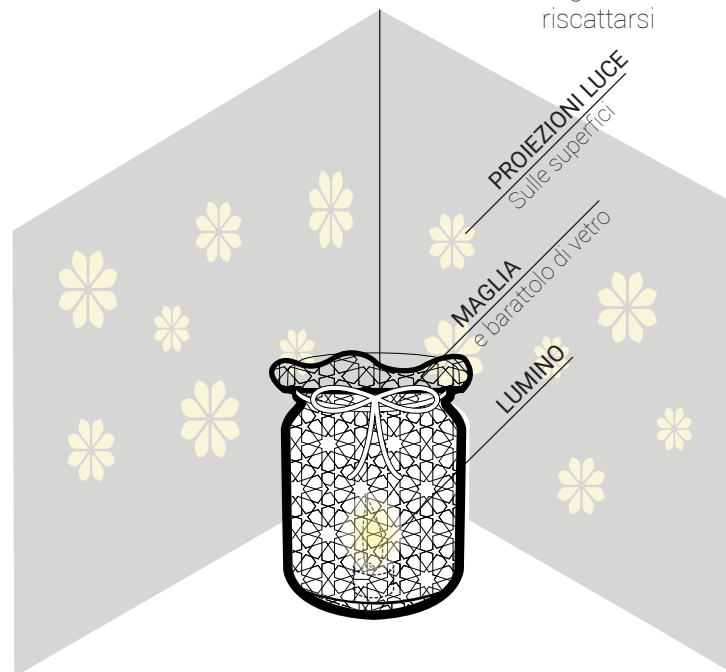


PRESENTAZIONE



SVILUPPO E PATTERN

La lavorazione della maglia può essere affidata ad associazioni benefiche del territorio a tutela delle donne che vogliono riscattarsi



COMPOSIZIONE E FUNZIONAMENTO

POSSIBILI SOLUZIONI GREEN

IL LANCIO DEL SORRISO

Il lancio del riso lascia il posto alle risate. Le soluzioni proposte cercano di **annullare i problemi di pulizia, danneggiamento dell'ambiente e degli animali, e dello spreco di cibo.**

NON SPORCANO



BOLLE
di sapone

Divertenti sia per i grandi che per i piccoli. Si **dissolvono** in cielo, **senza sporcare** il suolo

BIODEGRADABILI



FOGLIE
seccate, cadute

Colorate, rispettose del terreno

ANIMAL FRIENDLY



MIGLIO
Per uccellini

Al **contrario del riso**, che può provocare **danni all'apparato digerente** dei volatili, questa soluzione è totalmente animal friendly



PETALI
in carta riciclata

Sostituiscono il riso e i petali di fiori recisi, dando un secondo **valore alla carta riciclata**. È possibile utilizzare gli **scarti di taglio** dei fiori del bouquet e delle decorazioni



SCARTI
Da intaglio

PERCHÈ È SOSTENIBILE?



Si scelgono prodotti che **non arrecano danni all'ambiente e/o agli animali**. Non necessitano inoltre di pulire l'ambiente causando impegni al Comune

PERCHÈ È SMART?



Permette di **non rinunciare** al tradizionale lancio del riso **porta fortuna**, ma lo fa nel totale **rispetto della natura** e dell'ambiente, rendendo l'occasione ancora **più divertente**

POSSIBILI SOLUZIONI GREEN

GLI STAMPATI SENZA STAMPA

Si cercano di annullare i **problemi legati alla carta** e alla **stampa** quali il **disboscamento**, l'**inquinamento** dovuto agli inchiostri etc. Si preferisce inoltre **annullare i trasporti** e i **packaging in eccesso**.

NO PRINT



MENU QR CODE

Il menù è sempre accessibile e non richiede stampa

NO EXTRA PACKAGING



CARTOLINE
Luogo della cerimonia

Si alimentano l'**economia ed il turismo locale**, e si spediscono **senza bisogno di packaging** o buste

HANDMADE



CALLIGRAFIA

Soluzione economica e sostenibile, non **inquina** e **aggiunge valore** alle scritte

PERCHÈ È SOSTENIBILE?



Si annullano i problemi legati alla carta, **riutilizzando prodotti già stampati**, utilizzando la calligrafia, scegliendo **supporti innovativi** e, non ultimo, andando verso il digitale e l'annullo dei trasporti.

PERCHÈ È SMART?



Dà valore ad **oggetti spesso non considerati** e che sono **alla portata di tutti**. Inoltre rinnova il tradizionale invito con mille buste, sostituendolo con la **busta 2.0 della mail**.

RIUTILIZZO



LAVAGNETTE
Segnaposto, menu

Supporti **riutilizzabili**, sia come segnaposto che per il menu. Possono essere donati come **bomboniere**

DIGITALE



INTERNET
Mail e sito web

Le informazioni viaggiano **istantaneamente** e raggiungono **tutto il mondo** senza trasporti

POSSIBILI SOLUZIONI GREEN

LO SPOSTAMENTO SENZA INQUINAMENTO

Si scelgono soluzioni **ecologiche** che non abbiano **impatto** sull'ambiente, o che lo limitino **al minimo**. Le proposte sono le più svariate, per meglio adattarsi ad **ogni esigenza**.

NO TRASPORTO

LOCATION VICINE
Spostamenti a



Si preferisce una **location unica** (per rito e ricevimento) o due **ravvicinate** per spostamenti a **impatto 0**

BICICLETTA

BICICLETTA
Sia sposi che ospiti



I mezzi **senza motore** sono diversi e per ogni esigenza, dalle biciclette, ai riscio, alle barche a remi

ELETTRICO

MEZZI ELETTRICI
minibus o auto



È possibile affittare **flotte di mezzi elettrici o ecologici**, in modo da **limitare l'inquinamento** degli spostamenti

COLLETTIVO

PULMINI O CAR SHARING



I **mezzi collettivi** non solo limitano l'impatto dei trasporti, ma rendono la giornata ancora più divertente. Si può inoltre organizzare un **car sharing** per non avere posti vuoti

PERCHÈ È SOSTENIBILE?



Si **limita l'impatto** dovuto ai mezzi di trasporto, scegliendo trasporti ecologici o, dove possibile, eliminando lo spostamento stesso. Questo consente minore impatto sull'ambiente, ma **anche denaro e carburante**.

PERCHÈ È SMART?



Si **propongono soluzioni alternative ed originali** che sono difficili da trovare ad un matrimonio comune. Il tutto rende il **viaggio più divertente** oltre che sostenibile. Inoltre soddisfano esigenze di budget diverse.

POSSIBILI SOLUZIONI GREEN

PICCOLE PORZIONI PER UN GRAN BANCHETTO

Alla base di un **banchetto ecosostenibile** ci sono indubbiamente i **prodotti a km 0** e dunque **di stagione**. Si preferiscono inoltre le monoporzioni per **ridurre gli scarti**.

PERCHÈ È SOSTENIBILE?



Il menu è a base di **prodotti locali e di stagione**, annullando i **problemi dovuti allo spostamento** (costi ed inquinamento) e della **conservazione** (refrigerazione, conservanti o pesticidi). Si sostiene inoltre l'**economia locale**.

PERCHÈ È SMART?



Si offrono **menu diversificati** secondo le esigenze degli sposi e della stagione. Le **monoporzioni**, oltre ad essere più igieniche ed ecosostenibili **limitando gli scarti**, rappresentano uno stile più informale, giovane e divertente. Le soluzioni proposte sono inoltre **originali ed uniche**.

