



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
DI PADOVA

Università degli Studi di Padova

Dipartimento di Studi Linguistici e Letterari

Corso di Laurea Magistrale in
Strategie di Comunicazione
Classe LM-92

Tesi di Laurea

Il mercato del wedding: l'evoluzione degli ultimi vent'anni e la percezione del consumatore odierno

Relatore
Prof. Stefano Sbalchiero

Laureando
Alessia Lago
n° matr.2021350 / LMSGC

Anno Accademico 2021 / 2022

IL MERCATO DEL WEDDING
L'EVOLUZIONE DEGLI ULTIMI VENT'ANNI E LA PERCEZIONE DEL
CONSUMATORE ODIERNO

INDICE

Indice dei grafici.....	2
Introduzione.....	3
I. Scelta del tema.....	3
II. Struttura e metodologia.....	3
III. Domande di ricerca.....	5
Capitolo 1. Il matrimonio in Italia.....	7
1.1 Scegliersi, un'introduzione teorico-sociologica.....	7
1.2 Il matrimonio in Italia, i dati.....	10
1.3 Il mercato del Wedding, una panoramica generale dei quattro settori principali del mondo pre-pandemico.....	14
1.3.1 La moda sposa.....	16
1.3.2 Il settore florovivaistico.....	17
1.3.3 Ristorazione, catering e location: il ricevimento.....	20
1.3.4 Il comparto della gioielleria: le fedu nuziali.....	21
1.4 La crisi sanitaria: impatto sul settore, conseguenze e prospettive.....	24
1.4.1 Il 2022, l'incertezza del settore e le prospettive future.....	28
1.5. Una nuova figura emersa nel mercato dell'ultimo ventennio: il wedding planner.....	29
Capitolo 2. Il matrimonio ieri e oggi, indagine qualitativa e quantitativa della sua evoluzione e della percezione del mercato da parte dei consumatori.....	31
2.1 la ricerca sociale.....	31
2.2. L'intervista discorsiva.....	33
2.2.1 Il disegno della ricerca per l'intervista discorsiva.....	34
2.3. I mutamenti del mercato del wedding dal punto di vista del fornitore:	

intervista alla dottoressa Chiara Fraccaro.....	37
2.4. Analisi qualitativa dell'evoluzione del mercato dei matrimoni negli ultimi vent'anni.....	46
2.5. Restituzione dei risultati.....	49
2.5.1 Analisi delle interviste ai consumatori il cui matrimoni è avvenuto da almeno vent'anni.....	51
2.5.1 Analisi delle interviste ai consumatori il cui matrimoni è avvenuto da meno di dieci anni.....	67
2.6. Considerazioni.....	85
2.7 Il questionario.....	91
2.7.1 Analisi dei risultati in merito ai matrimoni avvenuti negli ultimi cinque anni.....	95
2.7.2 Analisi dei risultati in merito ai matrimoni che si progetta avvengano nei prossimi cinque anni.....	104
2.8 Considerazioni.....	111
Capitolo 3. CONCLUSIONI.....	114
Appendice metodologica, parte prima: gli strumenti.....	119
Appendice metodologica, parte seconda: trascrizione delle interviste.....	131
Bibliografia.....	196
Sitografia.....	197
Ringraziamenti.....	200

1.1 INTRODUZIONE

I. Le motivazioni della scelta del tema

L'idea di approfondire il tema del mercato del wedding in Italia nasce da un'esperienza di stage universitario presso un'agenzia di organizzazione di matrimoni ed eventi, che poi si è trasformata in una collaborazione duratura. Prendendo in considerazione il fatto di voler trattare un tema a me congeniale e vista l'esperienza lavorativa positiva in tutti gli aspetti vissuta durante l'ultimo anno, ho deciso che il settore poteva ricoprire un ruolo centrale per ciò che riguarda il mio elaborato di tesi.

In seguito a una lunga riflessione e a un'analisi della bibliografia esistente in merito al tema, è emerso l'interesse per lo svolgimento di un'analisi teorica ed empirica del mercato del wedding in generale, per poi approfondire in modo più specifico i cambiamenti che lo hanno interessato negli ultimi vent'anni. Infatti, non è stato rinvenuto alcuno studio accademico che tratti nello specifico questo argomento.

II. Struttura, metodologia e obiettivi di ricerca

L'argomento trattato verterà su un'analisi qualitativa e quantitativa del mercato del wedding in Italia e sui cambiamenti che lo hanno interessato negli ultimi vent'anni. Quello del wedding è un ambito particolarmente interessante visto il coinvolgimento di un numero elevatissimo di figure professionali: dal settore della moda, a quello florovivaistico, passando per la fotografia, la grafica, il videomaking, la ristorazione e molto altro ancora.

Mai come in questo periodo il business del settore dei matrimoni si è allargato verso nuovi orizzonti, rispondendo alle esigenze dei consumatori che sempre di più investono sulla personalizzazione dell'evento. Le dinamiche complessive sono mutate, a partire dal punto di vista professionale con una maggiore preparazione dei professionisti e un innalzamento degli standard qualitativi; passando per il cambiamento digitale, che porta con sé una vetrina da sfruttare per i consumatori e per tutti i fornitori coinvolti, da cui derivano enormi opportunità dal punto di vista del marketing e della comunicazione.

In questo panorama così dinamico nel 2020 si abbatte l'emergenza sanitaria COVID-19, i professionisti del settore sono tra i più colpiti a livello finanziario, la situazione

sanitaria e le restrizioni adottate per gli eventi paralizzano per più di un anno il lavoro dei fornitori. A partire da giugno 2021 il mercato riprende con un boom del fatturato generale dovuto al recupero di tutti gli eventi annullati precedentemente. Il progetto presenterà le caratteristiche del contesto creatosi negli ultimi due anni in seguito agli eventi pandemici, facendo sempre riferimento al mondo del wedding.

In questo contesto emerge una figura che ormai è diventata di fondamentale importanza per il settore: quella del/la Wedding Planner, una professione che prende le mosse dal panorama americano, che risponde alle esigenze di personalizzazione dei consumatori e che, soprattutto nel periodo di pandemia, assume un ruolo fondante nella gestione totale dell'evento.

A partire dalle fonti, questo progetto ha lo scopo di analizzare il settore generale e i cambiamenti da cui è stato investito negli ultimi vent'anni, facendo dapprima una panoramica sul contesto odierno, spostandosi poi verso il passato e, infine, approfondendo l'attività di Wedding Planning, che è forse la meno diffusa e conosciuta in Italia ma che nell'ultimo decennio si sta affermando sempre di più.

Successivamente l'analisi del mercato, delle preferenze dei consumatori, della percezione dell'ambito del wedding oggi e del suo sviluppo nell'ultimo ventennio, assumerà una modalità prettamente empirica, attraverso lo svolgimento di interviste in profondità e di questionari.

Per quanto riguarda l'intervista in profondità la metodologia seguirà la struttura tipica di questa modalità: l'individuazione dell'oggetto di ricerca, la descrizione delle fasi che la compongono, la presentazione della metodologia utilizzata per la raccolta dati, lo svolgimento di un pre-test, la descrizione delle considerazioni emerse in fase di pre-test, la realizzazione dell'intervista a un campione di circa 20 consumatori e le considerazioni finali (contatto, avvio, svolgimento, conclusione). Seguiranno la codifica, l'elaborazione e l'analisi dei dati raccolti.

Il questionario prevederà invece una serie di domande chiuse sottoposte agli intervistati tramite modalità CAWI, seguendo i principi generali per la costruzione del questionario. Le tecniche che potranno essere utilizzate per la costruzione dei quesiti

sono: rating scales, pick any e differenziale semantico. Il questionario sarà sottoposto a una popolazione di riferimento che conterà circa duecento unità statistiche, le cui caratteristiche specifiche saranno delineate sulla base delle considerazioni emerse dall'analisi teorica (sesso, età, condizione sociale). I dati raccolti saranno analizzati tramite l'uso di software, per poi essere interpretati.

Alla luce dell'analisi teorica e di quella empirica si trarranno le conclusioni dell'elaborato.

III. Le domande di ricerca

La ricerca si baserà, dunque, su alcune domande fondamentali che fungeranno da fil rouge per tutto l'elaborato.

- Come si compone il mercato del wedding in Italia?

Questo quesito ha lo scopo di scandagliare il settore a partire dalle dinamiche sociali che caratterizzano oggi il nostro Paese in merito al tema delle unioni civili e religiose, per poi passare a una presentazione del settore dei matrimoni e, in seguito, analizzare nello specifico il ruolo e il lavoro di ciascun fornitore coinvolto.

- Qual è stato l'impatto del COVID-19 sul mercato?

In questo frangente è inevitabile menzionare l'impatto del contesto pandemico sul mercato analizzato. È chiaro come negli ultimi due anni il settore sia stato messo fortemente in crisi dalla situazione sanitaria creatasi; le dinamiche che si sono sviluppate hanno compromesso il lavoro di tutto il comparto, che in alcuni casi specifici ha subito perdite fino al 70% del fatturato rispetto al 2019. Un'analisi dedicata diventa di fondamentale importanza per un contesto così estremo.

- Quali sono le nuove figure emerse?

Le nuove dinamiche sviluppatasi hanno portato con sé il coinvolgimento di figure professionali che precedentemente non trovavano sbocco nel mondo del wedding; si pensi ai service che curano l'illuminazione, ai web designer per la realizzazione di siti che contengono le informazioni essenziali per guidare gli ospiti, o a decoratori e artisti che si occupano, in sostituzione ai catering, dell'allestimento degli ambienti.

Ma la figura che maggiormente ha preso piede in questi anni è quella del/la *wedding planner*, che si occupa dell'organizzazione, gestione e coordinamento dell'evento in toto. Vista l'importanza di questa professione nel panorama odierno, vi sarà una sezione dedicata dell'elaborato.

- **Come è cambiato il mercato del wedding in Italia negli ultimi vent'anni?**

Dopo aver analizzato il contesto odierno è opportuno volgere lo sguardo al passato. Negli ultimi vent'anni il mercato ha subito profonde evoluzioni vedendo cambiare le esigenze dei consumatori. Oggi il matrimonio diventa un vero e proprio evento, a cui vengono destinati maggiore organizzazione, un budget più alto e competenze sempre più precise; al contrario in passato si trattava di eventi più contenuti, che richiedevano un coinvolgimento di forze e fornitori minore.

CAPITOLO 1.

1.1 Scegliersi, un'introduzione teorico-sociologica

La natura sociale dell'uomo è stata oggetto di studio di numerose discipline, dalla psicologia, alla sociologia, alla filosofia. Se da un lato non esiste formula matematica che determini i parametri per ottenere la felicità, ciò che è certo è che le relazioni con chi ci sta a fianco sono parte integrante di essa. Già Aristotele affermava che l'uomo è un animale sociale, ma dopo di lui altri pensatori: Todorov¹, filosofo bulgaro, sostiene che “non vi è felicità senza gli altri”². E cosa ci si promette contraendo in matrimonio, se non la felicità reciproca? Alla base di tale felicità e del matrimonio stesso, sta l'amore condiviso che, citando Adele Bianco³ nel suo studio “Georg Simmel⁴: le forme dell'amore” «si configura come il viatico principale per l'instaurazione di relazioni. Di conseguenza, l'amore, il sentimento che più si ritiene intimo, consente il passaggio dal piano individuale a quello sovra-individuale, collettivo. Parafrasando un vecchio slogan degli anni Settanta del XX secolo, si potrebbe dire che “il personale è sociale”»⁵.

Quando si parla di matrimonio si fa senz'altro riferimento a una scelta, individuale o collettiva a seconda della cultura d'origine, basata su similarità e differenze di coloro che contraggono. Questa scelta è frutto di un insieme di fattori, tra cui possiamo individuare tre forze sociali che assumono particolare rilievo nel modellare le scelte matrimoniali⁶:

1. Le preferenze dei singoli individui nell'individuare le caratteristiche a loro affini appartenenti al coniuge;
2. Il “mercato matrimoniale” e i vincoli che lo compongono: essi consistono nella composizione demografica della popolazione, l'esistenza di ambienti sociali più

¹ CVETAN TODOROV (1939-2017): filosofo e studioso bulgaro, ha svolto diverse ricerche filosofico-antropologiche indagando il rapporto tra l'individuo e la storia.

² BRUNI L., PORTA L., Felicità ed economia: quando il benessere è ben vivere, Milano, Guerini, 2004.

³ ADELE BIANCO: Docente associata presso l'Università degli studi G. d'Annunzio di Chieti-Pescara, dipartimento di scienze filosofiche, pedagogiche ed economico-quantitative.

⁴ GEORG SIMMEL (1858-1918): è stato un sociologo e filosofo tedesco. Ad oggi è considerato uno dei padri fondatori della sociologia, insieme ad Émile Durkheim e Max Weber.

⁵ BIANCO A., George Simmel: le forme dell'amore, Firenze University press, 2011, pag. 52.

⁶ AROSIO L., Sociologia del matrimonio, Roma, Carocci Editore, 2008.

- o meno privilegiati in cui le relazioni di coppia nascono e si consolidano, la distribuzione dei gruppi sul territorio. Questi elementi incidono sulla qualità e sulla frequenza dei contatti fra i membri di gruppi differenti, incidendo quindi sulla probabilità di incontrare un partner con le medesime caratteristiche sociali;
3. Le regole sociali di corrispondenza
 4. L'influenza del gruppo sociale a cui si appartiene.

Esistono due differenti aspettative sulla direzione in cui la cultura, il contesto sociale e le preferenze individuali influenzano la scelta del coniuge:

- La complementarità, l'assunto per cui "*gli opposti si attraggono*": secondo questa interpretazione sono le differenze interpersonali a costituire l'arricchimento reciproco, l'attrazione e la comunicazione della coppia;
- La somiglianza, il celebre "*chi si somiglia si piglia*": questa diversa direzione si basa sulla convinzione che ci sia maggiore attrazione tra persone che condividono gusti, principi, stili di vita e idee.

Nel tempo vari studi si sono occupati di stabilire se e quanto le somiglianze sociali e fisiche portino a conciliare un'unione. Newcomb (1961) afferma che la prossimità fisica prevale rispetto alla percezione di somiglianza, mentre Rosebaum, con la sua "Legge della repulsione" (1981) sostiene che il punto non è tanto l'attrazione verso la somiglianza, quanto la repulsione verso la diversità. In generale sono definite "omogame" le coppie i cui componenti sono vicini per età, religione, nazionalità, appartenenza etnica e territoriale; al contrario sono definite "eterogame" le coppie in cui i partner presentano caratteristiche dissimili.

Usuale oggetto di studio nelle relazioni sociali sono i legami tra coppie di sposi. Questa tendenza nasce, tra le altre cose, dall'esigenza di fare luce sul crescente numero di divorzi. I due approcci che possiamo citare a tal proposito sono *la teoria dello scambio* di Homans (1961) e *la teoria dell'equità* di Walster e Bersheid (1978). La prima sostiene che un individuo rimane in una relazione finché i benefici superano i costi, valutati sulla base delle norme sociali e delle aspettative personali; a questo si aggiunge la valutazione delle alternative, ossia la presenza di altri eventuali partner tra cui

scegliere o la possibilità di rimanere da soli; un terzo elemento da non trascurare è l'investimento emotivo, di tempo e di risorse nella relazione. Le ricerche evidenziano che questi fattori sono senz'altro legati alla durata delle relazioni, ma non tengono conto di altri elementi estremamente soggettivi e non misurabili matematicamente legati alla capacità di impegnarsi in un rapporto, di tollerare la solitudine, della gestione delle emozioni e dei comportamenti impulsivi.

Anche la teoria dell'equità ha come elementi fondanti costi e benefici, che si pongono però in una relazione diversa. In un rapporto soddisfacente gli individui ricevono benefici commisurati ai costi, i rischi possono emergere quando l'equilibrio viene compromesso. Anche in questo caso, tuttavia, si pongono delle obiezioni al modello, che risulta più facilmente applicabile a relazioni di scambio (ad esempio lavorative) piuttosto che a quelle di condivisione (tra partner).

In generale le due teorie presentano più di un punto debole, si basano infatti su un ragionamento di tipo *problem solving*, non tengono conto del ruolo delle aspettative, degli obiettivi e del loro evolversi nel tempo, sottovalutano il ruolo delle pressioni sociali, delle abitudini e la resistenza al cambiamento⁷.

Oltre alle considerazioni fondamentali sull'omogamia e sull'eterogamia, anche le regole sociali di corrispondenza precedentemente citate giocano un ruolo nel processo decisionale. Sono le dinamiche diffuse che impongono la formazione di unioni contraddistinte da accoppiamenti dipendenti delle qualità dei due partner. Tali dinamiche predicono, in particolare, che una donna sarà spesso posta in una posizione di inferiorità rispetto agli uomini. Forse in tempi più recenti tali condizioni stanno gradualmente cambiando, ma è ancora presente il ricordo di come fosse consuetudine per una donna sposare un uomo più anziano, più istruito e con uno status sociale più elevato.

⁷ Le informazioni qui riportate sono state ricavate da documentazione disponibile presso il sito web dell'Università degli Studi di Bari Aldo Moro al link: https://w3.uniba.it/ricerca/dipartimenti/scienze-politiche/docenti/archivio-cartelle-docenti/tanucci-giancarlo/tanucci-a.a.-2014-2015/LucidiCap5_LerelazionisocialiPSSOCIALEAA14_15SCIENZEPOLITICHE.pdf

Ma al di là delle dinamiche sociali che favoriscono o meno l'unione coniugale, non va trascurata la presenza del sentimento dell'amore, analizzato da Simmel dal punto di vista sociologico. Nell'abstract dello studio di Adele Bianco dedicato al sociologo si evidenzia:

«Firstly, love makes it possible for two different people to achieve a unity from diversity. That means that love builds sociality by starting from the deepest parts of each individual. It also means that the building of society is the result of a shifting from the individual to the super-individual level. Secondly, Simmel believes that love is a dynamic process transforming both partners. Finally, the different forms (expressions) of love have been evolving: from the Platonic one to the universal one towards humanity, to Christian love, to modern love; in particular, the characters of modern love appear to be more dynamic»⁸.

Analizzando questa citazione, dunque, è chiaro che l'amore assume un ruolo di fondamentale importanza nella costruzione della socialità, della coppia stessa e della singola personalità degli individui coinvolti nella relazione e non solo, la coppia diventa base di costruzione della famiglia, nucleo "intrinsecamente differente da tutte le altre relazioni sociali"⁹. Sono Morgan, Engels e Bachofen a interpretare la famiglia come istituzione storico-sociale¹⁰. Questa relazione assume caratteristiche, peculiarità e configurazioni diverse a seconda degli stimoli sociali del contesto in cui si inserisce. L'industrializzazione, ad esempio, non ha avuto gli stessi effetti sulla famiglia giapponese e inglese. Non ha avuto neppure lo stesso effetto sulla famiglia artigianale e aristocratica, su quella rurale e quella urbana borghese, in Italia o in altri paesi europei¹¹. Le ragioni dell'evoluzione dei concetti di coppia e famiglia vanno indagate tenendo conto degli aspetti storici, sociali, interpersonali e soggettivi che orbitano intorno ad esse¹².

⁸ BIANCO A., George Simmel: le forme dell'amore, cit. abstract.

⁹ DONATI P. Manuale di sociologia della famiglia, Editori Laterza, Bari, 2006

¹⁰ MICHEL A. Sociologia della famiglia, Il Mulino, Bologna, 1973

¹¹ SARACENO C., Sociologia della Famiglia, il Mulino; Bologna, 1996.

¹² SALERNO A. Vivere insieme. Tendenze e trasformazioni della coppia moderna. Il Mulino, Bologna, 2010.

1.2 Il matrimonio oggi in Italia, i dati

Una volta analizzato dal punto di vista teorico e sociologico il processo di formazione della coppia, è utile per questo studio volgere lo sguardo al contesto attuale per ciò che concerne matrimoni e unioni civili in Italia. Nel 2019 sono stati celebrati nel nostro Paese 184.088 matrimoni¹³, numero in forte calo per il 2020, quando i matrimoni sanciti sono stati il 47,4% (in numeri, circa 87mila) in meno, giungendo a 96.840¹⁴. Da questi dati risulta chiaro come la pandemia abbia fortemente inciso sulla decisione di convolare a nozze o meno. I rinvii sono stati numerosi e hanno provocato una lieve ripresa del mercato nel 2021, anche se, secondo i report Istat, non sarà sufficiente a colmare le lacune formatesi nell'anno precedente. A diminuire sono state anche le unioni civili tra partner dello stesso sesso (-33,0%), le separazioni (-18,0%) e i divorzi (-21,9%).

I picchi in negativo si osservano soprattutto a partire da marzo 2020 e si accentuano per i mesi successivi, ad aprile e maggio, in ragione delle pesanti restrizioni imposte dal contesto pandemico. Oltre alle misure di contenimento che si sono protratte per tutto il 2020 e i primi mesi del 2021, a incidere sul calo delle nozze sono stati gli effetti sociali ed economici della crisi sanitaria. La diminuzione della nuzialità dell'ultimo periodo accentua il trend in atto negli ultimi quarant'anni, strettamente collegato al cambiamento delle condizioni sociali, economiche e demografiche del nostro paese. Il posticipo dell'età matrimoniale e la crescita delle cosiddette "libere unioni" sono fattori che incidono in modo particolare sul fenomeno in atto.

Nell'ultimo anno, il calo delle nozze è molto più pronunciato al Sud (-54,9%), si parla di cifre minori ma comunque significative al Centro (-46,1%) e al Nord (-40,6%). Tali differenze emergono in virtù delle diverse abitudini e tradizioni culturali che contraddistinguono il nostro Paese, che vede più tipologie di celebrazioni e festeggiamenti a livello di partecipazione. Se consideriamo i dati dell'indagine Istat

¹³ ISTAT, 18 febbraio 2021, Matrimoni, unioni civili, separazioni e divorzi (anno 2019), Roma

¹⁴ ISTAT, 21 febbraio 2022, Matrimoni, unioni civili, separazioni e divorzi (anno 2020), Roma

“Famiglie, soggetti sociali e ciclo di vita” del 2016¹⁵ appartiene al Mezzogiorno il primato di matrimoni con almeno 200 invitati, che sono il 19,8% del totale, rispetto al 10,2% delle nozze tenutesi al Nord; stessa tendenza per le celebrazioni con più di 100 invitati (il 55,8% del totale al Sud, contro il 39,3% del Nord)¹⁶.

Considerando un periodo di tempo più ampio, possiamo percepire in modo chiaro la diminuzione continua e costante delle celebrazioni nuziali nel nostro paese. Sono gli ultimi due decenni, in particolare, a registrare la diminuzione più acuta, dovuta al crollo della natalità e al conseguente ridimensionamento delle nuove generazioni. Via via che queste generazioni raggiungono l'età media stimata per le nozze, diminuisce la numerosità della popolazione in età da matrimonio, facendo così calare drasticamente il numero totale delle nozze.

L'Istat definisce questo fenomeno un “effetto struttura” legato al cambiamento della composizione della popolazione per età. La diminuzione delle nascite che interessa il contesto italiano da più di trent'anni, ha fatto sì che cali la popolazione i 16 e i 34 anni, ossia la fascia in cui avvengono più sovente le prime nozze. Nel 2008 i giovani di età compresa tra i 16 e i 34 anni erano 1 milione e 300 mila in più rispetto al 2014¹⁷.

L'immagine riportata in seguito mostra la variazione di matrimoni, unioni civili, separazioni e divorzi in Italia nel periodo 2008-2020, in valori assoluti, percentuali e per mille. È rappresentato inoltre il tasso di primo-nuzialità e l'età media stimata per il primo matrimonio per uomini e donne. Come possiamo notare, quest'ultima si è alzata di circa tre anni per le donne e di due anni per gli uomini, a conferma della tendenza di cui sopra. Calo drastico anche per i primi matrimoni, 212.476 nel 2008 e solo 69.743 nel 2020.

¹⁵ Ivi, pag. 2

¹⁶ ISTAT, Rapporto annuale 2021. La situazione del Paese, 9 luglio 2021, Roma

¹⁷ ISTAT, *in Italia sempre meno matrimoni*. Dal 2008 raddoppiate le unioni di fatto, La Repubblica, 21 novembre 2015,

https://www.repubblica.it/cronaca/2015/11/12/news/istat_in_italia_sempre_meno_matrimoni_rad_doppiate_coppie_di_fatto-127170898/?ref=search

PRINCIPALI INDICATORI	2008	2010	2012	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Matrimoni totali	246.613	217.700	207.138	189.765	194.377	203.258	191.287	195.778	184.088	96.841
Matrimoni di sposi entrambi italiani	209.695	192.618	176.414	161.487	164.952	172.142	158.964	161.845	149.903	78.009
Primi matrimoni	212.476	186.045	174.583	159.127	160.798	165.316	152.500	156.870	146.150	69.743
Tasso primo-nuzialità M (16-49) per mille	531,7	477,1	461,1	428,1	436,8	456,4	425,0	437,4	410,4	195,7
Tasso primo-nuzialità F (16-49) per mille	589,2	526,7	506,3	468,5	480,4	502,8	470,3	485,5	454,7	220,3
Età media primo matrimonio M (16-49)	32,1	32,5	32,7	33,1	33,3	33,4	33,6	33,7	33,9	34,1
Età media primo matrimonio F (16-49)	29,4	29,9	30,2	30,7	30,9	31,1	31,3	31,5	31,7	32,0
% matrimoni civili	36,7	36,5	41	43,1	45,3	46,9	49,5	50,1	52,6	71,1
% primi matrimoni civili di entrambi italiani	20,0	22,1	24,5	27,0	28,7	29,9	30,9	31,3	33,4	54,6
Matrimoni di stranieri con almeno un residente	6.535	3.492	5.610	4.195	4.165	4.074	4.890	5.451	5.924	3.591
Unioni civili							4.376	2.808	2.297	1.539
Separazioni totali	84.165	88.191	88.288	89.303	91.706	99.611	98.461	98.925	97.474	79.917
Divorzi totali	54.351	54.160	51.319	52.355	82.469	99.071	91.629	88.458	85.349	66.662

18

A queste dinamiche possiamo aggiungere alcune note in merito a brevi oscillazioni avvenute nel 2000, per l'attrattività che il nuovo millennio ha esercitato sulla volontà di convolare a nozze, e nel triennio tra il 2008 e il 2011 quando invece si è registrato un picco in negativo, dovuto alla crisi finanziaria e al crollo dei matrimoni dei cittadini stranieri in conseguenza alla politica legislativa di quel periodo, volta a limitare i matrimoni di comodo¹⁹.

A diminuire è la nuzialità tra i giovani. La propensione al matrimonio è in calo anche in concomitanza di alcuni fattori fondamentali quali:

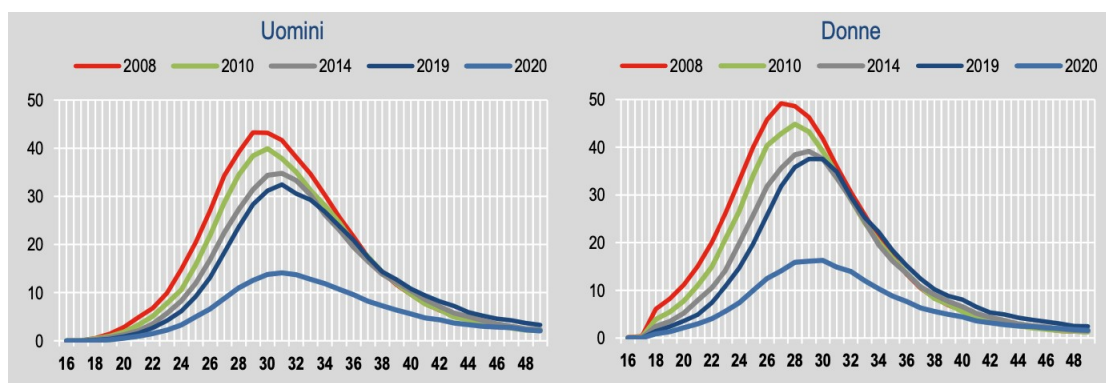
- La permanenza prolungata nella famiglia d'origine;
- La maggiore scolarizzazione e la tendenza a concludere il percorso di studi più tardi rispetto al passato;
- Il complesso accesso al mercato del lavoro;
- La difficoltà rispetto all'acquisto della prima casa.

A questi elementi si aggiungono la crescita delle convivenze prematrimoniali e delle

¹⁸ ISTAT, 21 febbraio 2022, Matrimoni, unioni civili, separazioni e divorzi.

¹⁹ L'art. 1 comma 15 della Legge n. 94 di luglio 2009 ha modificato l'art. 116 CC. Lo scopo ultimo della riforma è quello di impedire i matrimoni di comodo. Tale legge si applica ai matrimoni misti e a quelli con entrambi gli sposi stranieri. La Corte Costituzionale nel luglio 2011, con la sentenza n. 245/2011, ha dichiarato costituzionalmente illegittimo l'art. 116, comma 1, c.c., come modificato dall'art. 1, comma 15, della Legge n. 94 del 2009, limitatamente alle parole "nonché un documento attestante laregolarità del soggiorno nel territorio italiano", poiché il divieto generale di celebrare il matrimonio dello straniero non regolarmente soggiornante in Italia rappresenta uno strumento sproporzionato, irragionevolmente lesivo del diritto fondamentale di ogni essere umano di contrarre matrimonio.

unioni libere. In particolare, a confermare la diffusione di queste ultime, vi sono le statistiche che dimostrano come oltre un nato su quattro nel 2014 aveva genitori non coniugati.



²⁰

Tassi di primo-nuzialità per genere ed età. Anni 2008, 2010, 2014, 2019 e 2020, valori per mille uomini e per mille donne.

Un trend non ottimistico, quindi, per quello che concerne il mercato matrimoniale in Italia che, in sintesi, vede sempre meno matrimoni e sposi sempre più maturi. Gli anni della pandemia hanno visto una contrazione dei matrimoni *under-40*, anche se quello che si osserva nel 2021 è un ritorno alla struttura per età risalente al 2019. I matrimoni *under-29*, invece, vedono una diminuzione rispetto al periodo pre-pandemico a conferma delle difficoltà, evidenziate precedentemente, dei giovani a formare una famiglia, tanto più in un periodo di crisi economica e inflazione in aumento come quello corrente.

1.3 Il mercato del wedding, una panoramica generale dei quattro settori principali del mondo pre-pandemico

Nell'anno corrente, il 2022, il settore dei matrimoni ha registrato un aumento rispetto ai due anni precedenti, dovuto senz'altro alla ripresa degli eventi post-pandemia. A trarne vantaggio ci sono tutte le figure professionali che in esso vengono coinvolte. Se

²⁰ ISTAT, Matrimoni, unioni civili, separazioni e divorzi, cit. pag. 5.

si pensa al numero di settori che viene interessato dall'organizzazione di un evento come un matrimonio, è possibile stilare una lista ben più lunga di quanto si possa immaginare. Per questo motivo il mercato del wedding è di fondamentale importanza per le numerosissime figure che provengono in particolar modo dal mondo dell'artigianato. Per ciò che riguarda l'organizzazione della festa e del ricevimento, il confezionamento e la vendita degli abiti, siano essi da sposa o da cerimonia, bomboniere, allestimenti floreali, catering e riprese video e fotografiche, i dati contano, per il 2016, circa 83 000 imprese attive in Italia²¹. Negli anni precedenti al periodo pandemico i dati per le principali figure professionali coinvolte erano in positivo.

In particolare, a crescere di più erano i wedding planner, le cui attività erano 1.655 (+9,6% dall'anno precedente) e i catering (+9,1%). Attorno ad essi vi sono le imprese che si occupano di abbigliamento dedicato, negozi al dettaglio di fiori e piante e il settore dell'oggettistica dedicata alle bomboniere.