PRODOTTI A KM 0



Permette di avere un menu personalizzato di stagione, e di sostenere l'**economia locale**

Scegliere alimenti **prodotti localmente**, sia per quanto riguarda le verdure, sia la carne

Garantisce la **freschezza** e **annulla i problemi di inquinamento dovuti agli spostamenti** e ai conservanti chimici

MONOPORZIONI E FINGER FOOD



Le **monoporzioni** consentono di **ridurre gli sprechi** dovuti al cibo eccessivo

Il **finger food, contato**, si mangia appunto con le mani, **eliminando il problema delle stoviglie** e posate da lavare o smaltire

DOGGY BAG



Abbinabile a qualsiasi soluzione, permette di portare a casa gli avanzi

Realizzabile in qualsiasi location come servizio Catering (forno a legna o elettrico da street food)

Soddisfa tutti i palati e le intolleranze (es. vegano, senza glutine)

Pizze gourmet con ingredienti locali e di stagione

PIZZA PARTY



Giropizza servito a singole fette al tavolo su richiesta del commensale (richiede solo i gusti di suo gradimento)

Economico e originale

Contro lo spreco: si smette di cucinare quando gli ospiti sono sazi

POSSIBILI SOLUZIONI GREEN

LE SOLUZIONI ORIGINALI PER OGNI MOMENTO

Si sono pensate **soluzioni diversificate** in funzione del **budget** a disposizione e del **momento della giornata** in cui si celebra la cerimonia. Tutte le proposte seguono le **basi della sostenibilità** della slide precedente.

BRUNCH
Mattino



Unisce la **dolcezza** del buongiorno con brioches e cappuccino, al più **tradizionale pranzo**. Adatta a chi vuole aggiungere un tocco originale e fresco. < 5000 €

PRANZO
Mezzogiorno



Scelta più **classica e tradizionale**. Adatta a chi ha **molti invitati** e vuole godersi a pieno il suo grande giorno.

10'000 - 20'000 €

MERENDA
Pomeriggio



Novità assoluta per dare un **tocco fresco e frizzante** all'evento. Si può scegliere tra un **salato street food**, un più **rinfrescante gelato**, o uno **chic the inglese con pasticcini**. Adatta a chi ha un **budget ridotto**, ma non rinuncia a fare qualcosa di originale ed indimenticabile.

< 5000 €

COCKTAIL
Tramonto



Sorseggiare un delizioso **cocktail** realizzato **dagli sposi stessi** alle prime luci della sera, gustando qualche **salatino o finger food**. **Giovane e chic**. Adatta ad invitati giovani ma anche eleganti.

5000 - 10'000 €

CENA
Sera



Adatto a chi ha **molti invitati** ma non vuole rinunciare ad un pizzico di follia e **divertimento**. **Cena elegante** seguita da **balli** per accontentare giovani e anziani.

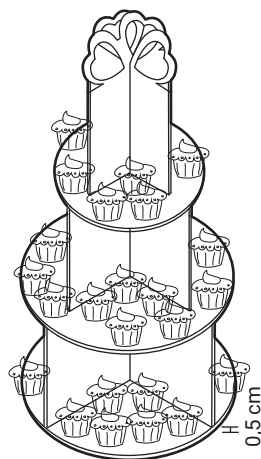
10'000 - 20'000 €

POSSIBILI SOLUZIONI GREEN

UNA PORZIONE, PIÙ PIANI

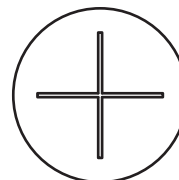
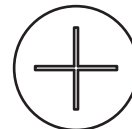
La torta a piani lascia il posto alle più **sostenibili monoporzioni**, ma rimane la sua sagoma per chi non vuole rinunciare alla **tradizionale torta a piani**.

La struttura può contenere circa **100 dolcetti**, ed è realizzata in materiale **FOREX** che permette il **lavaggio e riutilizzo**

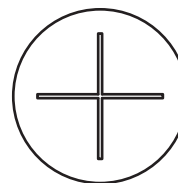


La sommità riproduce i **cuori del logo** dell'agenzia e rimanda ai **cuori degli sposi**, nel 3D invece riproduce i classici fiori **cake toppers**

50 cm



60 cm



PERCHÈ È SOSTENIBILE?

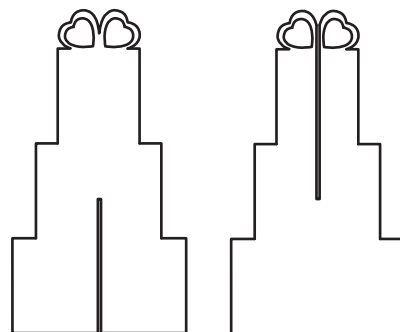


Le **mono-porzioni** aiutano a **ridurre gli sprechi**, essendo prodotte nel **quantitativo adatto** al numero di invitati. Le classiche torte a piani, infatti, sono costituite da molti kg di dolce (circa 50) che non vengono consumati. Inoltre la sagoma è lavabile e riutilizzabile.

PERCHÈ È SMART?



Questo progetto permette agli sposi di **non rinunciare alla tradizionale torta a piani** per le foto (la sagoma ed i piani la riproducono fedelmente), ma allo stesso tempo **risolve le criticità** relative alla sostenibilità.



ABACO DEI COMPONENTI

I ripiani fungono da base per l'**esposizione dei dolci mono-porzione**, e contribuiscono alla composizione della **"torta a piani"**

Viene fornita anche la **sagoma di un coltello** per gli sposi che non vogliono rinunciare al **"taglio della torta"** e ad un pizzico di **ironia**

POSSIBILI SOLUZIONI GREEN

ADDIO AL FOTOGRAFO, VIA AL SELFIEDDING!

Non c'è bisogno del fotografo, sono gli **sposi e gli invitati stessi a scattare** le fotografie nei momenti più emozionanti e divertenti della festa. Questo permette un **maggiore coinvolgimento** totale.



Il prezzo è nettamente inferiore all'ingaggio di un fotografo, e comprende il **noleggino e il rullino cartaceo (30 foto= 8€)**



Un elemento fondamentale è il tempo. Le macchine fotografiche devono **ruotare tra i vari invitati**, in modo da permettere a tutti di scattare le foto. Tempo stimato **1/2 ora a tavolo**



Nuova tecnologia chiamata **Zink, = zero inchiostro**. Non ci sono più cartucce o toner, solamente carta termosensibile



Sono fornite circa **5 fotocamere a stampa immediata** (Polaroid POGO) direttamente ai tavoli, il gioco è fare coinvolgere gli invitati e ritrarre i momenti più belli in modo naturale



Al termine dell'evento è possibile **consegnare ad ogni invitato una foto** con una dedica degli sposi, come bomboniera



PERCHÈ È SOSTENIBILE?



Si sceglie una **stampa di tipo ecologico**. Si tratta infatti di una **nuova tecnologia** chiamata **Zink**, ovvero **Zero Ink = zero inchiostro**. Non ci sono più cartucce o toner all'interno della stampante, ma il processo di stampa avviene grazie alla carta stessa. Nei fogli Zink sono presenti dei **cristalli di colore neutro** che possono **assumere successivamente diversi colori grazie al calore** emesso dalla stampante. Questo permette di ridurre i rifiuti di difficile smaltimento quali toner e cartucce.

Le macchine sono inoltre riutilizzabili essendo in Sharing. Permette di non comprare bomboniere inutili.

PERCHÈ È SMART?



Questa idea permette agli sposi di **godersi ogni momento** del loro grande giorno con amici e parenti, e non il fotografo. Permette inoltre di **risparmiare soldi**, stampe di album pesanti ed ingombranti, e funziona da **intrattenimento per tutti gli invitati**, seguendo la **nuova tendenza dei Selfie**.

POSSIBILI SOLUZIONI GREEN

MUSICA MAESTRO (E ALLIEVI)!

La **musica elettronica** e commerciale è **sostituita** dalla più emozionante ed unica **musica live**, prodotta da particolari **associazioni** (es. scuole di musica) o **cooperative sociali**.

LE SCUOLE DI MUSICA - BALLO

Più **emozionante** della musica registrata, soprattutto se è un **parente/invitato** degli sposi a far parte del gruppo



Il ricavato va alla scuola di musica per l'acquisto o la **manutenzione** delle strutture e attrezzature

PERCHÈ È SOSTENIBILE?