Regione	Imprese attive nei settori legati alla celebrazione delle nozze al 31.12.2017 per regione									Totale	Var. % 2016/2017
	Confezione di altro abbigliamento esterno	Commercio al dettaglio di confezioni per adulti	Commercio al dettaglio di fiori e piante	Commercio al dettaglio di bomboniere	Fornitura di pasti preparati (catering per eventi)	Altre attività di riprese fotografiche	Agenzie matrimoniali e d'incontro	Organizzazione di feste e cerimonie			
Abruzzo	632	784	446	46	23	258	7	30	2.226	3,1%	
Basilicata	121	323	182	16	4	139	1	11	797	2,2%	
Calabria	396	1.275	798	58	20	430	5	28	3.010	1,5%	
Campania	2.701	5.224	1.747	293	113	1.214	14	148	11.454	3,5%	
Emilia Romagna	1.825	1.864	936	58	72	820	25	85	5.685	0,7%	
Friuli - Venezia Giulia	200	435	270	17	10	208	9	15	1.164	-0,1%	
Lazio	1.556	3.809	1.407	165	199	622	22	509	8.289	2,6%	
Liguria	346	847	349	27	20	249	11	22	1.871	2,2%	
Lombardia	3.275	3.181	1.811	139	292	1.687	35	216	10.636	1,8%	
Marche	787	689	400	26	23	360	5	32	2.322	3,1%	
Molise	105	205	107	10	2	49	2	9	489	0,6%	
Piemonte	1.177	1.537	1.047	45	71	777	30	88	4.772	1,0%	
Puglia	1.401	2.580	917	111	47	857	10	78	6.001	0,6%	
Sardegna	272	713	454	7	24	198	3	48	1.719	1,5%	
Sicilia	694	2.586	1.108	161	81	1.015	8	96	5.749	2,1%	
Toscana	4.189	1.956	838	49	121	625	24	140	7.942	4,1%	
Trentino - Alto Adige	200	345	131	3	37	291	4	6	1.017	0,8%	
Umbria	423	491	348	25	25	140	3	12	1.467	-0,5%	
Valle d'Aosta	21	52	22	1	3	28	0	1	128	-1,5%	
Veneto	2.215	1.668	940	61	68	787	17	81	5.837	1,7%	
ITALIA	22.536	30.564	14.258	1.318	1.255	10.754	235	1.655	82.575	2,1%	
Var. % 2016/2017 Italia	2,1%	4,3%	-1,7%	1,2%	9,1%	-0,1%	-11,3%	9,6%	2,1%		

Fonte: Elaborazione Camera di Commercio di Milano, Monza Brianza Lodi su dati Registro Imprese

22

Prendendo in esame i singoli fornitori, o almeno i principali, proviamo a dare uno spaccato della situazione per ciò che riguarda il mercato delle nozze, analizzando dapprima i dati precedenti alla pandemia, in modo da dare una panoramica del settore

²¹ CAMERA DI COMMERCIO MILANO MONZABRIANZA LODI, Il business dei matrimoni. In Italia dire "si" vale 15miliardi di euro. 6 miliardi in Lombardia. Dati risalenti al 31/12/2017.

²² Ivi, cit. pag 3.

in condizioni di normalità. Successivamente, in un paragrafo dedicato, sarà approfondito l'impatto della crisi sanitaria sul mondo degli eventi matrimoniali. I dati e le informazioni riportate successivamente, dunque, risaliranno agli anni 2019 e precedenti.

1.3.1 La moda sposa

Quello degli abiti da sposa è senz'altro uno dei settori principali nell'ambito che stiamo analizzando, che da qualche anno sta subendo fortissime variazioni. Marchi legati a produzioni in stock, provenienti prevalentemente dalla Cina, e a modelli di acquisto che possiamo definire "obsoleti" fondati su negozi poco o per niente customizzati, presentano grosse difficoltà a gestire il proprio business. Prendiamo come esempio i due casi presentati dal giornale "il Sole 24 Ore"²³: nell'estate del 2017 diecimila abiti da sposa furono scaricati da un container proveniente dalla Cina e lasciati in un magazzino a San Diego (California): Alfred Angelo, una catena specializzata nella vendita di moda sposa, fallisce. Allo stesso modo David's Bridal nel 2018 chiede aiuto per debiti di miliardi di dollari.

Questo fenomeno è rappresentativo di una nuova esigenza degli acquirenti, che cercano un prodotto maggiormente personalizzato e soprattutto un'esperienza d'acquisto diversa. La tendenza che va sviluppandosi ad oggi va verso la personalizzazione, la ricerca dell'*hand made*, lo shopping meno seriale possibile. Soprattutto in Italia, dove la cultura della moda è maggiormente radicata, il cosiddetto "pronto moda sposa", ossia l'acquisto di abiti da sposa nelle grandi distribuzioni, è molto meno diffuso rispetto al mercato statunitense. Nel 2018 in Italia il settore degli abiti da sposa valeva 600 milioni di euro. In media nel nostro Paese si spendono dai 1400 ai 3000 euro per l'abbigliamento del grande giorno, mentre nei mercati esteri, come quello americano, le cifre si attestano sui 1200 dollari. In Italia si spende di più al sud, dove i mercati sono più attenti al tema.

²³ BEGHELLI C., Ilsole24ore.com, 30 marzo 2019, https://www.ilsole24ore.com/art/abiti-sposa-e-cerimonia-business-600-milioni-euro-italia-AEI4NwPE?refresh_ce=1

La crescita della moda sposa “couture” nel nostro Paese si conferma con l’incredibile successo di alcuni marchi in particolare, come Atelier Bridal, appartenente al gruppo Cal&Co, che in un anno ha registrato una crescita dell’80%. Marchio leader mondiale del settore con 176 milioni di fatturato annuo è Prosposa²⁴ che in Italia occupava nel 2018 il 14% del mercato. Le nuove proposte attuate per rispondere alle esigenze di personalizzazione e attenzione al prodotto, vedono l’uso di materiali naturali come fibra di banana, seta, canapa, bambù, cotone bio, realizzati e lavorati in loco al 100% rispettosi dell’ambiente.

Internet ha acquisito un ruolo fondamentale nella scelta degli abiti da sposa negli ultimi anni. Social come Pinterest e Instagram stanno gradualmente sostituendo i negozi fisici per ciò che concerne una prima selezione di stili. Come prevedibile, sono soprattutto i giovani a preferire questo tipo di strumenti.

Anche gli over 65 stanno contribuendo alla crescita del settore della moda da nozze: secondo i dati Istat i matrimoni tra persone più mature sono aumentati del 56% in dieci anni, per questo motivo le aziende si stanno gradualmente specializzando nelle produzioni di abiti per spose più *agée*²⁵.

1.3.2 Il settore florovivaistico

Nel 2019 il valore della produzione legata al settore florovivaistico in Italia ha superato i 2,7 miliardi di euro. Dopo un lungo periodo di difficoltà durato un decennio, i dati registravano la crescita del comparto per il terzo anno di seguito. Le cifre si aggirano intorno ai +160 milioni di valore rispetto al 2018 e +176 rispetto al 2017. Cifre record quelle registrate dal settore nel periodo subito precedente alla pandemia.

Se si fa riferimento al solo settore florovivaistico dedicato all’ambito delle nozze, negli ultimi anni si fa spazio una figura nuova, quella del *wedding flower designer*. Il *wedding flower designer* ha il compito di consigliare gli sposi nella scelta dell’allestimento florale e nell’organizzazione di un matrimonio, gestendo il tutto con

²⁴ Tutti quelli citati sono nomi di fantasia per garantire l’anonimato delle aziende e degli attori sociali coinvolti.

²⁵ Ibidem

originalità e unicità, elementi che abbiamo visto essere diventati di fondamentale importanza per l'organizzazione delle nozze. Esattamente come farebbe un artista, il wedding flower designer realizza delle opere che possano identificare e rispecchiare al meglio lo stile e le caratteristiche degli sposi. Considerando che negli ultimi anni le cerimonie contano sempre meno invitati, specialmente nel nord-Italia, gli sposi dedicano un budget più elevato all'allestimento floreale, per questo motivo l'attenzione ai particolari cresce sempre di più. Tuttavia, il ruolo del fiorista specializzato nell'allestimento nuziale è anche quello di realizzare al meglio le richieste del cliente anche quando il budget è più ristretto, trovando soluzioni che si adattino ai colori, alle forme, alle quantità e allo spirito dell'evento. Sarà poi il gusto, la professionalità e la capacità di adattamento del professionista a determinare la riuscita del progetto. Personalizzazione, dunque, rimane la leva di marketing principale anche per ciò che concerne l'allestimento floreale del grande giorno.

Gli elementi fondamentali che interessano il settore sono:

- L'acquisto del materiale all'ingrosso: l'acquisto all'ingrosso è estremamente sviluppato e occupa la quasi totalità del mercato florovivaistico. Sono pochi i fioristi che optano per una produzione propria di fiori realizzando vivai a loro uso esclusivo. I prezzi del mercato all'ingrosso vengono calcolati a stelo in base alla qualità e al tipo di fiore considerato e oscillano da 10 centesimi a 1 euro, si va oltre l'euro in mercati particolarmente esclusivi, come quello di Sanremo²⁶.
- Selezione e divisione in categorie: a seconda della qualità del fiore reciso il materiale viene suddiviso per categorie: extra, prima scelta, seconda scelta. I criteri dell'attribuzione a una delle categorie sono determinati soprattutto in funzione della grossezza e del numero di petali del fiore della lunghezza dello stelo, della sanità del fiore.
- Stagioni e linee di accostamento: a dettare le regole non sono solo le esigenze del cliente ma anche la stagionalità dei fiori, anche se il problema è spesso ovviato dalla possibilità di importare specie dall'estero o di optare per fiori coltivati in serra. Le linee di accostamento sono realizzate tenendo presente alcune caratteristiche fondamentali

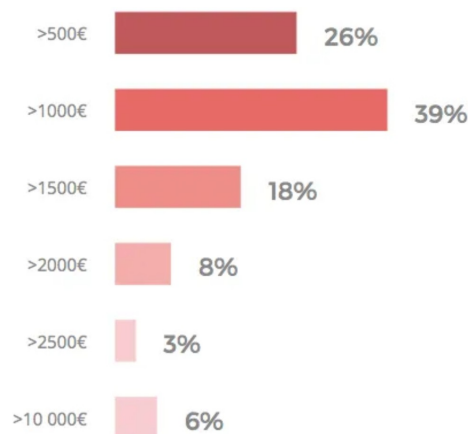
²⁶Informazioni pervenute nel sito

<https://www.ismeamercati.it/flex/cm/pages/ServeBLOB.php/L/IT/IDPagina/988> che fornisce una panoramica del prezzo per stelo delle varie tipologie di fiore.

come il peso ottico, la massa, il volume e il punto ottimale dell'allestimento nel suo insieme. Anche la psicologia del colore ha un ruolo di fondamentale importanza nella scelta degli elementi da accostare²⁷.

Anche il comparto florovivaistico ha subito negli ultimi anni cambi di tendenze e di bisogni da parte dei consumatori finali, legati anche alla crescita dei prezzi del servizio, che probabilmente non è destinata ad arrestarsi vista la crisi economica che imperversa negli ultimi mesi sul settore. Confagricoltura, infatti, stima che l'aumento per il prossimo mese potrebbe arrivare al +70% rispetto al 2021, con punte che rischiano di superare il 100%²⁸. Al netto di ciò, se precedentemente il prezzo medio di un allestimento floreale dedicato all'evento nuziale si aggirava tra i 1500 e i 3000²⁹ euro, per i prossimi mesi ci si dovrà aspettare un raddoppio. Per questo motivo è sempre più usuale che gli sposi preferiscano alternative ai classici fiori recisi. Sempre di più sono coloro che optano per le piante aromatiche, più economiche e riutilizzabili anche successivamente; le location ma anche gli operatori del settore propongono composizioni di fiori finti, che oltre a ridurre la spesa totale, rappresentano un'alternativa sostenibile all'utilizzo di fiori recisi che non possono che essere gettati dopo l'evento.

Matrimonio.com, la principale piattaforma italiana online utilizzata per l'organizzazione di nozze ed eventi in genere, stima che nel 2018 il 26% degli sposi ha speso più di 500 euro per i fiori, quasi il 40% supera i 1000 euro, il 18% ha dedicato alla spesa un budget superiore ai 1500 euro. Le percentuali vanno assottigliandosi man mano che la cifra cresce, come evidenziato dal grafico a fianco.³⁰



²⁷ BARRETTA E., Wedding planner & event manager. Strumenti e strategie per diventare un vero professionista. FrancoAngeli, Milano, 2015.

²⁸ Florovivaismo nella morsa della crisi, 13 settembre. 2022, Cuoreeconomico.com, <https://www.cuoreeconomico.com/caro-prezzi-confagricoltura-florovivaismo-nella-morsa-della-crisi/>

²⁹ Tasse-fisco.com 26 ottobre 2021, <https://www.tasse-fisco.com/famiglia-e-matrimonio/quanto-costa-matrimonio-italia/56286/>

³⁰ Quanto costa il matrimonio perfetto. Servono circa 24mila per coronare il sogno di una vita. Un business miliardario che per le aziende del settore è destinato a crescere. 19 maggio 2018, <https://www.wired.it/economia/business/2018/05/19/matrimonio-costo-italia/>

1.3.2 Ristorazione, catering e location: il ricevimento

La voce di spesa che porta il peso più consistente nell'organizzazione di un matrimonio è sicuramente quella della ristorazione. Consideriamo in questa categoria la ristorazione interna alla location (ristorante o villa attrezzata), il catering e il costo di affitto della location, ossia gli elementi che vanno a comporre il ricevimento di nozze. Se in media nel 2018 il costo di un matrimonio si attestava sui 23.000 euro³¹, la fetta di budget maggiore è occupata proprio dal pranzo o dalla cena. Per un ricevimento che ospita 100 invitati il prezzo indicativo si aggira tra i 100 e i 130 euro a persona, con picchi tra gli 80 e i 200 euro. È chiaro, dunque, come oltre la metà del budget totale venga dedicato al cibo. A questa cifra dovrà essere aggiunto il costo di affitto della location, nel caso non sia dotata di ristorazione interna. Tale costo può essere estremamente variabile a seconda dell'esclusività del luogo prescelto: può oscillare dai 1000 euro nel caso di sale ricevimenti, ai 10 000 euro per dimore storiche, castelli, ville esclusive o hotel di pregio in città che presentano particolarità culturali, come Venezia, Firenze o Roma.

Il quadro generale del settore della ristorazione in Italia presentava una situazione già poco stabile prima della crisi sanitaria. Nel 2018 hanno avviato l'attività 13.629 imprese, mentre oltre 25.900 l'hanno cessata. Nei primi nove mesi del 2019 hanno avviato l'attività 10.231 imprese mentre 19.674 l'hanno cessata. Il saldo è negativo per 9.443 unità³².

Per ciò che riguarda il comparto catering, le aziende che si occupano di ristorazione collettiva e attività di banqueting sono più di 3.200, le regioni che presentano una maggiore concentrazione di essere sono il Lazio, la Toscana, la Campania e la Lombardia. Considerando che per imprese di catering non si intendono solo quelle che si occupano prettamente di ricevimenti matrimoniali, ma anche della ristorazione

³¹ Ibidem

³² SBRAGA L., ERBA G. R., Ristorazione. Rapporto annuale 2019, Confcommercio, Fipe 2019. Report elaborato con informazioni disponibili al 31 dicembre 2019.

presso fiere ed altri eventi, è difficile isolare dati che si riferiscano solo allo specifico ambito nuziale. Tuttavia, è chiaro come, a partire dal 2011, l'uso del catering anche per eventi di dimensioni contenute sia esploso, la sua crescita, infatti, è la più importante dell'intero comparto della ristorazione nazionale nei dieci anni precedenti alla crisi finanziaria³³. I vantaggi derivanti dalla scelta di affidarsi ad un'azienda che si occupa di food and beverage sono molteplici: sempre più spesso le imprese della ristorazione collettiva si occupano, oltre che del cibo, anche dell'allestimento e della gestione del matrimonio, fornendo materiale e servizi aggiuntivi, adattandosi così alle nuove esigenze degli sposi di cui si è spesso trattato precedentemente.

1.3.2. Il comparto della gioielleria: le fedi nuziali

Per avere una panoramica della quantità di fedi nuziali vendute sul mercato precedentemente alla crisi sanitaria possiamo fare un rapido calcolo: se nel 2019 in Italia sono stati celebrati 184.088 matrimoni³⁴ possiamo derivare che il numero di anelli nuziali venduti siano circa 368.176.

Se precedentemente erano solo i negozi fisici a occuparsi del commercio al dettaglio degli anelli, con la diffusione capillare dell'utilizzo di internet è tutt'altro che inusuale che anche grandi brand della gioielleria di lusso diano la possibilità di acquistare online la fede³⁵. Facendo una breve ricerca nei forum dedicati all'organizzazione dei matrimoni emerge che la scelta di preferire un e-commerce deriva nella maggior parte dei casi dal fatto che tramite la navigazione è più semplice confrontare i prezzi di un singolo gioiello e optare per quello più economico. Ciò che invece spinge all'acquisto in negozio è lo scetticismo che nasce in merito all'originalità del gioiello e della sua effettiva preziosità, difficili da dimostrare per un e-commerce se non legato a un brand storico che porta con sé credibilità e fiducia.

Fino ad ora, nell'analisi dei settori interessati nel comparto nuziale è stato mantenuto

³³ ISTAT, 21 febbraio 2022, Matrimoni, unioni civili, separazioni e divorzi., 18 febbraio 2021, Matrimoni, unioni civili, separazioni e divorzi (anno 2019), Roma

³⁴ Ibidem.