Si utilizzano **strumenti classici**, **senza amplificazione** (la maggiore causa di **inquinamento acustico** negli eventi), e si aiutano **cooperative o associazioni** che hanno bisogno di denaro, invece di alimentare le grandi case discografiche.



PERCHÈ È SMART?

Questa idea permette di avere un risultato **più emozionante ed unico**, attraverso musiche che non possono essere ripetute allo stesso modo, contribuendo ad aiutare alcune **realità locali** che hanno bisogno di fondi. Tutto senza rinunciare alla musica e al divertimento.

Allievi e maestri che si esibiscono in un concerto live, sotto forma di **saggio**

I PROFESSIONISTI CHE DEVOLVONO



Sono **professionisti** e offrono un vasto repertorio, il tutto per una giusta causa



Es. gruppo musicale di Milano che aiuta la **cooperativa sociale Graffiti**

Professionisti che **devolvono** una parte del ricavato a **cooperative sociali**

POSSIBILI SOLUZIONI GREEN

NO ALLA BOMBONIERA, SÌ AL RICORDO

La bomboniera **tradizionale si annulla**, andando a ricercare qualcosa di **utile** e che renda **vivo il ricordo** della giornata. Le soluzioni proposte rimandano a molte **categorie già analizzate**.

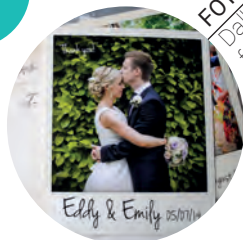


FOTO POLAROID
Dalla proposta
foto

Tra le **foto scattate durante tutto l'evento**, ogni invitato ne sceglie una da portare a casa con dedica degli sposi



TORTA IN BARATTOLO
Dalla proposta
torta

Essendo la torta limitata a monoporzioni, è possibile **ricrearla a casa** con gli ingredienti secchi forniti in barattolo con ricetta



PRODOTTI KM 0
Dal banchetto

È possibile dare agli invitati un prodotto a km 0 del **fornitore del banchetto**, dalle marmellate, alle piante aromatiche, al vino



COSMETICI HANDMADE
Dalla proposta
trucco

Presso i fornitori dei **cosmetici handmade** è possibile acquistare saponette, bombe da bagno o altri **prodotti da bagno** 100 % naturali



LAVAGNETTE
Dalla proposta
stampati

Un'idea carina e originale, riutilizzare le **lavagnette segna posto** anche a casa, o farsi lasciare una dedica dagli sposi

PERCHÈ È SOSTENIBILE?



Si annullano i **problemi** legati alla **produzione**, al **packaging** e all'**utilità** delle **bomboniere** tradizionali. Si preferiscono prodotti **utili**, **alimentari** o strettamente connessi all'evento.

PERCHÈ È SMART?

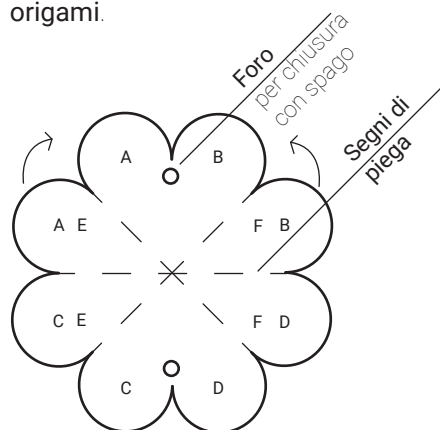


Si cercano soluzioni in un'**ottica sistemica**, andando a **ridurre gli scarti** di qualcosa (per es. la torta o le fotografie) e donando loro un **valore aggiunto** in quanto bomboniera.

POSSIBILI SOLUZIONI GREEN

NO ALLA BOMBONIERA, SÌ AI CONFETTI

Una **tradizione** a cui però non si può rinunciare è la cosiddetta "confettata", ossia quella che un tempo era l'**originale bomboniera**, da cui prende infatti il nome (da **bon bon = dolcetti francesi**). Questa è stata rivista in **chiave sostenibile**, evitando inutili sacchetti in materiale artificiale, e realizzando delle **confezioni attraverso gli origami**.

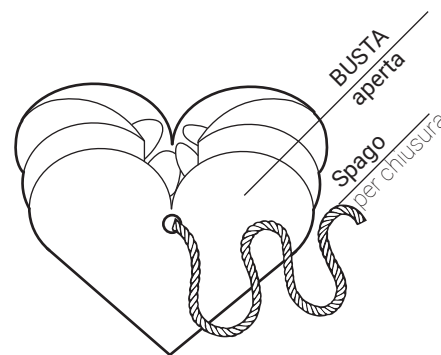


SVILUPPO

Ripiegare lungo le linee tratteggiate e far combaciare i petali con la stessa lettera, seguendo l'ordine alfabetico

Questo lavoro può essere svolto **handmade dagli sposi** stessi, o realizzato **durante l'evento** dagli stessi **invitati** che vogliono riempirlo di confetti

PROCEDIMENTO



RISULTATO FINALE



Materiale: **carta handmade**, 100% naturale e riciclabile



La **forma semplice** e la facile realizzazione permettono un lavoro di **produzione veloce e economico**



La **forma aperta** richiama il quadrifoglio, **logo dell'agenzia**, mentre la **forma chiusa** rimanda ad un cuore



In alternativa è possibile scegliere di acquistare i **sacchetti di Juta** prodotti dal **WWF** in collaborazione con **Altromercato**, il cui ricavato va a **sostegno delle specie in pericolo**



Non tutti i confetti sono uguali. Crispo, azienda italiana, si avvale di una produzione ecosostenibile con stabilimenti che utilizzano energia rinnovabile prodotta da cogeneratore e basse emissioni di CO2

POSSIBILI SOLUZIONI GREEN

SOSTENIAMO LA LISTA NOZZE

In questa categoria gli sposi sono completamente liberi di scegliere ciò di cui hanno più bisogno o che più fa per loro. Si consigliano tuttavia alcune **associazioni cui devolvere** in beneficenza, o **viaggi di nozze solidali**, o ancora **mobilifici sostenibili**.

LISTA ONLINE



LISTA SUL WEB
Consultabile ovunque

In ognuna di queste proposte si consiglia la lista online, in modo da permettere a tutti di **consultarla pre-evento** e di informarsi su eventuali indicazioni

VIAGGIO



VIAGGIO SOLIDALE
Rimanda a proposta viaggio

Usanza molto di tendenza, **inserire il viaggio nella lista nozze** in modo da **condividere la spesa**

BENEFICENZA



ES. FONDAZIONE
Fratelli Dimenticati
ONLUS

Sono diverse le **associazioni cui si può devolvere il ricavato** dal matrimonio. Fratelli Dimenticati ha progetti in India, Nepal...

ARREDAMENTO



IKEA
Mobilificio sostenibile

Per gli oggetti di arredamento si consigliano **mobilifici che rispettano particolari norme** sulla sostenibilità, es. IKEA con packaging riciclabili etc.

ABBONAMENTI



CORSI O SERVIZI
Sostenere le passioni

Per es. un abbonamento ad un servizio di consegna alimentari biologici e locali oppure in palestra per due o ancora a qualsiasi passione della coppia

PERCHÈ È SOSTENIBILE?



Tutte le soluzioni proposte sono in qualche modo **ecosostenibili o solidali**, a partire dalla **versione online** che elimina i problemi della carta, per arrivare alle **donazioni o viaggi equo-solidali**, ed infine ai **mobilifici sostenibili**.

PERCHÈ È SMART?



Si annulla il problema dei **regali inutili** o dei "doppioni", aiutando da una parte gli invitati che non sanno cosa regalare, e dall'altra parte gli sposi ed il mondo che ci circonda grazie alle proposte green.

POSSIBILI SOLUZIONI GREEN

IN LUNA DI BENE

La classica "luna di miele" è sostituita da un viaggio nei **paesi sottosviluppati** al fine di aiutare le **popolazioni locali**. Un'alternativa può invece essere rivolgersi a particolari agenzie di viaggi che **devolvono una parte del ricavato in beneficenza**.

Proposte personalizzate per aggiungere un tocco di relax e romanticismo all'esperienza del turismo responsabile

IL TURISMO RESPONSABILE

Per chi desidera una luna di miele che sia **"di più"** di un semplice viaggio da cartolina

Per vedere il mondo da altre prospettive e avvicinarsi alle persone, alle culture e alla natura con emozione, autenticità e rispetto



PERCHÈ È SOSTENIBILE?



Si scelgono **luoghi incontaminati** e non intaccati dal turismo di massa. Si scelgono strutture gestite dalla **popolazione locale** e si offre sostegno attraverso attività appositamente studiate. Questo significa contribuire allo **sviluppo equo dell'economia** locale e con il fondo di solidarietà portare un **aiuto concreto** ad associazioni e organizzazioni non governative che operano in favore della sostenibilità ambientale e della giustizia sociale.

PERCHÈ È SMART?



Ogni viaggio nasce dal desiderio di scoprire e di conoscere, dalla curiosità e dal rispetto per la diversità e la varietà culturale e ambientale.

Tutto questo non implica la rinuncia al romanticismo e alla bellezza dei luoghi.

LUOGHI DA SOGNO

Non è necessario rinunciare a visitare **luoghi bellissimi e incontaminati**, sono infatti disponibili **tanti itinerari speciali**, come Maldive, Cuba, Perù, India...



Preferire mezzi di trasporto a basse emissioni e dove non possibile utilizzare programmi di compensazione della CO2 prodotta



Es. Viaggi solidali, che **organizza viaggi di nozze e non solo**, secondo i principi e valori del **turismo responsabile**

POSSIBILI SOLUZIONI GREEN

IN LUNA DI BENE: LE METE

Sono possibili **personalizzazioni e tappe in base alle esigenze della coppia**, si può prevedere la visita alle zone di maggiore interesse o organizzare un'estensione mare per un po' di relax.



CUBA
L'isola leggendaria

Havana e l'occidente, tra **storia**, mojito e mare



ECUADOR
Ande e Isole Galapagos

Alla scoperta di **comunità indigene**, progetti sociali e natura



INDIA
La magia del Rajasthan

Avventure tra fortezze dei Maharaja, **villaggi rurali** e comunità artigiane



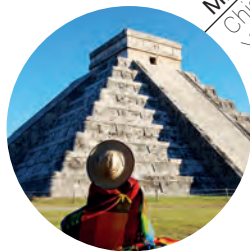
MALDIVE
Latollo Solidale

Soggiorno mare a Villa Stella: **barriera corallina** ed incontri



MAROCCO
Il deserto e la storia

Città imperiali, **dune** cangianti e i **villaggi** dell'Anti Atlante



MESSICO
Chiapas e Yucatan

In viaggio tra **archeologia**, foreste e comunità minori



PERÙ
Il tesoro delle Ande

Lima, Nazca, Arequipa, il **lago Titicaca** e **Cuzco**: un grande classico



TANZANIA
I parchi e Zanzibar

Karibu! Dal cuore della **savana** all'Africa dai profumi d'Oriente



Img 44. Il nostro target: coppia giovane, semplice e amante della natura

3.3 L' UTENZA POTENZIALE

Il settore di utenza potenziale è stato definito a partire da diversi elementi interessanti emersi dall'analisi precedente, sia grazie all'analisi delle cifre dei matrimoni oggi, sia del wedding planning, ma anche e soprattutto dal questionario esplorativo distribuito.

Grazie all'osservazione delle cifre che riguardano i matrimoni ai giorni nostri in Italia, è stato possibile comprendere come il numero di unioni è drasticamente diminuito negli ultimi anni a causa delle precarie condizioni lavorative dei giovani e, di conseguenza, della difficile disponibilità economica. Questo ha avuto un riscontro nel questionario, dove alla domanda su quanto si è disposti a pagare per un matrimonio, la maggioranza ha risposto tra 5.000 e 10.000 € (cifra molto al di sotto della media dei costi del matrimonio tradizionale), seguita da un 25 % di persone che ha indicato un budget inferiore ai 5.000 €.

Relativamente alla distribuzione sul territorio, invece, è stato scelto come sede il territorio torinese che comprende anche le zone di periferia e/o provincia. Questa scelta è data in parte dal fatto che la maggioranza delle persone che hanno risposto al questionario e che presentano le esigenze da noi richieste si trova proprio al Nord Italia, ma anche perché è stato osservato che il maggior numero di imprese del Wedding risiedono al Sud Italia, in particolare in Campania, e che quindi sarebbe stato un territorio meno fertile perché con più competitors.

Per quanto riguarda la tipologia di coppie che potrebbero rivolgersi ad un'agenzia di wedding planning green o, come

la definiamo noi, di smart wedding, è stato individuato come segmento target quello di coloro che cercano soluzioni originali. In questa categoria infatti, possono rientrare sia coloro che cercano un evento particolarmente incentrato su un tema, nel nostro caso quello della sostenibilità, ma anche coloro che hanno una disponibilità economica non molto elevata e cercano quindi la soluzione migliore con il budget prestabilito.

In particolar modo, grazie all'aiuto del questionario, è stato possibile individuare che il target obiettivo, che corrisponde alle esigenze sopra elencate, è costituito da coppie di sposi che hanno dai 25 ai 45 anni, presentano una istruzione prettamente superiore o universitaria, e una disponibilità a pagare medio-bassa.

La restrizione relativa all'età, permette che l'utenza in questione presenti alcune caratteristiche fondamentali per questo progetto, quali l'età media a cui sposarsi, che abbiano una buona conoscenza della tecnologia e che siano informati e mentalmente aperti riguardo le novità e le ultime tendenze.

L'istruzione di livello medio-alto, invece, fa sì che gli sposi si mostrino attenti al tema della sostenibilità (come risulta dal questionario, con circa il 97 % di risposte positive a tale domanda) e che, non meno importante, possiedano una condizione professionale che permetta lo svolgimento di un evento di questo genere.

Per quanto riguarda la disponibilità economica, infine, è stato selezionato un campione che abbia bisogno dell'aiuto di un Wedding Planner per la gestione del budget (e che quindi non possano permettersi un evento extra-lusso), ma che allo

Sede:
Nord Italia
Torino



Età:
25 - 45
anni

Presentano l'**età media** in cui sposarsi, conoscono la **tecnologia** e sono **informati** sulle novità



Istruzione:
Superiore -
Universitaria

Si mostrano attenti al tema della **sostenibilità**, possiedono un **lavoro** che permette di svolgere l'evento



Budget:
Medio - Basso

Necessitano dell'aiuto di un Wedding Planner per la **gestione del budget** ma possono permettersi l'evento (maggioranza di risposte = tra 5.000 e 10.000 €)

stesso tempo possa permettersi l'evento. Come anticipato, infatti, la media delle persone ha risposto di essere disposti a pagare una cifra compresa tra i 5.000 e 10.000 €.

Di seguito si propone una scheda riassuntiva dell'utenza potenziale individuata per questo tipo di progetto.

3.4 LA STRATEGIA DI MARKETING

Trattandosi di un servizio, la strategia di marketing adottata non può essere paragonabile a quella di un prodotto. Sono infatti da considerare altri elementi come il tempo impiegato per il lavoro, l'esclusività del servizio stesso, e la disponibilità di ciascuna risorsa (dal personale, ai fornitori, ai prodotti).

Per comunicare in modo adeguato questo tipo di servizio, e vista l'utenza coinvolta, bisogna fare affidamento su diversi canali di comunicazione sia diretta che indiretta. Quello che si vuole comunicare sono i quattro punti di forza del progetto, che saranno trattati nel paragrafo dedicato alla comunicazione.

Il progetto nasce per soddisfare le esigenze del territorio Piemontese e intende posizionarsi, pertanto, con una sede nel cuore del capoluogo (Torino), ma raggiungere con i suoi servizi un raggio più ampio. Non si esclude, tuttavia, la possibilità di servizi extra-regionali o di consulenza online.