³⁵ Si vedano ad esempio: <https://www.tiffany.it/jewelry/rings/tiffany-classic-wedding-band-ring-GRP00364/> o https://www.damiani.com/it_it/bridal/matrimonio oppure ancora <https://www.cartier.com/it-it/gioielleria/fedi>.

un riferimento alla situazione precedente al 2020, anno dell'inizio della crisi da COVID-19, ma per questo specifico settore una menzione particolare va dedicata ad un fenomeno di grande importanza per il mercato della gioielleria. In questo caso sarà presentata la situazione tra il 2019 e il periodo corrente, per poi volgere lo sguardo al futuro: i report, infatti, prevedono per i prossimi anni una grandissima crescita del comparto del prezioso. A livello globale il mercato dei gioielli è stato stimato nel 2019 per un valore di 280 miliardi di dollari, ci si aspetta una progressione a un CAGR³⁶ del 3-4% entro il 2027³⁷. Questa crescita è dettata dall'interesse degli acquirenti all'acquisto di beni di lusso, ritenuti simbolo di uno stile di vita agiato e felice.

Il momento propizio del mercato mondiale dei gioielli si rispecchia anche in Italia, dove, dopo una leggera inflessione delle vendite dovuta alla perdita del ruolo del gioiello come regalo simbolo dei grandi momenti della vita (surclassato da doni tecnologici), ad oggi il settore ha ripreso la crescita, dimostrata anche dalle performance economiche di molti marchi di gioielleria a partire dal 2019.

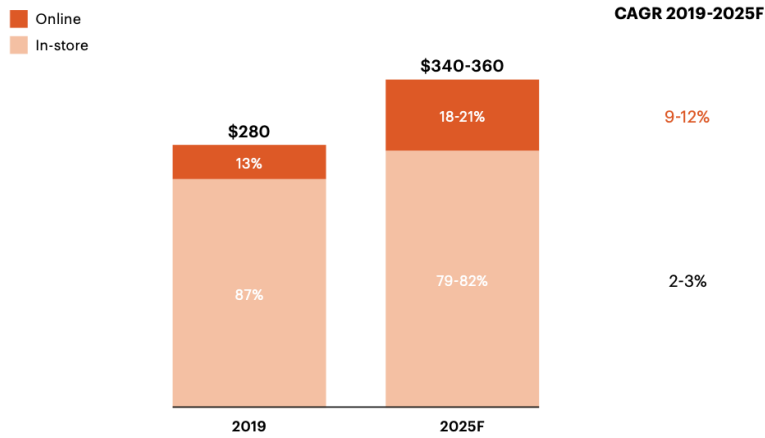
Sul suolo italiano tra il 2016 e il 2017 il numero totale delle gioiellerie è cresciuto del 3,6%, con esse è aumentato anche il numero di addetti, arrivando a 36.243 (+4,8%). A registrare maggiori profitti sono coloro che hanno deciso di attivare canali online per la vendita di gioielli. Il grafico sottostante mostra come il mercato della vendita via internet è destinato a crescere a livelli notevoli fino al 2025.

³⁶ Compounded Average Growth Rate, il tasso annuo di crescita.

³⁷ Businesscoot.com, Il mercato della gioielleria. Italia, <https://www.businesscoot.com/it/studio-di-mercato/il-mercato-della-gioielleria-italia>

Global online fine jewellery sales are expected to grow to 18–21% of total sales in 2025, up from 13% in 2019

USD BILLION; SHARE OF SALES BY CHANNEL (%)



38

Source: McKinsey analysis, expert interviews

Ma la vera crescita deve ancora sopraggiungere: secondo il report *The State of Fashion: Watches and Jewellery* di McKinsey&Company³⁹ la crescita annua fino al 2025 sarà addirittura dall'8 al 12%, raggiungendo i 360 miliardi di dollari.

The global branded fine jewellery market is expected to grow significantly in the coming years, with Asia leading overall global growth

MARKET VALUE, USD BILLION

	2019	2025F	CAGR (2019-2025F)
Total branded fine jewellery market	50	80-100	8-12%
Geographic region			
Asia	24	42-53	10-14%
Europe	11	16-20	5-9%
Americas	13	18-22	4-7%
Other	2	4-5	6-10%
Price position			
Ultra-luxury (>\$36,000)	2	4-5	6-10%
Luxury (\$1,801-\$36,000)	21	35-44	9-13%
Premium (\$360-\$1,800)	27	41-51	7-11%

Note: All market valuation figures are approximates

Source: McKinsey analysis, expert interviews

40

L'industria non è solo in positivo, presenta anche alcune tendenze che la definiranno per i prossimi anni. Tra queste vi è la necessità di sviluppare linee di anelli di

³⁸ MCKINSEY&COMPANY, *The state of Fashion: Watches and Jewellery*, giugno 2021.

³⁹ Ivi, cit. pag. 70

⁴⁰ Ivi, cit. pag 13

fidanzamento sempre più *genderless* o comunque rivolti a un pubblico maschile; sempre più spesso, infatti, la proposta di matrimonio viene anche da parte delle donne, diversamente da come vuole la tradizione; d'altro canto, cresce il numero di Paesi che legalizzano le unioni tra persone dello stesso sesso. I maggiori marchi stanno già mostrando uno slancio verso la produzione di una gamma di modelli dedicati alle nuove prospettive. In funzione delle odierne evoluzioni del comportamento dei consumatori, sono molteplici i cambiamenti che interesseranno il mercato: dalla diffusione di nuove pietre e materiali, al rapporto con il cliente finale e la sua esperienza di acquisto⁴¹.

Attraverso questa breve analisi sono stati analizzati i quattro principali comparti che interessano il mondo del wedding, ma è chiaro che sono molteplici quelli non citati e che ruotano attorno al settore del matrimonio: dalla grafica per la stationary, il coordinato cartaceo delle nozze, alla fotografia e videomaking, per giungere all'intrattenimento musicale.

Come affermato precedentemente, le informazioni qui riportate fanno riferimento agli anni precedenti alla crisi sanitaria da COVID-19 che ha origine nel 2020, questa scelta è stata fatta per dare conto della situazione del mercato in tempi definibili *normali*; tuttavia, è assolutamente opportuno dedicare un'analisi apposita al considerevole impatto che la pandemia ha avuto sull'ambito considerato.

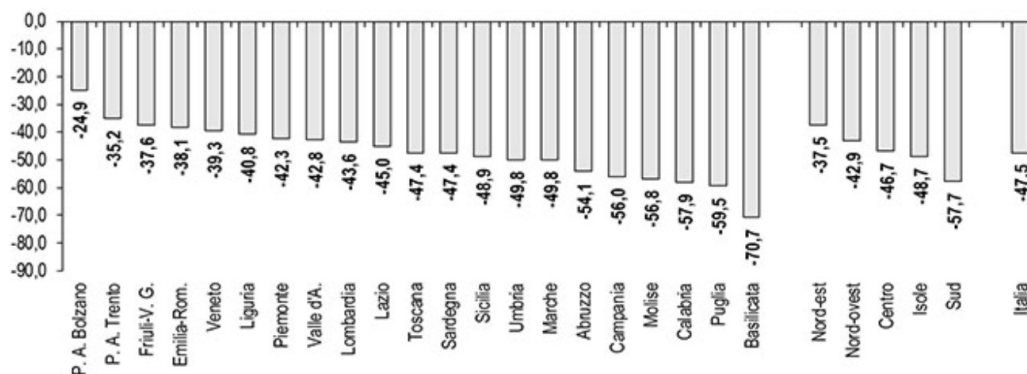
1.4 La crisi sanitaria: impatto sul settore, conseguenze e prospettive

A introduzione di questa analisi vengono riportati due grafici, che rispettivamente fanno riferimento al calo del numero delle nozze tra il 2019 e il 2020, l'anno in cui gli effetti della situazione emergenziale sono stati più acuti, e il peso in percentuale che i settori che fanno parte della filiera del wedding hanno sull'economia totale per regione, area geografica e in Italia.

⁴¹ Ivi, cit. pag 83.

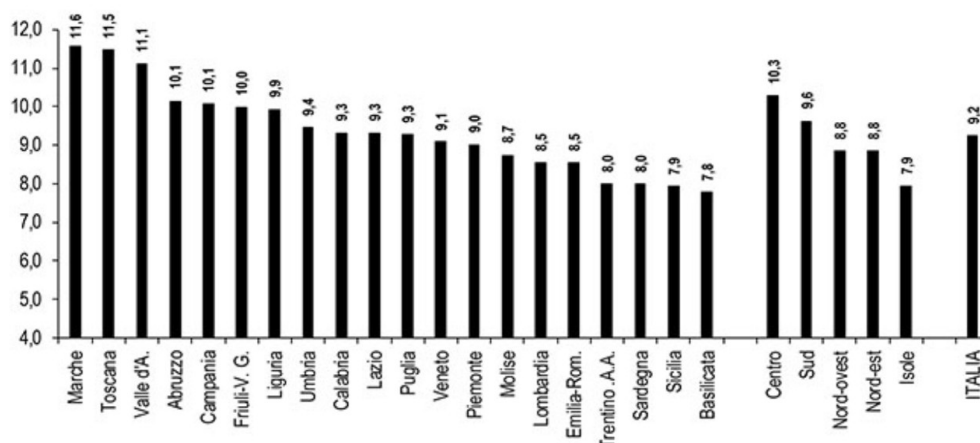
Dinamica matrimoni 2019-2020 nelle regioni italiane

Var. % 2019-2020 - Elaborazione Ufficio Studi Confartigianato su dati Istat



Peso imprese settore wedding su economia totale per regione

Anno 2020-incidenza % su totale imprese - Elaborazione Ufficio Studi Confartigianato su dati Istat



42

Il report di Confartigianato “Settore del wedding: la crisi in tempo di COVID-19 e possibili interventi di politica economica” datato 31 dicembre 2020 stimava, facendo riferimento ai maggiori istituti e analisti nazionali e internazionali, che la diminuzione del PIL nel 2020 si sarebbe attestata attorno al -10% e una diminuzione della produzione industriale attorno al -20%. Per ciò che concerne il settore del wedding, invece, le stime determinavano un calo del fatturato tra l’80 e il 90% rispetto al 2019⁴³.

⁴² Entrambi i grafici qui riportati sono tratti dall’analisi dell’Ufficio Studi di Confartigianato Imprese datata 19 maggio 2021, elaborata sui dati Istat. <https://www.confartigianato.it/2021/05/studi-wedding-nei-settori-interessati-attive-562-mila-imprese-38-sono-artigiane-con-covid-19-matrimoni-dimezzati-46/>

⁴³ CONFARTIGIANATO IMPRESE, Settore del wedding: la crisi in tempo di COVID-19 e possibili interventi di politica economica, Udine, 31 dicembre 2020, cit. pag. 1

Il settore del wedding, delle cerimonie e degli eventi è stato quello maggiormente colpito dalla crisi sanitaria, a causa dell'immediato divieto ai festeggiamenti che creavano assembramenti di persone. Il 90% delle celebrazioni, dunque, è stato annullato o rinviato. Non si analizzerà in questa sede l'adeguatezza o meno delle misure imposte dal Governo italiano per arginare l'emergenza sanitaria; il virus SARS-coV-2 ha trovato le istituzioni completamente impreparate probabilmente perché la percezione del rischio di un'emergenza epidemiologica di questa portata era piuttosto bassa, mentre si attribuiva un grado di salienza maggiore ad altri tipi di rischio⁴⁴.

All'inizio della pandemia la preoccupazione del settore del wedding era palpabile e ascrivibile all'incertezza legata ai tempi di ripresa che sarebbero stati necessari dopo la crisi del settore: il documento "Settore del wedding: la crisi in tempo di COVID-19 e i possibili interventi di politica economica" di Confartigianato Imprese Udine, evidenziava nel 2020 come gli operatori della filiera dei matrimoni avrebbero ripreso a fatturare solo dopo otto/undici mesi dalla conclusione della fase emergenziale; il lavoro dei professionisti del settore, infatti, si prolunga per mesi o anni prima di un singolo evento, la clientela versa inizialmente solo una piccola parte del prezzo integrale del servizio corrispondente a una caparra che solitamente corrisponde al 20% del totale, saldando il conto pochi giorni prima della cerimonia, o successivamente alla stessa; a questo si aggiunge la crisi economica che la pandemia portava con sé e la conseguente contrazione del reddito disponibile soprattutto per le giovani coppie.

Il fattore che ha maggiormente inciso sul rinvio delle nozze resta comunque la preoccupazione per la salute degli invitati e soprattutto delle persone più fragili, oltre alle limitazioni imposte per legge.

Nel 2020 è stato cancellato l'80% degli eventi previsti con una conseguente perdita del fatturato tra l'85 e il 95%, se si considera la restituzione dei acconti versati il ribasso per alcuni operatori ha addirittura superato il 100%. Il 2021 ha portato con sé una ripresa molto flebile, ostacolata dalle misure di contenimento che si sono protratta fino al 15 giugno. Il calo rispetto al 2019 è stato di almeno il 40%, mentre la perdita di

⁴⁴ Per un'analisi della gestione del rischio e delle misure di contenimento imposte si veda: Di Capua V., La regolazione del rischio di emergenza e la regolazione del «panico del rischio» nella pandemia COVID-19, Università degli Studi di Napoli Federico II, 31 dicembre 2020.

fatturato si attesta tra il 40 e il 60%. A concorrere con la crisi della filiera dei matrimoni è stato anche il blocco dei cosiddetti *destination wedding*, ossia i matrimoni organizzati in Italia da persone provenienti da altri Paesi o da Italiani residenti all'estero che desiderano festeggiare il loro grande giorno tornando alla propria terra d'origine, che normalmente attivano un giro d'affari ben più importante rispetto agli eventi interni⁴⁵.

Le regioni che nel 2020 hanno registrato una riduzione più significativa nel numero di matrimoni celebrati sono la Basilicata (-70,7), la Puglia (-59,5%), la Calabria (-57,9%), il Molise (-56,8%), la Campania (-56%) e l'Abruzzo (-54,1%). Come sottolineato precedentemente, le imprese interessate nella filiera operano in ambiti di attività differenti, nel 2021 se ne contano 561.651, di cui il 38,3% (241.938, pari ai due quinti del totale) sono imprese artigiane. Tra i settori presi in considerazione, quelli a più elevata vocazione artigianale sono: l'estetica e i servizi per la cura della persona (86,5%), attività di fotografia e videomaking (76,4%), il settore dell'oreficeria e gioielleria in genere (75,5%), produzione di pasticceria fresca (72,3%), e poi "Trasporto mediante noleggio di autovetture da rimessa con conducente (71,9%), Gelaterie e pasticcerie (69,8%), Fabbricazione di altri articoli, quali cesti floreali, bouquet e corone di fiori artificiali o secchi, colorazione di fiori, candele, etc. (64,9%), Confezione di altro abbigliamento esterno (59,2%), Confezioni varie e accessori per l'abbigliamento (59,0%), Legatoria e servizi annessi (56,6%), Altra stampa (56,1%) e Attività dei disegnatori grafici (55,6%).⁴⁶"

Sulla base delle rilevazioni di Confartigianato Imprese i maggiori cali di fatturato hanno interessato il settore del trasporto persone (-73,8%), le pasticcerie (-36%), la moda, che comprende l'abbigliamento, ma anche gli accessori, le calzature e la gioielleria (-36,9%), la comunicazione, con grafici e fotografi (-33,7%) e, infine, la cura della persona con acconciatori ed estetica (-33,6%).

⁴⁵ FEDERMPEP, federmatrimoni ed eventi privati, Bilancio di previsione dello Stato per l'anno finanziario 2022 e bilancio pluriennale per il triennio 2022-2024.

https://www.senato.it/application/xmanager/projects/leg18/attachments/documento_evento_proc_edura_commissione/files/000/422/047/FEDERMPEP.pdf

⁴⁶ CONFARTIGIANATO IMPRESE, Wedding, nei settori interessati attive 562 mila imprese, 38% sono artigiane. Con Covid-19 matrimoni dimezzati (-47%), 19 maggio 2021, <https://www.confartigianato.it/2021/05/studi-wedding-nei-settori-interessati-attive-562-mila-imprese-38-sono-artigiane-con-covid-19-matrimoni-dimezzati-46/>

1.4.1 Il 2022, l'incertezza del settore e le prospettive future

Per l'anno corrente non sono ancora disponibili dati certi sull'andamento del mercato del wedding, per questo motivo si farà riferimento a previsioni e aspettative riportate nei primi mesi dell'anno.

Le previsioni per il 2022 potevano far pensare a un aumento vertiginoso dei matrimoni dovuto al recupero degli eventi annullati o rinviati in fase emergenziale, ma dai pochi dati già disponibili è possibile dedurre che la ripresa non sarà così repentina. Si prenda come esempio rappresentativo il Comune di Milano: negli anni precedenti alla pandemia i matrimoni celebrati erano tra i 2.000 e i 2.200, nel 2020 i matrimoni civili che si sono tenuti sono stati 1267, mentre quelli religiosi 262. Per il 2022 tra gennaio e luglio erano previsti 863 matrimoni e secondo le prospettive nemmeno i matrimoni celebrati nella seconda parte dell'anno potranno riportare la tendenza ai livelli precedenti alla pandemia⁴⁷.