3.4.1 IL PREZZO

La strategia di pricing del servizio pone le basi sui risultati emersi dal questionario esplorativo e dalle conoscenze pregresse derivate dal corso di Wedding Planning "Event & Media Education".²⁶

Il prezzo è sempre diverso poiché ogni servizio è diverso dall'altro e ogni coppia può scegliere in base alle proprie esigenze. Può accadere che alcuni clienti si affidino a un professionista per coordinare l'intera cerimonia o solo parte di essa.



Img 45. Il piano di marketing: l'applicazione del business plan, che serve per chiarire obiettivi e strategie dell'azienda

²⁶ Event & Media Education è un programma specialistico di alta formazione professionale con percorsi formativi nell'ambito della comunicazione, media, eventi e professioni emergenti sull'intero territorio nazionale o con appositi percorsi di formazione online

Le tipologie di remunerazione sono due:

- Compenso percentuale sul budget delle nozze
- Tariffa oraria per consulenze parziali

Il primo metodo è destinato ai pacchetti All inclusive e consiste nell'applicazione di un importo in percentuale sul budget totale della coppia. Questa percentuale è del 20 % sui matrimoni con spesa inferiore ai 10.000 €, mentre per gli eventi che richiedono una spesa superiore, la percentuale diminuisce al 15 %. Questa strategia è utile al fine di incentivare ad una spesa maggiore, dal momento che dal questionario è emersa una contraddizione relativa al rapporto prezzo/numero di invitati dove si vuole spendere poco ma con un alto numero di ospiti; spesso senza conoscere le spese fisse di alcuni servizi (es. SIAE).

Il secondo tipo di prezzo fa invece riferimento alla consulenza online per coppie fuori sede o per organizzazioni parziali dell'evento. Questo tipo di remunerazione consiste in una tariffa oraria di 60 € l'ora e dipende dal livello di professionalità, competenza e di esclusività del servizio offerto.

Per quanto riguarda il budget complessivo che una coppia sceglie di dedicare all'organizzazione dell'evento, questo, come precedentemente trattato, varia in funzione delle combinazioni di elementi scelti. In questo modo è possibile costruire il proprio matrimonio sulla base dei servizi desiderati, del loro valore e del prezzo. Alcuni elementi presentano infatti un prezzo basso, ma possono influire molto sulla riuscita dell'evento (es. intrattenimento musicale).

3.4.2 LA PROMOZIONE / COMUNICAZIONE

Per prima cosa occorre ricordare che quando si comunica un'attività di questo tipo non ci si riferisce solamente ai potenziali clienti, ma anche ai fornitori ed ai media di riferimento.

Un tipo di comunicazione sicuramente molto indicato per questa tipologia di servizio è il Web. Rivolgendosi principalmente ad un pubblico giovane (25-45 anni), questa scelta risulta particolarmente efficace in quanto permette un elevato livello di interazione tra il sito web e l'utente, e allo stesso tempo può raggiungere un ampio spettro di utenti.

L'utilizzo di Social media, inoltre, rappresenta una grande opportunità perché permette di entrare immediatamente in contatto e farsi conoscere da molte persone. Non è inoltre da tralasciare il fatto che questo tipo di comunicazione sia completamente gratuita. Si è scelto a tal fine di realizzare diverse pagine social quali Facebook, X, TikTok e Instagram (quelli più diffusi al giorno d'oggi), con le quali tenere in costante aggiornamento gli utenti con le novità ed ultime tendenze.

Tutto ciò è abbinato, ovviamente, ad un più tradizionale sito web, di facile comprensione e ricerca.

Per ciò che riguarda invece la pubblicità tradizionale, si è pensato di attingere ai mezzi più classici diversi da Internet, quali la radio locale (Es. Radio Manila), la televisione nel caso di successo maggiore, o le più modeste comunicazioni tramite carta stampata, affissioni, locandine, depliant etc.

Dal momento che la comunicazione risulta spesso essere



Img 46. Una buona comunicazione è fondamentale per aumentare la visibilità dell'Azienda e creare engagement

costosa, è necessario che questa sia progettata mirata e specifica in relazione all'utenza cui ci si rivolge. Si è pensato a tal proposito di evitare i grandi quotidiani o le più diffuse riviste nazionali o internazionali, preferendo una diffusione delle informazioni più localizzata e mirata alla sede stessa. Si predilige pertanto un'attività di volantinaggio e distribuzione di flyers a livello locale in zone ben mirate in cui risulta più facile incontrare il nostro target di riferimento, quali centri commerciali, fiere locali dedicate al matrimonio, o eventi Eco-sostenibili.

Nella comunicazione di questa tipologia di servizio non è possibile inserire i singoli prodotti offerti in quanto possono variare in base alle scelte dei clienti con i relativi prezzi. Si è quindi scelto di basare il messaggio sui quattro punti di forza di questo progetto, ossia la possibilità di ottenere un pacchetto All inclusive che va dai fornitori all'organizzazione stessa dell'evento, la centralità del cliente rispetto al progetto che viene infatti costruito sulle necessità ed esigenze degli sposi, la sostenibilità delle soluzioni utilizzate e, non ultimo, il costo contenuto che permette di gestire facilmente il budget prestabilito dalla coppia.

Di seguito si presentano alcuni esempi di comunicazione in tale senso.

STRATEGIA DI MARKETING

PROMOZIONE E COMUNICAZIONE DEL SERVIZIO

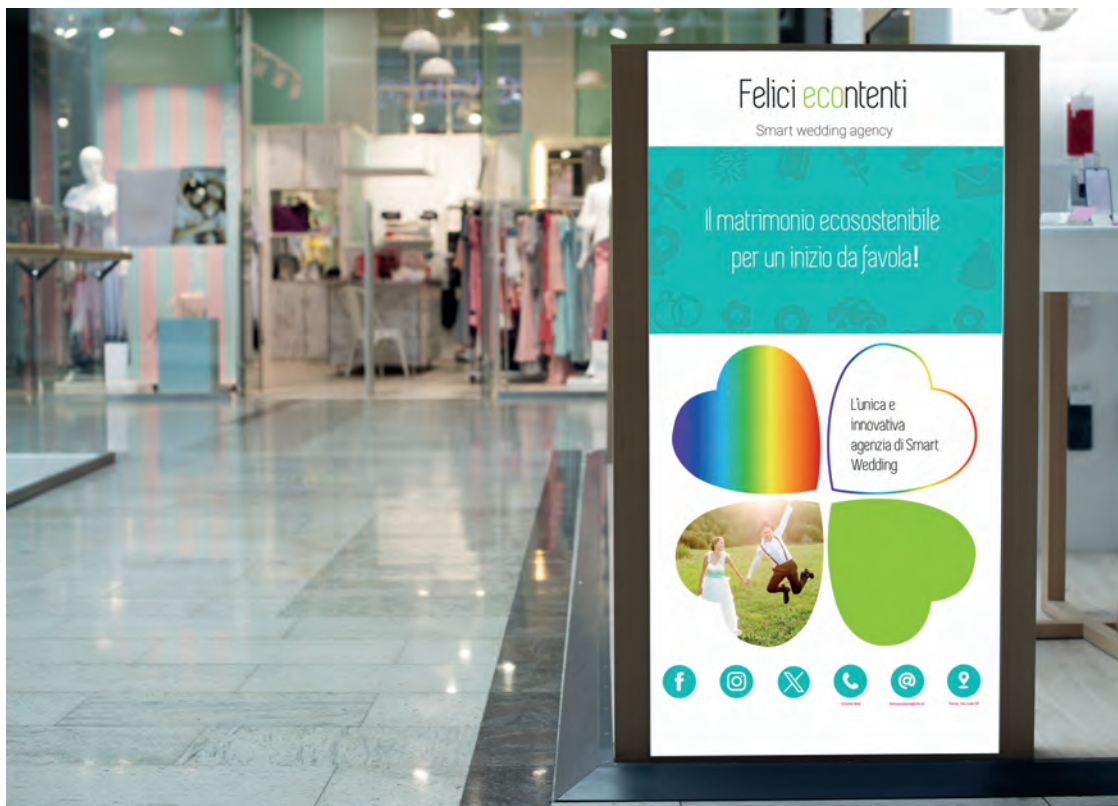
VOLANTINO



STRATEGIA DI MARKETING

PROMOZIONE E COMUNICAZIONE DEL SERVIZIO

AFFISSIONE PUBBLICITARIA



ESEMPIO INDOOR
Centro commerciale

3.4.3 LA DISTRIBUZIONE

Relativamente alla sede dell'attività, è stato scelto di utilizzare, almeno per quanto riguarda la fase iniziale di avviamento dell'attività, un "ufficio" all'interno di una realtà di Coworking, che permetta quindi l'avvio dell'azienda innovativa anche grazie all'aiuto degli altri imprenditori e creativi che forniscono la loro collaborazione in uno spazio condiviso.

A tal fine è stato individuato lo spazio di Toolbox Coworking, in Via Agostino da Montefeltro 2, a Torino. Ricavato in una ex-fonderia dell'inizio del '900, Toolbox Coworking è un hub creativo dedicato al lavoro: 8000 metri quadrati, oltre 150 attività diverse, più di 400 membri tra freelance, professionisti, startup e aziende innovative. Si presenta dunque come uno spazio per fare innovazione, che promuove la collaborazione, la serendipity e la cross-disciplinarietà per dare forma a nuove idee di business, allargare la rete professionale e dare forza ai progetti, anche grazie ai numerosi eventi che si tengono durante l'anno (oltre 300).

Questa soluzione è stata scelta poiché economica, ad un prezzo di circa 200€ al mese per avere la cosiddetta "My Desk", ossia un ampio spazio personale nell'openspace con formula tutto incluso. Questo consente inoltre di avere a disposizione diversi servizi in comune quali meeting room, stampanti, wifi ad alta velocità, climatizzazione, assistenza etc.

Per quanto riguarda invece una fase secondaria, nel caso in cui l'azienda avesse successo, è necessario pensare ad un



Img 47. Si è scelta come sede una realtà di coworking, dove le parole chiave sono "condivisione" e "collaborazione"

posizionamento del negozio su strada, tenendo conto dei seguenti fattori:

- Deve essere collocato in una zona di passaggio in modo da svolgere al meglio l'attività promozionale
- Le persone di passaggio devono corrispondere al nostro profilo di potenziali clienti
- Zona con negozi o boutique collegati al tema scelto, in questo caso la sostenibilità.

A tal fine si è individuata come possibile locazione futura il piano inferiore del Centro Commerciale Le Gru (Grugliasco, TO), accanto ad un negozio del settore eco-sostenibile: Biobottega (prodotti Bio e Km 0).

Per quanto riguarda la distribuzione del servizio, invece, si considera tutta la regione Piemontese. Si offre inoltre un servizio di consulenza online per progetti più distanti. Si possono trovare maggiori informazioni nell'introduzione a questo paragrafo.

3.5 L'IMMAGINE AZIENDALE

Per immagine aziendale si intende l'identità, i valori, e il modo di operare dell'azienda. Nel nostro caso bisogna insinuare nel cliente un'immagine da ricordare in modo che quando decida di affidarsi ad un Wedding Planner non abbia dubbi su chi scegliere.

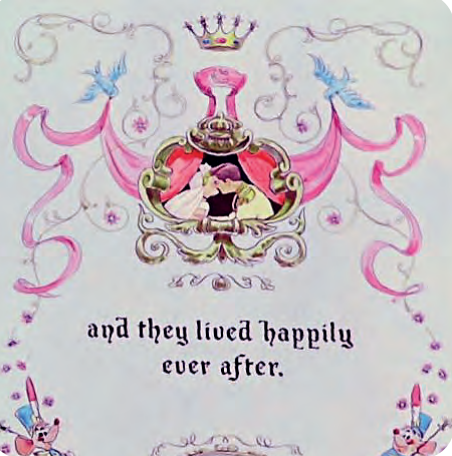
Attraverso la Corporate Identity, si identificano i valori dei fondatori dell'azienda che danno origine alla Mission aziendale. I vantaggi nello scegliere questa agenzia nascono dai quattro punti precedentemente trattati, ossia il pacchetto All inclusive, la centralità della coppia, la sostenibilità ed il costo contenuto.

3.5.1 IL NAMING

Il fine del nome dell'azienda è creare collegamenti simbolici, chiari e veloci con il posizionamento che vogliamo dare all'azienda ed i suoi servizi offerti. Questo deve infatti soddisfare i seguenti criteri:

- marketing, è coerente con i valori dell'impresa
- linguistica, pronunciabilità e memorabilità
- proprietà industriale
- disponibilità del dominio del marchio

Il criterio è basato esclusivamente sull'efficacia della comunicazione e non sul gusto personale.



Img 48. Pagina finale della classica favola di Cenerentola, prodotta dalla Walt Disney, con il celebre finale cui fa riferimento il nostro naming

La libera associazione delle parole Felici e Contenti scaturita dal brainstorming ha permesso di costruire il naming che si rifà appunto al lieto fine delle favole. Attraverso i colori e l'abolizione dello spazio tra la "e" di congiunzione e l'aggettivo "contenti", si forma la parola "eco" che riprende il nostro valore di sostenibilità.

Felici **eco**ntenti

SOSTENIBILITÀ
Riferimento

FAVOLA
Riferimento al finale

3.5.2 LOGO E PAY OFF

Il logo è costituito da quattro cuori che, uniti, rappresentano i petali di un quadrifoglio. I due cuori superiori, multicolor, rappresentano i colori dell'amore in ogni forma. Il simbolo, dal significato di portafortuna, vuole essere un augurio per un futuro felice. Il quadrifoglio, inoltre, in quanto vegetale, rappresenta la sostenibilità ambientale ed essendo una pianta che cresce ovunque simboleggia la diffusione dei nostri servizi su tutto il territorio.

Il Pay Off "Smart Wedding Agency" è sintetico, semplice da capire e mette in risalto la qualità dei servizi offerti e l'azienda rispetto alla concorrenza.

Lo slogan, che invece accompagna la comunicazione dell'agenzia, ossia "Il matrimonio ecosostenibile per un inizio da favola", rimanda alla natura fiabesca del naming, ma invece di concentrarsi sul finale della favola, vuole stabilire che il matrimonio sia l'inizio di un futuro sereno e duraturo.



Riferimento al quadrifoglio come elemento **naturale** (sostenibilità) e simbolo di **buona fortuna**



Felici **econtenti**
Smart wedding agency



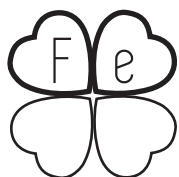
Riferimento alla forma del **cuore** (simbolo di Amore) e dei **due innamorati**



LOGOTIPO IN BIANCO E NERO



APPLICAZIONE LOGOTIPO



MONOGRAMMA



APPLICAZIONE MONOGRAMMA



BIGLIETTO DA VISITA



SLOGAN SUL SITO

3.5.3 IL SITO WEB

Il sito Internet dell'agenzia vuole essere la vetrina di presentazione sul web. Esso permette infatti di farsi conoscere e trovare nuovi clienti. Questo deve riflettere lo stile dell'agenzia e il livello di professionalità.

Per essere un buon biglietto da visita, il sito deve essere:

- veloce da caricare
- deve offrire informazioni sui servizi offerti attraverso descrizioni brevi, chiare e semplici
- deve attirare l'attenzione con immagini ad alta risoluzione, professionali, dai colori in armonia con l'immagine aziendale

I colori di sfondo che abbiamo scelto sono brillanti perché rappresentano al meglio il target di riferimento, legandosi bene con la tecnologia, l'innovazione e il lato "smart".

Una delle finestre del sito internet contiene la presentazione delle fondatrici, delle loro esperienze e competenze, e del valore aggiunto di ciascuna. Questa descrizione è accompagnata da una fotografia, una foto professionale con taglio e risoluzione per valorizzare la propria immagine.