Le cose risultano ben diverse se si fa riferimento ai destination wedding: citando l'osservatorio Jfc⁴⁸, l'ANSA riporta in un articolo del 4 maggio 2022 un'analisi che restituisce una panoramica estremamente positiva del settore dei matrimoni: dopo un rallentamento a marzo causato dallo scoppio della guerra in Ucraina, forti segnali di ripresa si manifestano a partire da aprile. Nonostante Mosca rappresentasse un mercato fondamentale con il 3,4% di market share prima della pandemia, e le difficoltà legate agli spostamenti in Paesi come Cina, India e Brasile che presentano collegamenti ancora scarsi con l'Europa, il destination wedding ha ripreso a crescere: tornano gli sposi dal Canada e dagli Stati Uniti, mentre si conferma la tendenza degli Europei a scegliere per il proprio matrimonio destinazioni all'interno del vecchio continente. Il direttore dell'Osservatorio Jfc Massimo Feruzzi prevede addirittura un fatturato triplicato rispetto al 2021, segnalando un milione di *presenze wedding* con un aumento del +255% rispetto al 2021, un dato che fa ben sperare anche se il calo rispetto al 2019 è del -41,4%. Il fatturato annuo che ci si aspetta è di 273 milioni (+337% dal 2021, -

⁴⁷ IL POST, Il 2022 sarà l'anno dei matrimoni? È quello che ci si aspetterebbe dopo due anni di restrizioni, ma in Italia la ripresa sembra lenta e le abitudini delle coppie stanno cambiando, 17 aprile 2022, <https://www.ilpost.it/2022/04/17/matrimoni-2022/>

⁴⁸ Si tratta di una realtà che si occupa di fornire consulenza in materia di marketing turistico, programmazione e pianificazione territoriale, ricerca e analisi.

44% dal 2019)⁴⁹.

2.3.1 Una nuova figura emersa nel mercato dell'ultimo ventennio: il wedding planner

Come già citato in precedenza, la figura dell'organizzatore di matrimoni è simbolica del cambiamento che si sta sviluppando nel mercato del wedding in Italia. Si tratta di una professione emergente di origine americana, come si evince dall'utilizzo sempre più frequente del termine anglosassone *wedding planner*. Elisa Barretta nel libro "Wedding planner & event manager, strumenti e strategie per diventare un vero professionista"⁵⁰, nell'analisi sociologica che fa in merito alla nascita di questa figura professionale, individua tra le motivazioni della sua ascesa la necessità del cittadino americano di apparire al meglio nelle occasioni di contatto sociale. La cultura americana, afferma Barretta, vede una quotidianità caratterizzata da una scarsa cura nell'estetica dell'abito, mentre nelle occasioni mondane o sociali, l'americano medio ama dare sfoggio all'opulenza, introducendo la sua visione di bellezza e moda⁵¹. La comunicazione del bello, del prezioso e della sontuosità diventa occasione per affermare uno *status symbol*. È così che il cittadino americano medio è disposto a spendere considerevoli somme di denaro per questo scopo.

La nascita di questa professione in America è ascrivibile agli anni '70 del Novecento. Precedentemente erano le famiglie ad occuparsi dell'organizzazione del matrimonio. In seguito al boom economico e al conseguente trasferimento dei giovani lontano dai propri luoghi d'origine è diventato necessario per loro affidarsi a figure esterne, che nel tempo hanno avuto modo di specializzarsi e dare vita a questa professione. Negli anni la figura del wedding planner è diventata indispensabile per i giovani americani

⁴⁹ ANSA.IT, Wedding Tourism, il 2022 l'anno della rinascita. Osservatorio Jfc, verso 1 mln di presenze, 273 mln di fatturato, https://www.ansa.it/canale_viaggiart/it/regione/sicilia/2022/05/04/wedding-tourism-il-2022-lanno-della-rinascita_add6615a-98e3-47db-bb80-72311ec03c3e.html

⁵⁰ BARRETTA E. Wedding planner & eventi manager. Strumenti e strategie per diventare un vero professionista, FrancoAngeli, Milano, 2013

⁵¹ È opportuno citare in questo ambito una nota che Barretta inserisce nella sua analisi. L'autrice afferma infatti che il contrasto nell'estetica dell'abito è una caratteristica culturale tipica dell'americano. Le motivazioni di questo atteggiamento, così come lo sviluppo e l'analisi di tutto ciò che riguarda l'immagine, sono da attribuire alla storia del Paese e del rispettivo rapido sviluppo che l'ha interessato, ma ai fini dell'analisi è rilevante l'aspetto sociale del fenomeno.

e per un risultato di eccellenza.

Ad oggi, grazie alla fama che dagli States giunge, l'organizzatore di matrimoni è una professione che si sta diffondendo anche in Italia. Il nostro Paese, considerato estremamente tradizionalista soprattutto sotto questi aspetti, rimane un mercato difficile da conquistare ma, complice il cambiamento dello stile di vita, l'indipendenza sempre maggiore dalle famiglie d'origine e il desiderio di risparmiare senza rinunciare ai sogni, il wedding planning pare riuscire nella sfida.

Se prima il wedding planner in Italia era associato ad un'idea di ricchezza e ricercatezza esclusiva, oggi la sua figura è considerabile in forte ascesa e consolidamento. In un settore che continua a crescere, i professionisti sono ancora una cerchia ristretta, per questo il mercato legato al tradizionalismo presenta ancora qualche scetticismo e spesso risulta "non sufficientemente pronto ad accogliere questa nuova figura"⁵². Nel panorama descritto, le associazioni di categoria mantengono un ruolo fondamentale per rappresentare, promuovere e divulgare la professione. A fare la loro parte nel diffondere una nuova idea di matrimonio sono anche i social e la televisione. Sono tanti i canali di comunicazione che ne fanno un protagonista.

Ma a incentivare lo svolgimento di questa professione sono soprattutto le coppie che dall'estero optano per l'Italia per coronare il loro sogno, i cosiddetti *destination wedding* sono un mercato fondamentale per il wedding planner. La distanza, infatti, non permette di sbrigare pratiche burocratiche e appuntamenti essenziali per l'organizzazione delle nozze; l'appoggio a una figura professionale diventa quindi necessaria.

Le numerose influenze che abbiamo elencato in questa analisi hanno fatto sì che evolvesse il concetto di matrimonio, che, come evidenziato dalla Dottoressa Fraccaro nell'intervista che sarà riportata successivamente, diventa sempre più un evento, che quindi coinvolge un'ampia serie di servizi che necessitano di un coordinamento.

⁵² BARRETTA E. Wedding planner & event manager. Strumenti e strategie per diventare un vero professionista.

CAPITOLO 2.

Il matrimonio ieri e oggi, indagine qualitativa e quantitativa della sua evoluzione e della percezione del mercato da parte dei consumatori.

2.1 La ricerca sociale

In questo capitolo ci si dedicherà a fornire un'analisi del cambiamento del matrimonio negli ultimi vent'anni, per poi proseguire con una breve ricerca quantitativa sulla percezione del mercato odierno da parte dei consumatori. Per procedere in questo senso è utile costruire una premessa sui metodi che saranno utilizzati in fase di ricerca.

Per metodi si intende l'insieme di procedure e regole utilizzate per rispondere alle domande di ricerca. Essi guidano il processo di ricerca e consentono di scegliere tra le tecniche possibili quelle più adatte per raggiungere gli obiettivi conoscitivi, oppure di crearne e codificarne delle nuove.

Se invece si utilizza la parola *metodo*, al singolare, ci si riferisce al percorso che si sceglie di seguire, il percorso che si intende compiere, tenendo in considerazione alcuni aspetti fondamentali:

1. La modalità cognitiva prevalente utilizzata per fare ricerca sul campo;
2. Le conoscenze scientifiche e le convinzioni etiche e soggettive del ricercatore;
3. Le scelte pratiche utili ad affrontare i problemi che pone ogni ricerca;
4. Le fasi, le attività e le risorse introdotte.

Le tecniche di ricerca sono le procedure codificate utili a costruire gli strumenti di ricerca, che nel caso di questa analisi consisteranno in interviste in profondità e in un breve questionario le cui caratteristiche saranno delineate sulla base del collettivo coinvolto e degli strumenti messi in atto per raccogliere le risposte. Saranno utilizzati dunque due metodi: il metodo qualitativo e quello quantitativo. La scelta di attuare entrambi i metodi deriva dalla convinzione che la ricerca sociale è il punto di incontro tra *thin description* e *tick description*, lo studio di tutto quello che è collocabile in una matrice dati e l'analisi di tutto ciò che invece è costitutivo di senso e deve

necessariamente essere rielaborato seguendo metodi soggettivi. Come afferma Piergiorgio Corbetta⁵³ in “Metodologia e tecniche della ricerca sociale”⁵⁴, nel corso dell’evoluzione della ricerca sociale si sono delineate prospettive differenti in merito alla legittimità dei due metodi: una prima posizione è di coloro che sostengono che i due approcci, qualitativo e quantitativo, siano nettamente incompatibili, in quanto epistemologicamente incommensurabili, caratterizzati da visioni filosofiche di fondo divergenti; il secondo punto di vista è quello di coloro che, nonostante abbiano sposato il neopositivismo, affermano che non si possa negare l’utilità di un contributo qualitativo alla ricerca, limitato però ad una fase precedente alla ricerca scientifica vera e propria. La terza posizione, invece, sostiene che entrambi i metodi hanno piena legittimità, utilità e pari dignità. Quest’ultima prospettiva si è delineata nel corso degli anni in virtù della constatazione che senza dubbio alla sociologia sono giunti preziosi contributi sia da ricerche di stampo quantitativo, sia qualitativo.

È dunque possibile sintetizzare i due approcci:

- Qualitativo (anche definito *standard*) consiste nella formulazione di asserti su relazioni tra proprietà che non dipendono da conoscenze e valutazioni personali. I dati raccolti costituiranno una matrice per variabili, la popolazione è l’insieme di unità comprese in un ambito definito, in particolare attraverso il campionamento si definisce un sottoinsieme della popolazione.
- Qualitativo (o *non standard*) come affermato precedentemente, le scienze sociali non possono prescindere da un punto di vista personale, si studiano dunque i soggetti e le loro opinioni. L’obiettivo della ricerca qualitativa è la comprensione dei fenomeni e degli attori sociali nei contesti in cui sono inseriti; si valorizzano, inoltre, micro-contesti procedendo con un orientamento interpretativo e induttivo, nonostante i risultati siano difficilmente generalizzabili. L’approccio qualitativo implica una grande capacità del ricercatore in termini di conoscenze, flessibilità e intuizione;

⁵³ Corbetta Piergiorgio (1941) ha insegnato metodologia e tecnica della ricerca sociale nella Facoltà di Scienze della formazione dell’Università di Bologna. È stato visiting scholar in diverse università americane, una parte importante del suo impegno scientifico si è sviluppato nell’Istituto Cattaneo di Bologna.

⁵⁴ CORBETTA P., Metodologia e tecniche della ricerca sociale, Bologna, Il Mulino, 1999

attraverso di esso è possibile delineare dei *tipi ideali* attraverso astrazioni teoriche, l'analisi sarà quindi descrittiva e la restituzione dei risultati procederà tramite resoconti e narrazioni riflessive. La difficoltà di restituire risultati non generalizzabili e l'impossibilità di standardizzare le procedure messe in atto costituiscono sicuramente dei limiti di questo approccio; tuttavia, la soggettività dei contenuti come quella del ricercatore possono costituire anche un valore aggiunto alla ricerca.

2.2 L'intervista discorsiva

Lo strumento che sarà utilizzato in questa ricerca per delineare i cambiamenti avvenuti nell'ambito del matrimonio negli ultimi vent'anni sarà l'intervista discorsiva. Essa permetterà di indagare nel profondo la prospettiva dei soggetti coinvolti in merito all'evoluzione del modo di approcciarsi, celebrare e vivere il matrimonio.

Alberto Trobia⁵⁵, nel volume "La ricerca sociale quali-quantitativa" evidenzia che con il termine *intervista*, nella ricerca sociale, si intendono molti modi di raccogliere i dati basati sul domandare. Citando Matarazzo e Wiens, Trobia ne riporta una definizione interessante, descrivendola come «una forma di conversazione nella quale due persone (e di recente più di due) s'impegnano a un'interazione verbale e non verbale nell'intento di raggiungere una meta precedentemente definita»⁵⁶.

L'intervista consiste in un discorso⁵⁷, una conversazione provocata dall'intervistatore, rivolta a soggetti scelti sulla base di un piano di rilevazione non probabilistico e in un numero consistente, avente finalità conoscitive, basata su uno schema flessibile e poco o per nulla standardizzato come modalità di conduzione. Non si tratta dunque di *raccogliere* solo una serie di informazioni, ma di *cogliere* una serie di elementi che i metodi quantitativi non possono restituire:

- Una struttura argomentativa che presenta connessioni fra le diverse parti del discorso;
- Una narrazione che descrive processi e che mostra la collocazione di chi parla rispetto a ciò che dice;

⁵⁵ Alberto Trobia: professore associato presso l'università di Palermo, dove insegna sociologia e metodologia e tecniche della ricerca sociale. Si occupa di modelli simulativi.

⁵⁶ TROBIA A., *La ricerca sociale quali-quantitativa*, FrancoAngeli, Milano 2005

⁵⁷ Così definita da Cardano in "La ricerca qualitativa", il Mulino, Bologna, 2011

- Le emozioni che traspaiono dalle parole e dai gesti dell'intervistato⁵⁸.

L'intervista discorsiva presenta quattro principali modalità, che indagano rispettivamente aspetti diversi. l'intervista biografica raccoglie informazioni sulla biografia dell'individuo o su un frammento del suo percorso esistenziale; l'intervista clinica è finalizzata alla ricostruzione di un percorso che ha condotto il soggetto intervistato ad un determinato esito; l'intervista ermeneutica comprende i significati acquisiti dall'intervistato durante il processo di socializzazione. L'intervista a testimoni privilegiati ha lo scopo di ricavare informazioni tramite la conversazione con coloro si crede possano essere in possesso di informazioni particolari rispetto al fenomeno preso in esame. A seconda del tipo di intervista messa in atto il grado di strutturazione sarà più o meno elevato.

2.2.1. Il disegno della ricerca per l'intervista discorsiva

Il disegno della ricerca per ciò che riguarda l'intervista discorsiva consiste in diverse fasi. Attraverso una domanda di ricerca è necessario scegliere e definire il problema, da cui emergerà l'obiettivo conoscitivo, che deve essere chiaro, specifico e utile. Nel caso rappresentato dallo studio di questa tesi, che non deve rispondere alla domanda di un committente, la definizione del problema si articola in quattro fasi: la ricognizione e l'analisi della letteratura esistente, l'esplorazione, la formulazione delle ipotesi e degli obiettivi, per concludere con la valutazione delle risorse disponibili. Quindi si procede con l'identificazione dell'*unità di analisi* e con la definizione della tecnica di rilevazione che può essere svolta in modalità individuale (guidata o libera) o di gruppo (tramite il focus group).

La fase successiva consiste nella raccolta di informazioni sulle caratteristiche specifiche della popolazione, in modo da poter procedere al campionamento teorico non probabilistico, esso può essere fatto

- Per quote definite in base al problema: avviene attraverso la definizione a priori del numero di attori sociali che saranno coinvolti sulla base di criteri

⁵⁸ Bernardi Lorenzo, Percorsi di ricerca sociale. Conoscere, decidere, valutare, Roma, Carocci editore, 2005

minimi e la costruzione di una griglia che ne contenga le caratteristiche principali (genere, età, provenienza...);

- Attraverso la tecnica definita *snow-ball* (o campionamento a palla di neve): la ricerca parte senza una definizione a priori del numero di intervistati, ma attraverso il coinvolgimento di quelli che si ritengono testimoni privilegiati, che a loro volta segnaleranno altri testimoni. Il processo continua fino alla saturazione dei contenuti che emergono attraverso le interviste. Resta fondamentale il ruolo dell'intervistatore, che non solo deve avere buone competenze specifiche in merito alla tematica d'interesse, ma deve anche possedere qualità compatibili con il compito quali capacità di relazionarsi con le persone e di interagire con il team di ricerca.

Le domande che andranno a costituire l'intervista devono presentare alcune caratteristiche specifiche; il linguaggio deve essere adeguato e di facile comprensione, il lessico dei quesiti influenza, infatti, quello utilizzato dal soggetto per rispondere; l'ordine è particolarmente importante modificando l'ordine in cui vengono poste, cambiano anche le risposte che è possibile ottenere; è importante evitare di suggerire una risposta o creare opinioni dove non ci sono.

Le domande possono inoltre avere funzioni diverse a seconda della loro collocazione e del loro scopo: le *main questions* sono le domande principali attorno alle quali l'intervista si articola; i *rilanci* servono a ottenere una risposta più specifica in seguito a un quesito più ampio; le *domande di tipo probing* non costituiscono vere e proprie domande ma affermazioni che incoraggiano l'intervistato a proseguire, senza però influenzare il percorso della riflessione; le *domande filtro* indirizzano l'intervistatore nell'ordine in cui pone i quesiti a seconda delle risposte che ottiene.

Una volta costruita la traccia è opportuno procedere a un *pre-test*, ossia alla conduzione di una prova di intervista che verifichi l'efficacia delle domande.

Conclusa la fase di preparazione, si procede con la conduzione dell'intervista. Essa vede il susseguirsi di quattro momenti principali: il contatto, l'avvio, lo svolgimento e la conclusione.

Il momento del contatto è preliminare alla reale intervista, infatti consiste nel fornire

una serie di informazioni sulle motivazioni per cui si svolge l'esperienza, nella creazione di un clima adeguato, che riduca al minimo le possibili distorsioni o i disturbi che inficerebbero il lavoro e, infine, nel far presente al soggetto la legge sulla tutela della privacy.

La fase di avvio prevede un approccio progressivo, con domande generali volte a mettere a proprio agio il soggetto. Durante lo svolgimento è importante mantenere il controllo dell'interazione, appuntando tutto ciò che può essere rilevante al fine di comprendere al meglio il tono e il contenuto delle risposte. È in questa fase che emergono le domande-sonda (*probing*), che hanno lo scopo di incoraggiare il soggetto a procedere con le risposte.

L'intervista si conclude fornendo la libertà di aggiungere un commento o un'opinione e comunicando la possibilità di avere una restituzione del lavoro svolto.

L'analisi dei dati raccolti inizia con la trascrizione delle interviste, numerandole progressivamente e catalogandole per età e genere dell'intervistato. Successivamente i testi vengono comparati per costruire le *tipologie*. La restituzione dei risultati può seguire tre diversi approcci⁵⁹:

1. Approccio realista: la soggettività del ricercatore è contenuta in favore di una descrizione oggettivata della realtà;
2. Approccio processuale: il ricercatore resta parte attiva della narrazione, non si separa il momento creativo della scrittura dall'attività della ricerca.
3. Approccio riflessivo: si alterna la scrittura in prima e terza persona in modo che il ricercatore sia presente nel testo, senza invaderlo, esplicitando le proprie motivazioni e posizionamento teorico.

⁵⁹ Colombo E., De-scrivere il sociale. Stili di scrittura e ricerca empirica. In Melucci, Verso una sociologia riflessiva, Il Mulino, Bologna, 1998.

2.3. I mutamenti del mercato del wedding dal punto di vista del fornitore: intervista alla dottoressa Chiara Fraccaro

In questo capitolo si procederà con un'analisi empirica che avrà lo scopo di delineare i mutamenti del mercato del wedding dal punto di vista dei consumatori.

Tuttavia, per fornire una panoramica più completa, sarà inserita anche l'intervista non strutturata alla Dottoressa Chiara Fraccaro, esperta del settore, membro di AIOM (Associazione Italiana Organizzatori Matrimoni), wedding planner certificata e vincitrice del premio "matrimonio.com" negli ultimi tre anni per la sua categoria. L'obiettivo di questa integrazione è quello di riportare anche la versione del fornitore in merito al tema trattato. La scelta di coinvolgere una wedding planner è stata fatta in virtù del fatto che la sua attività permette di avere una visione generale sul lavoro di gran parte dei fornitori impegnati nell'organizzazione di un matrimonio. L'emergere di questa figura, inoltre, è particolarmente rappresentativo del cambiamento che sta avvenendo nel mercato negli ultimi tempi. Sulla base delle informazioni che si riteneva avrebbero potuto essere rilevanti per questa ricerca e dei dati raccolti ed esposti al primo capitolo di questa tesi, è stata dunque costruita una traccia di intervista che prevedeva le seguenti domande e i relativi rilanci:

- **Si presenti.**
 - Come ha avuto avvio la sua carriera?
 - Come è entrata nel mondo del wedding planning?
 - C'è stata una motivazione particolare che l'ha spinta a far diventare la sua passione un lavoro?
 - Qual è la sua formazione?
- **Se dovesse dare una panoramica del mondo del wedding ad oggi, cosa riterrebbe importante evidenziare?**
 - Quali sono le caratteristiche dei suoi sposi?
 - Quali sono invece le caratteristiche dei matrimoni di cui si occupa?
 - Come sta cambiando il mondo del matrimonio negli ultimi anni?
- **Qual è la sua opinione in merito alle opportunità e alla visibilità che i social mettono a disposizione per le figure professionali?**

- **Il Covid-19 e la situazione economica attuale hanno influito in qualche modo sul modo di approcciarsi al matrimonio da parte del consumatore?**
- **Come vede la figura del/la wedding Planner nel panorama odierno?**
 - E in quello futuro?
 - Per quali motivi la sua importanza sembra crescere sempre di più?
- **Vuole aggiungere qualcosa?**

L'intervista è stata registrata con l'utilizzo di uno smartphone, condotta in un luogo adeguato ad evitare al massimo possibili distorsioni e a creare un clima favorevole per l'intervistata, ossia l'ufficio dell'azienda della dottoressa Fraccaro. La trascrizione è avvenuta in modo letterale, non sono state modificate in alcun modo le risposte. Considerando l'impossibilità di accordare più incontri con l'intervistata, non è stato possibile procedere con una fase di pre-test.

Trascrizione:

1. Si presenti.

Buongiorno, sono Chiara Fraccaro wedding event planner e titolare dell'agenzia Il Frangipane di Castelfranco Veneto.

(1) Come ha avuto avvio la sua carriera?

Fin dall'età adolescenziale sono nel mondo degli eventi, perché già dalle superiori facevo la p.r. in discoteca la domenica pomeriggio, per poi restare nel settore discoteche ed organizzazione eventi per circa dieci anni. Fin da piccola sognavo di avere un'azienda mia, anche se non sapevo di cosa.

(2) Come è entrata nel mondo del wedding planning?

Nel 2015 ho deciso di lasciare la comfort zone di impiegata amministrativa e commerciale Italia a tempo indeterminato per un'azienda vicino a casa e buttarmi in una nuova avventura. Ho affiancato per qualche mese un catering di amici che faceva molti matrimoni ed è stato da lì che ho capito che il mondo del wedding era il mio.

(3) C'è stata una motivazione particolare che l'ha spinta a trasformare la sua passione in un lavoro?

Durante i matrimoni coordinavo i fornitori e gli invitati, Mille occhi per far sì che tutto andasse bene e mi accorgevo che succedeva una cosa brutta, ovvero trovavo sempre le spose piangere in un angolo lontano da amici e parenti, chiedevo se tutto fosse ok e la risposta era sempre la stessa: “sì va tutto bene sono solo stanca, o un po' stressata...”. Ecco questi sono gli episodi che mi hanno acceso la lampadina e fatto capire cosa volessi fare da grande e che scopo doveva avere la mia attività. Organizzare i matrimoni e togliere alle spose stress e preoccupazioni per farle vivere serene e felici nel giorno più bello e importante della loro vita. Nel giorno del matrimonio ci sono emozioni fortissime e paure incontrollabili, per questo serve una persona che si occupi di tutto quello che c'è dietro le quinte. Da lì dopo una bella formazione, sono partita con Il Frangipane e la mia attività di wedding planner. Pensi che i primi clienti sono stati i clienti che avevo in discoteca, dicevano che organizzavo belle feste e quindi erano tranquilli anche per il matrimonio.

(4) Qual è la sua formazione?

Ho una laurea in economia e management aziendale fatta da studentessa lavoratrice mentre lavoravo nell'azienda di prima, la mia tesi era sulla “funzione commerciale nell'epoca dei Social Network”, sono appassionata da sempre di comunicazione e innovazione e curiosa di scoprire i comportamenti umani e conoscere le persone. Dopo ‘la scoperta’ e la definizione del mio lavoro, ho cercato di capire dove potevo formarmi al meglio in questo settore così nuovo e particolare e ho trovato soddisfazione a Milano, all'Accademia di Wedding and Event Planner. Lì ci hanno dato le basi e tutto il supporto per questo meraviglioso lavoro. Milano è sempre un passo avanti su queste cose “innovative”. Lì c'erano già wedding planner che lavoravano da decenni, qui nel nostro Veneto, nell'entroterra trevigiano invece si vedevano principalmente nei film e nei matrimoni di vip alla televisione. Successivamente, ho fatto un master accademico in Destination Wedding per scoprire tutte le dinamiche dei matrimoni di stranieri

in Italia. Fare la wedding planner è un mondo in continuo movimento, nulla è statico e tutto è sempre in evoluzione, dalle mode alle coppie, e quindi negli anni ho deciso di investire almeno con un corso di formazione all'anno in tematiche particolari del settore. Sono per esempio l'unica wedding planner in Veneto Jewish Specialist⁶⁰ e Il Frangipane è tra le migliori aziende di wedding planner in Veneto, ogni anno con le recensioni verificate dei clienti riusciamo a vincere il premio più prestigioso della categoria ovvero gli Awards di matrimonio.com, siamo nelle menzioni di merito di ZankYou⁶¹ e nelle riviste di settore. A breve, abbiamo in programma un corso in Bridal Influencer, perché le spose vogliono anche questo in una wedding planner.

2. Se dovesse dare una panoramica del mondo del wedding ad oggi, cosa riterrebbe importante evidenziare?

Come anticipavo prima, il mondo del wedding è in continua evoluzione, è un po' come quelle città che 'non dormono', servono sempre nuove idee. Ogni matrimonio diventa sempre più personale. Tutti i fornitori si stanno muovendo verso la possibilità di customizzare più possibile il loro servizio. Le spose vogliono che il loro matrimonio sia una bacheca di pinterest, un'occasione per stupire sé stesse e i loro invitati. Il bello accompagnato però dalla buona cucina, elemento fondamentale in ogni Matrimonio. Oggi, c'è un ritorno al Matrimonio dallo stile principesco, elegante e ricercato, è finita quell'epoca del bohemian, del vintage, degli aspetti spontanei e degli elementi lasciati un po' al caso...

(1) Quali sono le caratteristiche dei suoi sposi?

Noi come *Il Frangipane* vediamo questi aspetti: coppie mediamente dai 30 ai 40 anni, con un figlio piccolo. Un'altra caratteristica che notiamo è che chi si somiglia si piglia. Sì, questo non è solo un detto ma un fatto reale nelle nostre coppie, perché i nostri sposi si assomigliano molto tra loro, spesso più fisicamente che dentro e poi notiamo questa stranezza... le nostre spose per delle caratteristiche si somigliano tra loro e somigliano anche un po' a noi. Un esempio? Noi esprimiamo

⁶⁰ Intente "specializzata in matrimoni caratterizzati da cultura e tradizioni ebraiche"

⁶¹ Si tratta di una piattaforma simile a matrimonio.com che racchiude servizi, articoli, fornitori e materiale utile all'organizzazione di un matrimonio.

simpatia e fiducia principalmente a spose bionde o castane chiare, se non hanno questa caratteristica hanno il viso dai lineamenti dolci, come noi, spiritose ed estroverse. Chissà perché...

(2) Quali sono invece le caratteristiche dei matrimoni di cui si occupa?

Sono spesso matrimoni pomeridiani e serali, perché la luce delle candele è un'atmosfera che moltissimi vogliono, il giorno preferito rimane il sabato con variazioni alla domenica o al venerdì, molti matrimoni sono civili e vogliono rito e ricevimento nella stessa location, quindi, le location che sono anche casa comunale sono super gettonate, mediamente hanno un'ottantina di invitati, a volte ci si spinge fino al centinaio e altre invece non si supera la sessantina. Ai nostri sposi piace fare un lungo aperitivo dinamico e una cena a quattro portate per poi tornare nel dinamismo per dolce e buffet serali. Molta attenzione va riservata anche all'intrattenimento, sia musicale che per i bimbi, spesso ci chiedono anche la dog sitter; una cura nei dettagli con la stationery che sta diventando il pezzo forte di ogni matrimonio, ovvero il coordinato (solitamente cartaceo) di partecipazioni, menù, segna posto, segna tavolo, tableau, tag bomboniere etc nel mood del matrimonio e che rispecchi gli sposi. Sulla questione budget invece ne vediamo di ogni, abbiamo realizzato matrimoni da dieci mila e anche da cento mila, ma solitamente le coppie vogliono mettere a budget dai trenta ai quaranta mila euro per il loro grande giorno, escluse le fedi che solitamente regalano i testimoni, gli abiti che vengono offerti dalle famiglie e il viaggio di nozze

3. Come sta cambiando il mondo del matrimonio negli ultimi anni?

Come accennavo prima questa è l'era della personalizzazione, tutto deve essere realizzato su misura. Il mercato si muove sempre di più verso la personalizzazione dell'esperienza. Mentre qualche anno fa il ricevimento era costituito solamente da un lungo pranzo con tantissime portate, oggi il matrimonio è un evento sotto tutti gli aspetti. L'organizzazione dei tempi e dei dettagli di cui parlavo prima è proprio il risultato di questo cambiamento. C'è da dire anche che è aumentata tantissimo l'importanza degli allestimenti, gli sposi dedicano un budget non indifferente all'estetica del loro grande giorno, a differenza dei classici fiori che decoravano

la cerimonia vent'anni fa. Un'altra differenza importante è il fatto che l'organizzazione del matrimonio è senz'altro influenzata dai social. Le spose trascorrono tempo online per trovare ispirazioni e idee, il matrimonio di oggi quindi è frutto della comunicazione e oltretutto "viene comunicato" con strumenti che un tempo erano impensabili. Spesso le coppie ci chiedono di realizzare dei siti web dedicati al loro grande giorno, lo fanno per comunicare al meglio con i loro ospiti, per dargli tutte le informazioni di cui potrebbero avere bisogno e per condividere con loro foto e ricordi della giornata. Come vede è cambiata propria la concezione... il modo di approcciarsi al matrimonio in sé.

Un altro punto fondamentale sono i costi. È senz'altro vero che i servizi di cui si usufruisce sono maggiori rispetto a una volta, ma allo stesso tempo i fornitori hanno prezzi maggiori, un po' perché seguono l'andamento del mercato giustamente, ma anche perché la professionalità e la competenza che sono richieste oggi sono altissime, la formazione e l'aggiornamento continuo si pagano. Va da sé che il budget dedicato al matrimonio è molto più alto rispetto a vent'anni fa. E da qui c'è una conseguenza... Anni fa chi si sposava rientrava totalmente dei soldi del matrimonio con le buste donate da amici e parenti, anzi ne avanzava anche per fare il viaggio di nozze, ora invece ben che vada gli sposi possono rientrare solo del costo del ricevimento e quindi della parte food and beverage del matrimonio. Un tempo si andava in ristorante e c'erano pochi altri fornitori da scegliere, ora invece si prediligono le location con catering esterno e solitamente ci ritroviamo a coordinare un team di circa 20 fornitori per matrimonio.

4. Qual è la sua opinione in merito alle opportunità e alla visibilità che i social mettono a disposizione per le figure professionali?

È una vera e propria forma di pubblicità e io stessa ci investo una parte del budget. Moltissimi dei nostri sposi arrivano dai social e dal sito web, quindi ha senso dare importanza a questi strumenti. Il lato negativo è quello che non sempre si ha il tempo di seguirli a dovere e purtroppo oggi se non pubblici non esisti o non lavori. Questo forse è pesante da gestire perché senti sempre l'esigenza di dimostrare qualcosa. Ma è indubbiamente un lato negativo che si può sopportare in confronto ai vantaggi che porta.

5. Il Covid-19 e la situazione economica attuale hanno influito in qualche modo sul modo di approcciarsi al matrimonio da parte del consumatore?

Certo, sicuramente ha influito sui tempi di organizzazione. Sono cambiate molte cose dopo il Covid, prima i futuri sposi si muovevano con un anno e mezzo di anticipo rispetto la data, ora invece la media sono di circa nove mesi, poi abbiamo anche i last minute che arrivano quattro/sei mesi prima. La situazione di incertezza è determinante in questo senso. Gli sposi non sanno quale sarà la situazione della pandemia o quella economica a lungo termine; quindi, sembrano che preferiscano organizzare in tempi stretti, per evitare imprevisti. Con l'incremento continuo dei prezzi, le mode che cambiano velocissimamente e gli stimoli nuovi che abbiamo di continuo da internet e social, personalmente ritengo che dai sei ai nove mesi prima sia il momento giusto per organizzare il matrimonio, senza dover rifare lavoro e scelte ed essere sicuri che tutto quello che si sceglie sia ancora attuale e piaccia.