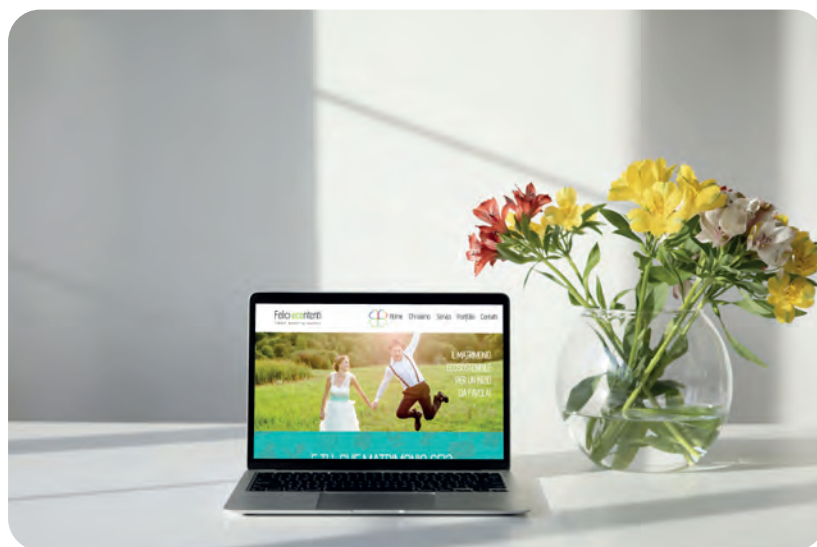
Un'altra finestra del sito raccoglie invece le modalità per il contatto (telefono, email e indirizzo della sede), unito ai link utili per le pagine dei social media.

Una sezione del sito contiene poi un test per scoprire la

tipologia di matrimonio più adatta alla coppia dei visitatori. In questo modo si vuole creare un rapporto di fiducia con il cliente, e raccogliere al contempo informazioni statistiche utili all'azienda.

Il dominio che si immagina di utilizzare è del tipo www.feliciecontentiwedding.com. L'estensione ".com" evidenzia un'intenzione di relazionarsi anche con l'estero.

Si immagina di aggiornare il sito internet con gli ultimi eventi caratteristici e le nuove tendenze in materia del wedding, affinché possano essere spunto e desiderio per le nuove coppie.



COSA FACCIAMO?

IL PACCHETTO
Offriamo un pacchetto completo All inclusive che va dal rito vero e proprio, al ricevimento, alle bomboniere ed al viaggio di nozze.

GLI SPOSI
Non solo per quanto riguarda una attenta e dettagliata fase di briefing durante il quale il Wedding Planner indaga le necessità ed esigenze degli sposi, ma anche durante la fase vera e propria di progettazione.

LA SOSTENIBILITÀ
L'agenzia fornisce un insieme di possibili soluzioni green per ogni elemento che solitamente presenta criticità dal punto di vista della sostenibilità.

2 **IL PACCHETTO**
Offriamo un pacchetto completo All inclusive che va dal rito vero e proprio, al ricevimento, alle bomboniere ed al viaggio di nozze.

GLI SPOSI
Non solo per quanto riguarda una attenta e dettagliata fase di briefing durante il quale il Wedding Planner indaga le necessità ed esigenze degli sposi, ma anche durante la fase vera e propria di progettazione.

LA SOSTENIBILITÀ
L'agenzia fornisce un insieme di possibili soluzioni green per ogni elemento che solitamente presenta criticità dal punto di vista della sostenibilità.

I 4 PUNTI CARDINE

I punti di forza e di **unicità** del nostro servizio rispetto agli altri organizzatori di matrimoni: la forma **All inclusive**, la centralità degli **sposi**, la **sostenibilità** e l'**economicità**.



IL MATRIMONIO ECOSOSTENIBILE PER UN INIZIO DA FAVOLA!

E TU, CHE MATRIMONIO SEI?
Progettiamo eventi Smart, che combinano le necessità degli sposi alle esigenze dell'ambiente, realizzando matrimoni unici che rispettano la personalità dei clienti e gli imperativi di questi il nostro essere smart & green.

HOME PAGE

Pagina iniziale del sito, contenente il **logo** dell'Azienda, il **menu** di navigazione, un'**immagine evocativa** della felicità degli sposi che si affidano a noi e il nostro **slogan**. Subito dopo c'è la sezione "**Call to action**" con il divertente **test**.



4



3





6



5



CONTATTI

Contatti **telefonici e mail**, indirizzo della **sede** e link ai profili **social**.



PORTFOLIO

Presentazione di alcuni **eventi già progettati e realizzati**, in modo da far conoscere l'esperienza.

APPENDICE
IL QUESTIONARIO
ESPLORATIVO

APPENDICE

QUESTIONARIO PER INDAGINE ESPLORATIVA SULL'ECO WEDDING

PERCHÉ?

Indagare la **percentuale** di **matrimoni in Italia**, le **abitudini**, gli **elementi irrinunciabili** e quelli a cui si può rinunciare, la **disponibilità a pagare** e l'attenzione al tema della **sostenibilità** per individuare l'utenza potenziale ed un possibile piano applicativo di un'agenzia di wedding planning per matrimoni green.

Indicare una sola risposta, si ricorda che il presente questionario è anonimo.

1. Sei sposato/a?

- Sì (vai alla domanda 4)
- No

2. Hai mai pensato di sposarti?

- Sì (vai alla domanda 4)
- No

3. Perché no?

- Non ho mai trovato la persona giusta
- Preferisco la convivenza
- Penso che costi troppo
- È ancora presto
- Non ho voglia/tempo di organizzarlo

4. **A quanti anni ti sei sposato/ vorresti sposarti?**
- 20-25
 - 26-35
 - 36-45
 - Più di 45
5. **Quale budget hai dedicato/ vorresti dedicare al matrimonio?**
- Meno di 5'000 €
 - Tra 5'000 e 10'000 €
 - Tra 10'000 e 20'000 €
 - Più di 20'000 €
6. **Sei a favore della convivenza prematrimoniale?**
- Sì
 - No
7. **Rito?**
- Civile
 - Religioso
8. **Numero di invitati?**
- Meno di 50
 - Tra 50 e 100
 - Tra 100 e 200
 - Più di 200
9. **Ti sei rivolto o hai intenzione di rivolgerti ad un wedding planner?**
- Sì
 - No
10. **Conosci i vantaggi di affidarsi ad un wedding planner?**
- Sì
 - No

11. Pensi che un wedding planner possa farti risparmiare soldi?

- Sì
- No

12. Nella vita di tutti i giorni sei attento alla sostenibilità ?

- Sì
- No
- In alcuni casi

13. Che valore dai alla sostenibilità?

- Ambientale
- Economico
- Solidale
- Riciclato
- Elegante
- Intelligente

14. In quale mese ti sei sposato/ti sposeresti?

15. Matrimonio all'aperto o al chiuso?

- Aperto
- Chiuso
- Dipende dal meteo
- Una parte all'aperto e una al chiuso

16. Tipologia di banchetto?

- Pranzo
- Cena
- Aperitivo
- Nessun ricevimento

17. Hai scelto/ sceglieresti un tema per coordinare tutto l'evento?

- Sì
- No
- Non so di cosa si tratti

18. Qual è lo stile che più si addice al tuo matrimonio?

- Informale e divertente
- Classico/ tradizionale
- Esclusivo/ sofisticato
- Elegante/ formale
- Sostenibile

19. Tipologia di fiori?

- I miei preferiti
- Piante in vaso
- Fiori a tema
- Fiori di stagione
- Mi affido al fioraio di fiducia

20. Lista nozze?

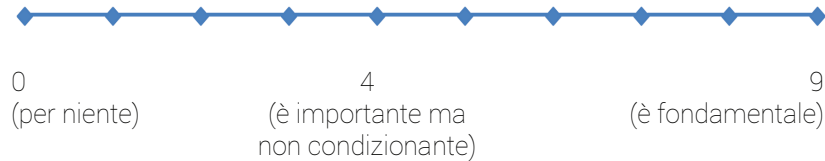
- Offerta ad associazioni
- Viaggio
- Arredo della casa
- Nessuna lista nozze
- Altro _____