6. Come vede la figura del/la wedding Planner nel panorama odierno?

Personalmente vedo la figura della wedding planner come essenziale nel panorama odierno, perché le coppie sono sempre più impegnate, hanno meno tempo a disposizione, e nel web c'è di tutto (a volte la fregatura è dietro l'angolo), noi per i futuri sposi siamo un po' come gli architetti per le case... si può costruire una casa senza? certamente ma con l'architetto è un'altra cosa. Ecco idem per noi nel wedding. Pensi che in America tutti coloro che si sposano hanno la wedding planner, lì è una cosa normale. Per prima cosa per organizzare il loro matrimonio fermano la cerimonia e la wedding, a volte gli sposi americani mi chiedono ma come si fa ad organizzare un matrimonio senza wedding planner? E si sa che spesso le caratteristiche del mercato americano si riflettono successivamente in quello europeo.

(1) E in quello futuro?

Per il futuro sono molto positiva, ad oggi abbiamo aiutato e affiancato più di 150 coppie, voglio essere il supporto e il punto di riferimento per ogni coppia in

Veneto, ovvio ci sono periodi difficili come i due anni di Covid appena passati ma se si crede in ciò che si fa, ci si comporta correttamente, si è professionali con pazienza, fiducia e un pizzico di positività i risultati arrivano e le soddisfazioni arrivano.

(2) Per quali motivi la sua importanza sembra crescere sempre di più?

I ritmi di vita, le abitudini, il lavoro portano le persone ad avere sempre meno tempo e ad essere sempre più stressate. L'organizzazione di un matrimonio oggi è davvero molto impegnativa e rischia di trasformare quello che è un momento meraviglioso della propria vita in una fonte ulteriore di stress. Credo che sia questa la chiave del successo che sta avendo questa professione. Gli sposi sono disposti a dedicare una parte del budget a un supporto che li aiuti nel percorso. Calcoli anche che è proprio l'aumento dei costi che spesso spinge gli sposi a chiedere aiuto. Può sembrare paradossale, ma sebbene il mio lavoro abbia un costo, ha anche lo scopo di mantenere sotto controllo il budget messo a disposizione dagli sposi. Proprio in questi tempi particolarmente difficili si rischia di non sapere a chi rivolgersi per ottenere un servizio adeguato a un costo contenuto, con la conseguenza che si finisce per spendere molto di più di quello che si aveva progettato. Quindi sì, credo sia propria una questione di cambiamento di stile di vita in generale il motivo per cui la nostra importanza sta crescendo.

7. Vuole aggiungere qualcosa?

Solo che sono molto grata del lavoro che faccio, la fiducia che deve avere una coppia per affidare a qualcuno il suo giorno più importante è tantissima. Ecco noi siamo qui pronti a continuare a dare il massimo, poi se è il lavoro che fa per te e ti piace tantissimo, nessun fine settimana è pesante ma ti svegli con la giusta carica e il sorriso sulle labbra, pronta a realizzare un altro sogno e la felicità delle persone.

Considerazioni: dall'intervista realizzata alla Dottoressa Fraccaro emerge un quadro interessante che conferma quanto esposto precedentemente⁶². Il mercato del wedding sembra essere caratterizzato ad oggi da una forte propensione alla personalizzazione e al coinvolgimento di un numero di figure professionali estremamente vasto rispetto a un tempo.

Oltre ad adeguarsi alle nuove esigenze dei consumatori, il settore vede l'emergere di nuove figure o l'entrata nel comparto di lavori che prima non erano compresi. Tra le professioni più innovative che possiamo citare c'è sicuramente l'ambito del *wedding e-commerce*. In Italia i consumatori sono ancora legati al negozio fisico per ciò che riguarda l'acquisto dei servizi e dei materiali per il ricevimento, ma è anche vero che se l'America è davvero foriera di un cambiamento diffuso, l'ultimo Wedding Industry Report USA informa che su un totale di circa 54 miliardi di dollari spesi per le nozze, gli acquisti online hanno raggiunto gli 8,2 miliardi di dollari⁶³. Per procedere con le figure più nuove e inusuali troviamo il *wedding show manager*, che si occupa dell'intrattenimento degli ospiti durante i festeggiamenti, o il *social media wedding concierge*, che ha il compito di costruire lo story telling dell'evento sui social. Per rimanere su ambiti maggiormente tradizionali citiamo il programmatore di siti web, che oggi è chiamato a dare vita a pagine dedicate al grande giorno con l'obiettivo di impostare una comunicazione a trecentosessanta gradi tra gli sposi e gli invitati. Il grafico non si occupa più solamente della realizzazione delle partecipazioni, ma di tutta una serie di elementi cartacei che accompagnano ogni momento dell'evento.

⁶² Al capitolo 1 di questa tesi, al paragrafo 1.3 è stato brevemente esposto uno spaccato del mercato e delle sue caratteristiche principali.

⁶³ Dire, agenzia di stampa nazionale, "Professione matrimonio": nel settore wedding aumentano le richieste di competenze sempre più specifiche. Oggi il wedding è la frontiera delle nuove professioni in ambito comunicazione: ecco l'analisi di Ines Pesce, esperta del settore, 6 agosto 2019. <https://www.dire.it/06-08-2019/359301-professione-matrimonio-nel-settore-wedding-aumentano-le-richieste-di-competenze-sempre-piu-specifiche/>

2.4 Analisi qualitativa dell'evoluzione del mercato dei matrimoni negli ultimi vent'anni

Oggetto della ricerca:

Nella seguente analisi sarà approfondito il tema dei mutamenti che hanno interessato il mercato dei matrimoni nel corso dell'ultimo ventennio. Nel corso degli anni il matrimonio è cambiato seguendo tendenze, mode e stili di vita che si susseguono incessantemente. Mentre precedentemente il mercato del wedding contava un numero esiguo di fornitori e un budget piuttosto limitato, oggi è occupato da una serie di figure professionali le cui competenze e capacità si articolano in varie forme e misure. Sarà dunque condotta un'analisi empirica costruita sulla base di venti interviste in profondità per identificare e delineare i cambiamenti del mercato.

Fasi della ricerca:

La domanda di ricerca emerge dall'intenzione di approfondire il tema dell'evoluzione del settore dei matrimoni negli ultimi vent'anni, citato precedentemente. Sulla base delle considerazioni emerse nel corso di questa tesi, è stato selezionato un campione di venti unità di analisi che presentano alcune caratteristiche specifiche:

- I soggetti intervistati sono sia maschi che femmine, il numero di maschi e il numero di femmine non è rilevante al fine dell'indagine;
- La metà del collettivo selezionato (dieci soggetti) sono persone il cui matrimonio è avvenuto almeno vent'anni fa, in modo da fornire, attraverso le risposte, una prospettiva del mercato in una fase precedente ai cambiamenti descritti in questa sede;
- L'altra metà del collettivo selezionato (dieci soggetti) sono persone il cui matrimonio è avvenuto da non più di dieci anni. Questa peculiarità è fondamentale per costruire un confronto.

Al termine della raccolta delle interviste di cui sarà trascritto il testo, avverrà un'analisi trasversale che avrà l'obiettivo di paragonare le risposte evidenziandone eventuali differenze e analogie.

La decisione di procedere nell'analisi attraverso una serie di interviste discorsive semi-

strutturate deriva dalla necessità di scandagliare il tema in modo verticale, restituendo l'opinione personale dei consumatori in relazione all'ambito della ricerca. La traccia di intervista è stata formulata sulla base delle indicazioni fornite da Lorenzo Bernardi nel volume "Percorsi di ricerca sociale"⁶⁴. Attraverso alcuni *concetti chiave* che sono emersi nel corso delle analisi precedenti a questo capitolo, sono stati individuati alcuni temi principali su cui si è sviluppata l'intervista. La traccia contiene domande e stimoli atti a ravvivare la conversazione. Tra i quesiti sono presenti i cosiddetti *probing*, ossia richieste di chiarimento, approfondimento e specificazione e conferma che servono per sviscerare ulteriormente le considerazioni del soggetto. Si premette che la flessibilità della tecnica dell'intervista discorsiva fa sì che non sia possibile prevedere se le domande con funzione di rilancio saranno poste o meno, dipenderà dalla qualità della risposta precedente. Tuttavia, queste saranno mantenute nella traccia come suggerimento nel caso in cui fosse necessario porle per ancorare alcuni concetti che nel corso dell'intervista potrebbero essere trascurati. Il numero di interviste stabilito consente di incrociare i punti di vista che emergono. Il campionamento è avvenuto tramite la tecnica snowball, sono stati selezionati due testimoni privilegiati i quali hanno indicato altri soggetti che corrispondono alle caratteristiche adeguate alla ricerca.

Sulla base delle nozioni apprese nella stesura del primo capitolo di questa tesi, è possibile delineare alcune ipotesi in merito ai risultati che si otterranno attraverso la ricerca qualitativa:

1. Attraverso il confronto delle interviste fatte a ciascuno dei due sottoinsiemi identificati nel totale dei soggetti selezionati, ossia coloro che si sono sposati da almeno vent'anni e coloro che si sono sposati da meno di dieci anni, si prevede una posizione diversa in merito alle modalità dell'organizzazione generale dell'evento;
2. In particolare, si presume che il numero di fornitori sia nettamente minore nel caso dei soggetti sposati da più di vent'anni;
3. I tempi di organizzazione potrebbero essere maggiori per quanto riguarda i soggetti il cui matrimonio è avvenuto da meno di dieci anni;
4. L'ipotesi è quella di un budget maggiore per i matrimoni più recenti;

⁶⁴ Bernardi L. Percorsi di ricerca sociale. Conoscere, decidere, valutare, Carocci editore, Roma, 2005

5. Anche gli strumenti con cui i consumatori si occupano della ricerca dei fornitori potranno essere un tema divisivo, coloro che hanno organizzato il loro matrimonio in tempi più recenti potrebbero utilizzare piattaforme web e social per conoscere i servizi e avere informazioni sui di essi.

Metodologia:

Attraverso un'intervista semi-strutturata saranno poste ai soggetti tredici domande, a cui risponderanno in sequenza, supportate dai relativi rilanci, che contribuiranno a dare una panoramica dettagliata sul tema. Si procederà seguendo la cosiddetta strategia "a imbuto": dapprima le domande saranno più leggere e verteranno a mettere a proprio agio l'intervistato, indagando in modo generico il suo percorso esistenziale, i dettagli generali del matrimonio, e alcune considerazioni generiche; si procederà successivamente con domande sempre più specifiche e verticali in merito alla sua percezione del mercato del wedding, per arrivare a questioni personali come la scelta dei fornitori e il budget messo a disposizione. Si concluderà chiedendo al soggetto intervistato quale sia la sua percezione del mercato e della sua evoluzione.

La traccia di intervista, quindi, è stata strutturata sulla base di quattro macro-tematiche:

1. Caratteristiche generali del matrimonio
2. Considerazioni sui fornitori selezionati
3. Analisi del budget dedicato
4. Percezione del consumatore in merito al cambiamento del mercato

Le interviste saranno registrate con l'utilizzo di uno smartphone e condotte in un luogo adeguato ad evitare al massimo possibili distorsioni che rischiano inficiarne la qualità. La trascrizione avverrà in modo letterale, non saranno modificate in alcun modo le risposte e saranno riportati tutti gli elementi che possono essere determinanti per la comprensione del tono delle risposte (pause, sospiri, correzioni...).

Prima di iniziare le interviste sarà introdotto a ciascun soggetto il motivo del suo coinvolgimento, lo scopo dell'analisi condotta e le regole vigenti sulla tutela della privacy, in virtù delle quali si garantisce il completo anonimato. L'uso del registratore rimane esclusivamente un sostegno per agevolare la trascrizione a sostegno dell'interpretazione che si darà delle risposte, le registrazioni non saranno in alcun modo diffuse e l'utilizzo dello stesso sarà negoziato in precedenza con il soggetto

intervistato. Nel caso in cui il soggetto esprima la volontà di non essere registrato, si procederà appuntando le sue risposte e ogni dettaglio rilevante per l'analisi in modalità scritta. Allo scopo di garantire l'anonimato si eviterà di riportare nomi e cognomi dei soggetti coinvolti e si provvederà, qualora necessario, a “depurare il testo da elementi che potrebbero far risalire all'intervistato”⁶⁵.

2.5 Restituzione dei risultati

Una volta conclusa la trascrizione delle interviste si procede questa analisi attraverso lo studio del corpus raccolto. In questa fase la ricerca sarà supportata dal software *Nvivo*, che consente di costruire una serie di codici atti a catalogare il contenuto dei testi in modo strutturato.

Una volta caricato il corpus nel software, si procede creando i codici dapprima per quanto riguarda le interviste fatte a soggetti che si sono sposati da almeno vent'anni, ma che saranno validi anche per i matrimoni più recenti. Questi ultimi sono stati ideati sulla base degli argomenti della traccia di intervista e sono i seguenti, elencati in ordine alfabetico:

CODES	DESCRIPTION
AIUTO ECONOMICO	Contiene le informazioni necessarie a indagare l'eventuale aiuto economico da parte dei genitori o di altri soggetti vicini all'intervistato.
AIUTO NELL'ORGANIZZAZIONE	Contiene le informazioni in merito ad eventuali supporti organizzativi.
ASPETTATIVE	Raccoglie le risposte per quanto concerne l'aspettativa di spesa rispetto al costo reale del matrimonio.
BUDGET	Indica se è stato previsto un budget di spesa per il matrimonio ed eventualmente a quanto ammontava.
CAMBIAMENTI	Contiene le osservazioni emerse in merito all'evoluzione del mercato.
CAMBIAMENTO NEGATIVO	Contiene le osservazioni che natura negativa in merito all'evoluzione del mercato.
CAMBIAMENTO POSITIVO	Contiene le osservazioni che natura positiva in merito all'evoluzione del mercato.

⁶⁵ Ivi, pag. 160

CODES	DESCRIPTION
CARATTERISTICHE	Raccoglie gli aggettivi utilizzati dai soggetti per descrivere il proprio matrimonio.
CATERING	Contiene le indicazioni che riguardano l'utilizzo del catering.
COLORI	Raccoglie le informazioni che concernono l'estetica del matrimonio.
CONOSCENZA COSTI	Contiene le considerazioni in merito alla conoscenza dei costi preliminare all'organizzazione.
CONOSCENZA DEI FORNITORI	Contiene le informazioni che indicano come il consumatore è venuto a conoscenza dei fornitori scelti.
CONOSCENZA DEL MERCATO	Raccoglie le considerazioni in merito alla conoscenza del mercato dei matrimoni prima dell'organizzazione.
COSTO	Contiene il costo dei singoli matrimoni.
FASI DELLA GIORNATA	Contiene i principali momenti che si sono susseguiti durante la giornata.
FIGURA PROFESSIONALE ESTETICA	Indica le risposte date in merito all'affidamento a una figura professionale per quanto riguarda l'estetica del matrimonio.
FORNITORI	Contiene i fornitori che scelti dai consumatori e il loro numero indicativo.
LUOGO	Indica in quale luogo i consumatori hanno deciso di realizzare il ricevimento di nozze.
MOMENTO DELLA GIORNATA	Raccoglie le informazioni in merito al momento della giornata che il consumatore ha preferito per celebrare il suo matrimonio.
NUMERO DI INVITATI	Contiene le informazioni sul numero di invitati.
RISTORAZIONE INTERNA	Raccoglie le risposte dei consumatori che hanno preferito la ristorazione interna al catering.
SCelta DEI FORNITORI	Indica i criteri per cui il consumatore ha scelto un fornitore piuttosto che un altro.
SERVIZIO PIÙ COSTOSO	Raccoglie i servizi a cui il consumatore ha dedicato la fetta di budget più consistente.
SERVIZIO PIÙ IMPORTANTE	Indica quali sono per i consumatori i servizi più importanti nell'organizzazione di un matrimonio.
STILE	Contiene le considerazioni in merito alla scelta o meno di uno stile per il proprio matrimonio.
TEMA	Contiene le considerazioni in merito alla scelta o meno di un tema per il proprio matrimonio.
TEMPI DI ORGANIZZAZIONE	Indica il tempo impiegato per organizzare il matrimonio.
TEMPO PRIMA DEL MATRIMONIO	Indica quanto tempo prima del matrimonio il consumatore ha deciso di sposarsi.
TIPO DI CERIMONIA	Indica quale è stato il tipo di cerimonia.

tramite rito religioso. L'unico consumatore che si è sposato civilmente ha avuto l'accortezza di specificare che costituiva un'eccezione rispetto alla tradizione di un tempo (reference 8). Coloro invece la cui cerimonia è stata religiosa e che hanno voluto aggiungere qualcosa alla risposta, imputano la decisione al proprio credo, affermando che si trattava del completamento di un percorso più ampio (reference 1, 5, 7). Un soggetto sottolinea che il matrimonio religioso "un tempo era scontato" (reference 4).