21. A quali elementi puoi rinunciare?

- Partecipazioni/ringraziamenti
- Allestimento floreale
- Spostamenti tra locations
- Banchetto nuziale
- Tableau de mariage e/o menù cartaceo
- Abito della sposa
- Fedi
- Lancio del riso

- Bomboniere
- Lista nozze
- Viaggio di nozze
- Fotografie e video
- Musica e intrattenimento ospiti

22. Quanto è importante la tradizione per il tuo matrimonio?



23. Ti piacerebbe avere un sito web dedicato al vostro matrimonio?

- Sì
- No
- Non so di cosa si tratti

Dati di chi compila il questionario

24. Figura nel matrimonio?

- Sposo
- Sposa
- Non ho intenzione di sposarmi

25. Età?

- 15-20
- 21-30
- 31-40
- 41-50
- Più di 50

26. Area geografica di provenienza?

- Nord Italia
- Centro Italia
- Sud Italia
- Isole
- Estero

27. Livello di istruzione?

- Elementare/ primaria
- Media/ secondaria inferiore
- Superiore/ secondaria superiore
- Universitaria

28. Qual è la tua professione?

In condizioni professionali

- Dirigente/ Quadro
- Libero professionista
- Impiegato
- Commerciante
- Operaio
- Insegnante
- Artigiano
- Altro _____

In condizioni non professionali

- Casalingo
- Pensionato
- Studente
- Disoccupato

CONCLUSIONI
E SITOGRAFIA /
BIBLIOGRAFIA

CONCLUSIONI

Alla fine di questo progetto possiamo affermare che è stato istruttivo e stimolante e speriamo che possa essere utile anche per gli appassionati del settore e per tutte quelle persone che leggeranno questo testo o si rivolgeranno alla nostra Agenzia.

Questa ricerca contiene alcuni punti che potranno essere approfonditi o modificati nel corso del tempo, sulla base di innovazioni, tendenze e necessità future.

La proposta dell'attività può essere spunto per agenzie analoghe in giro per il mondo, perché contiene tutti gli elementi base per l'avvio di un'impresa con queste caratteristiche.

L'obiettivo culturale raggiunto è quello di far conoscere un settore che fino ad oggi non era mai stato trattato in un libro in lingua italiana. I nostri punti di forza rappresentano la nostra mission, nonché il valore aggiunto della nostra proposta attuale e di quelle future.

Ci auguriamo che chi la leggerà saprà cogliere l'impegno profuso dietro questo progetto.

SITOGRAFIA

PER LA RICERCA

<http://cultura.biografieonline.it>
<http://dati.istat.it>
<http://giovannadamonte.it>
<http://www.accademiadellacrusca.it>
<http://www.chiesaluterana.it>
<http://www.corriere.it>
<http://www.eventmediaedu.com>
<http://www.federconsumatori.it>
<http://www.fieredeglisposi.it>
<http://www.focus.it>
<http://www.ilpost.it>
<http://www.italianeasywedding.com>
<http://www.italyweddingplanner.it>
<http://www.lastampa.it>
<http://www.leitv.it>
<http://www.leregolediv.it>
<http://www.matrimonio-eco.com>
<http://www.matrimoniosolidale.it>
<http://www.mulberrypaperandmore.com>
<http://www.nozzeallamenta.com>
<http://www.pinkblog.it>
<http://www.repubblica.it>
<http://www.serenaobert.com>
<http://www.sposandosi.com>
<http://www.telegraph.co.uk>
<http://www.theweddingenterprise.com>
<http://www.treccani.it>
<http://www.unbuoninvito.it>
<https://www.esg360.it>
<https://www.ameliste.it>
<https://www.google.it>
<https://www.lemienozze.it>
<https://www.marcotogni.it>
<https://www.matrimonio.com>
<https://www.mondo-artista.it>

<https://it.wikipedia.org>
<https://www.intertek.it>
<https://store.uni.com>
<https://www.rina.org>
<https://www.csqa.it>
<https://www.diritto.it>
<https://associazioneitalianaweddingplanner.it>
<https://auditpeople.it>
<https://www.wpiweddingplanner.it>

PER I PROGETTI

<http://biosughero.it>
<http://carmengambarota.it>
<http://www.fedrigonicartiere.com>
<http://www.francofrancesca.com>
<http://www.gioielleriabelloni.com>
<http://www.scuoladifotografia.com>
<http://www.toolboxoffice.it>
<http://www.viaggisolidali.it>
<https://it.lush.com>
<https://sostieni.wwf.it>
<https://www.matrimonio.com>
<https://www.panoramasposi.it>
<https://www.zankyout.it>
<https://www.giversogioielli.it>
<https://follementesposa.it>
<https://orangefiber.it>
<https://www.aquafil.com>
<https://www.vegeacompany.com>
<https://www.miomajo.com>
<https://www.risorsefuture.net>
<https://www.crispoconfetti.com/>

PER I CASI STUDIO

<http://www.ansa.it>

<http://www.avanzipopolo.it/>

<http://www.elle.it>

<http://www.fratellidimenticati.it/>

<http://www.grazia.it>

<http://www.italyluxuryhotel.it>

<http://www.matrimonio-eco.com>

<http://www.rainews.it>

<http://www.torinosocialinnovation.it/>

<http://www.vogue.it>

<https://shibuse.it/>

<https://www.cronacaqui.it>

<https://www.facebook.com/ecoplanner.it>

<https://www.matrimonio.com>

<https://www.vanityfair.it>

<https://www.zankyou.it>

BIBLIOGRAFIA

C. Reed-Jones, *Green Weddings that don't Cost the Earth*, USA, Crane Press, 1996

E. E. Anderson, *Eco-chic Weddings: Simple Tips to Plan an Environmentally Friendly, Socially Responsible, Affordable, and Stylish Celebration*, New York, Hatherleigh Press, 2007

E. Miccio, *Wedding Party*, Mondadori Electa, 2016

Germak C., De Giorgi C., Petruccelli L., Lerma B., Allione C., Buiatti E., *Sustainable Packaging? - Packaging Sostenibile?*, Torino, Umberto Allemandi & C, 2013

J. Hailes, *The New Green Consumer Guide*, UK, Simon & Schuster, 2007

J. L. Grace, *Imperfectly Natural Woman*, Crown House, 2005

M. Daniels e C. Loveless, *Wedding Planning and management*, BH, 2007

M. Kozin, *Organic Weddings*, USA, New Society Publishers

S. Malcovati e C. Parrini, *Professione Wedding Planner. L'organizzatrice di matrimoni*, Franco Angeli, 2007

S. St. Maur, *How to Get Married in Green*, How To Books, 2008

V. Edmunds, *The Green Wedding Guide: Creating a Celebration That's Elegant and Ethical*, USA, Leisure Arts, 2008

ALTRE FONTI

ECEAT, *Green Holiday Guides*, Green Books <http://greenbooks.co.uk>

Materiale fornito per il corso formativo in Wedding Planning, di *Event & Media Education* www.eventmediaedu.com, 2016

Rivista *Guidasposi 2017*, Piemonte, da Guidasposi.it

RINGRAZIAMENTI

RINGRAZIAMENTI

Questo progetto mi ha permesso di studiare e raccontare la mia passione, sperando di riuscire ad arrivare alle persone.

*Grazie a chi lo leggerà e a chi lo apprezzerà.
Soprattutto grazie alla mia Famiglia per il supporto, e senza la quale tutto questo non sarebbe stato possibile.
Grazie a Giulia V. che ha creduto in me prima che ci credessi anche io.*

Un ringraziamento speciale va alla relatrice Claudia De Giorgi, che in questi mesi mi ha seguito, consigliato, corretto, e avviato a quello che sarà probabilmente il mio futuro.

Giulia Miglietti