Tempistiche

Le domande che riguardano l'ambito delle tempistiche avevano lo scopo di rendere conto di quanto tempo passasse dalla decisione di sposarsi alla data effettiva del matrimonio, nonché il periodo necessario all'organizzazione dello stesso.

La decisione di sposarsi viene presa dal consumatore in media un anno prima, con oscillazioni che vanno dai due anni, ai quattro mesi. Due consumatori su dieci specificano che il tempo di organizzazione è stato "pochissimo" (reference 1 e 10), mentre un consumatore (reference 4) cita un

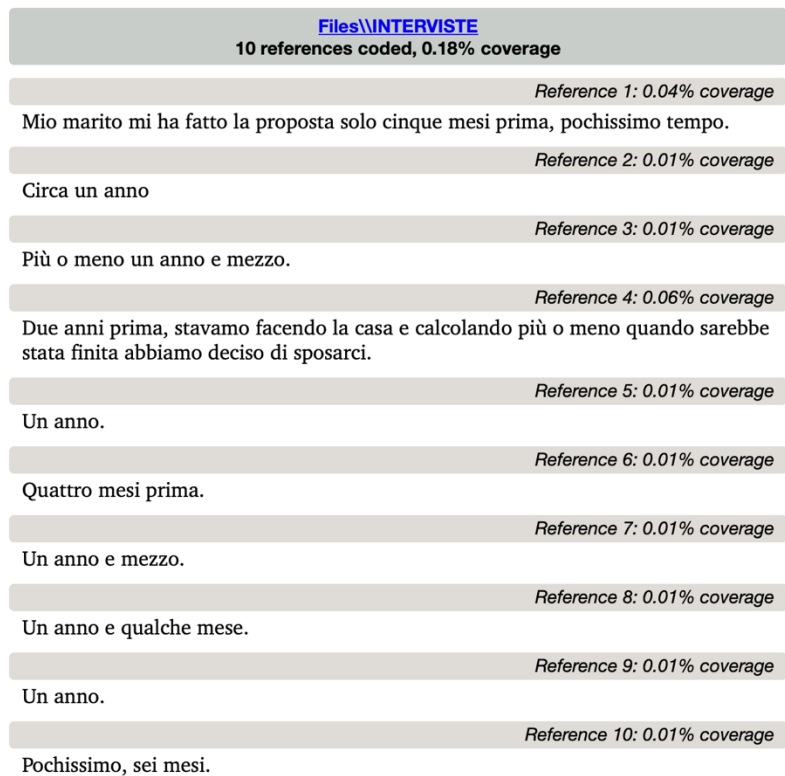


Figura 2. Periodo di tempo precedente alla data delle nozze

tema che diventa ricorrente nel corso delle interviste a coloro il cui matrimonio è avvenuto da più di vent'anni: la costruzione della propria abitazione, che si rivela un elemento particolarmente influente sia dal punto di vista cronologico, sia economico.

Il periodo massimo impiegato nell'organizzazione del matrimonio dichiarato dai consumatori intervistati è di un anno, mentre il minimo è di quattro mesi. Se si calcola una media indicativa tra tutti i periodi indicati, emerge che il tempo di organizzazione medio si attesta sui sette mesi. Nuovamente viene affiancato al tema del tempo, quello

Files\INTERVISTE	
10 references coded, 0.34% coverage	
Reference 1: 0.04% coverage	Per forza di cose cinque mesi, erano anche troppo pochi, ho dovuto correre.
Reference 2: 0.01% coverage	(ci pensa) sette/otto mesi.
Reference 3: 0.01% coverage	Nove/dieci mesi.
Reference 4: 0.05% coverage	Molto meno di due anni perché eravamo troppo presi dai lavori, un anno circa, anche scarso forse.
Reference 5: 0.01% coverage	Un anno.
Reference 6: 0.05% coverage	Quattro mesi, avevo poco tempo. In realtà il mio matrimonio l'avrei organizzato quattro anni prima.
Reference 7: 0.10% coverage	L'organizzazione fisica pochissimo, ho fermato il ristorante e il fotografo un anno prima e ho trovato l'abito. Il problema era la casa in costruzione, dovevamo finire quella entro la data del matrimonio.
Reference 8: 0.02% coverage	Abbiamo iniziato poco dopo, quindi un anno circa.
Reference 9: 0.04% coverage	Beh un anno prima ho confermato il ristorante, poi il resto in sei mesi l'ho fatto.
Reference 10: 0.01% coverage	Sei mesi.

Figura 3. Tempi di organizzazione

avrebbero potuto essere particolarmente interessanti, ma non sono stati approfonditi in questa sede per focalizzare quello del mercato del wedding.

Un consumatore (reference 7) specifica l'ordine con il quale ha proceduto nell'organizzazione, affermando che ristorante e fotografo, insieme all'abito, sono stati i primi servizi confermati. Un consumatore dichiara che il matrimonio è stato organizzato quattro anni prima, ma poi argomenta imputando l'affermazione al rinvio delle nozze per problemi personali.

Supporto nell'organizzazione

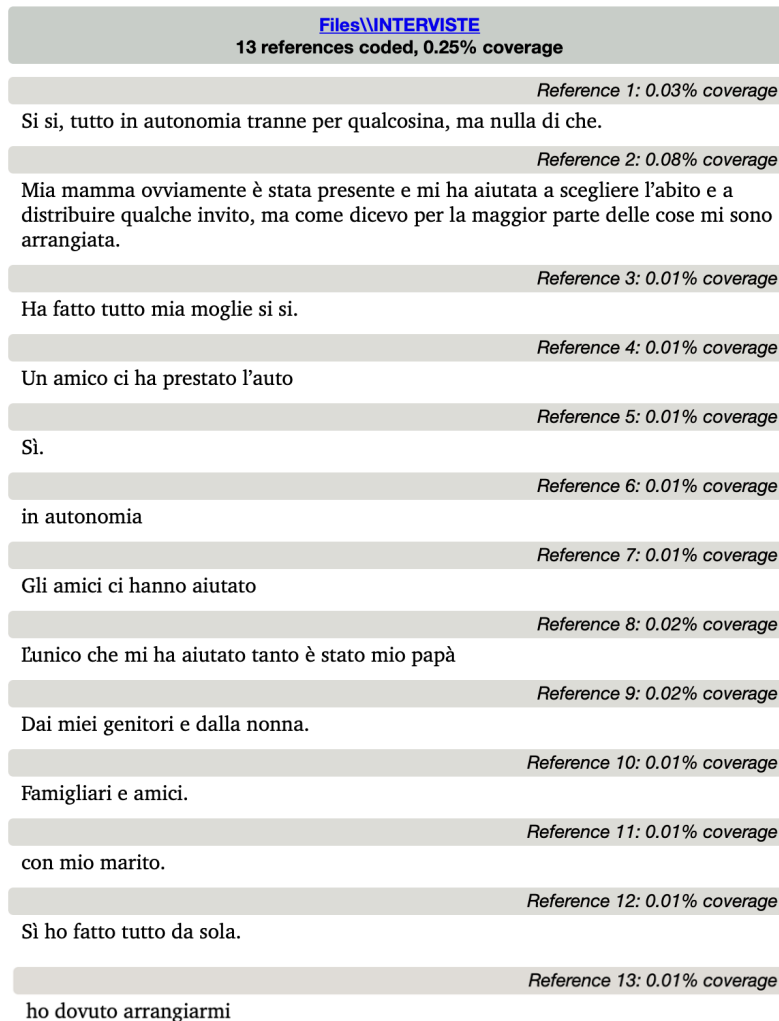
Le domande poste in merito al supporto ricevuto avevano lo scopo di identificare coloro che, oltre agli sposi, erano coinvolti nell'organizzazione del matrimonio. Il

della casa in costruzione. Spesso, infatti, la decisione di sposarsi coincideva con quella di edificare la propria casa, che avrebbe dovuto essere pronta entro la data del matrimonio, con il quale, nella maggior parte dei casi, coincideva l'inizio della convivenza della coppia.

Questo tema e quello della convivenza pre e post-matrimonio

quesito chiedeva se i preparativi fossero avvenuti in autonomia, mentre i rilanci specificavano chi fossero le persone intervenute in aiuto. In nessun caso, tra i consumatori il cui matrimonio è avvenuto da almeno vent'anni, si cita l'intervento di figure professionali come wedding planner. Le famiglie e gli amici sono stati i principali attori coinvolti nell'organizzazione.

Nel grafico riportato, in questo caso e in altri successivamente, il numero di reference



non corrisponde al numero di consumatori, poiché si preferisce spezzare le affermazioni per dare una visione d'insieme più chiara. Inoltre, è possibile che in punti diversi dell'intervista siano emerse considerazioni utili a indagare questo tema e che quindi siano state aggiunte al codice successivamente.

Figura 4. Supporto nell'organizzazione

Il numero di invitati

Sulla base delle risposte raccolte gli invitati erano in numero estremamente variabile. Si oscilla dai settanta ai centosettanta. La metà dei soggetti intervistati conta meno di cento persone, l'altra metà dalle cento alle centosettanta.

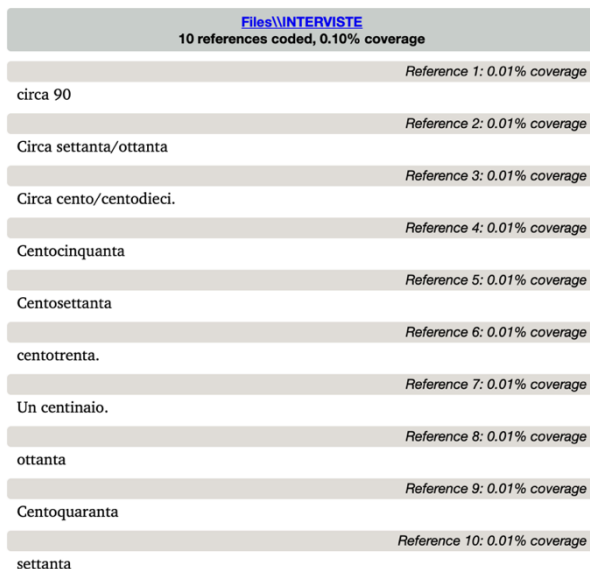


Figura 5. Numero di invitati

La struttura della giornata

Chiarire come si articolano gli eventi nel corso della giornata è utile a comprendere le preferenze del consumatore e, di conseguenza, le variazioni che il mercato subisce in relazione ad esse. L'impegno dei fornitori, infatti, varia a seconda della struttura cronologica dell'evento.

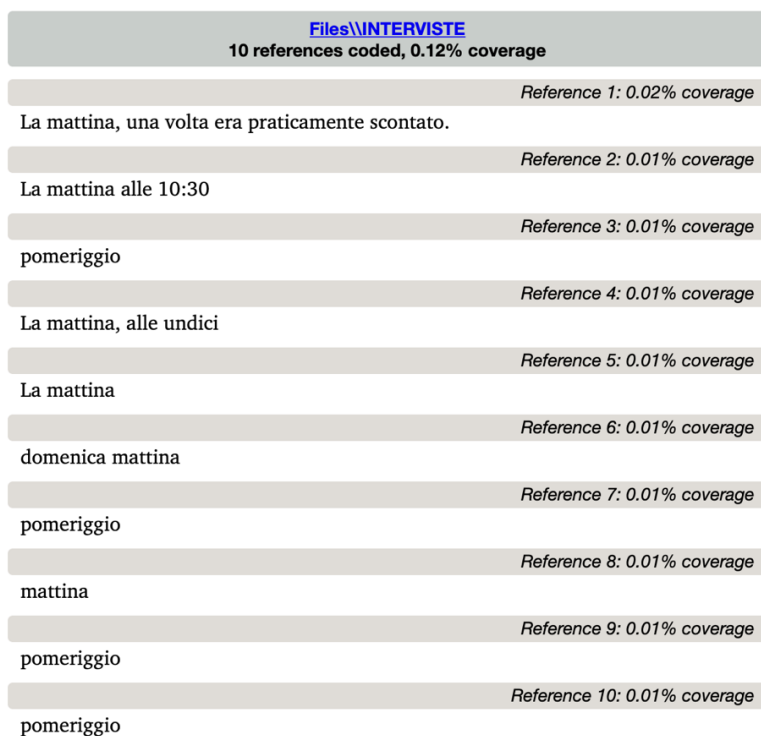


Figura 6. Momento della cerimonia

Files\INTERVISTE 21 references coded, 0.69% coverage	
	Reference 1: 0.11% coverage
Beh, la mattina presto sono arrivati i miei invitati a casa per un rinfresco, poi ci siamo diretti verso la chiesa alle undici, dopo la cerimonia abbiamo fatto qualche foto in un parco vicino alla chiesa e poi pranzo lungo fino a sera	
	Reference 2: 0.02% coverage
cerimonia, foto, pranzo e festa finale.	
	Reference 3: 0.03% coverage
C'è la stata la cerimonia, poi si facevano le foto, il pranzo e la festa	
	Reference 4: 0.02% coverage
rinfresco, la cerimonia, le foto in un parco	
	Reference 5: 0.01% coverage
il pranzo	
	Reference 6: 0.03% coverage
pausa durante il pomeriggio e poi riprendere la sera	
	Reference 7: 0.03% coverage
La sera abbiamo finito di mangiare e poi abbiamo fatto la festa	
	Reference 8: 0.01% coverage
scherzi degli amici	
	Reference 9: 0.01% coverage
preparazione a casa	
	Reference 10: 0.02% coverage
rinfresco con i miei ospiti, la cerimonia	
	Reference 12: 0.05% coverage
Dopo le foto siamo arrivati al ristorante, abbiamo mangiato fino a tardi e abbiamo festeggiato	
	Reference 13: 0.02% coverage
Dopo la cerimonia c'è stato il pranzo nuziale	
	Reference 14: 0.04% coverage
Dopo c'era la festa e finito tutto siamo andati a fare un giro in centro al paese	
	Reference 15: 0.04% coverage
Il rinfresco a casa, la cerimonia, il ristorante, le foto e la festa con gli amici.	
	Reference 16: 0.05% coverage
sposati in comune la mattina con i testimoni, il resto degli invitati è andato direttamente in ristorante.	
	Reference 17: 0.08% coverage
Si faceva il pranzo e alcuni lo dividevano in due, nel mezzo c'era una pausa di un paio d'ore, c'era chi andava a casa a riposare. Poi si riprendeva fino a notte tarda	
	Reference 18: 0.06% coverage
Il rinfresco, la cerimonia, le foto, la cena lunga senza interruzioni dato che siamo sposati di pomeriggio e poi la festa	
	Reference 19: 0.01% coverage
la cerimonia	
	Reference 20: 0.01% coverage
le foto e la cena	
	Reference 21: 0.02% coverage
Poi abbiamo festeggiato con gli amici	

Figura 7. Fasi della giornata

Un consumatore (reference 1) afferma che i matrimoni che si tenevano almeno vent'anni fa erano soliti svolgersi la mattina (“era praticamente scontato”⁶⁶). Tuttavia, le informazioni raccolte sembrano smentire questo punto di vista. Il numero di matrimoni tenutisi la mattina (6) è quasi uguale a quello dei matrimoni pomeridiani (4). Gli eventi che si susseguivano durante la giornata sono simili per tutti i matrimoni e prevedono nella maggior parte dei casi un rinfresco con gli ospiti precedente alla cerimonia, la cerimonia stessa, il momento delle foto e il ricevimento nuziale (pranzo o cena a seconda dei casi), per poi concludere con una

⁶⁶ Cfr intervista n°1.

festa finale. In due casi i consumatori parlano di una pausa pomeridiana di qualche ora per consentire agli ospiti di riposare (“Una volta si usava anche fare una pausa durante il pomeriggio e poi riprendere la sera”; “Si faceva il pranzo e alcuni lo dividevano in due, nel mezzo c’era una pausa di un paio d’ore, c’era chi andava a casa a riposare” cfr interviste 4 e 8).

Ristorazione e catering

Files\INTERVISTE 5 references coded, 0.14% coverage	
	Reference 1: 0.05% coverage
Sì, sia per il rinfresco che abbiamo fatto a casa prima della cerimonia sia per il matrimonio in cantina	
	Reference 2: 0.03% coverage
volevamo scegliere noi chi avrebbe fatto da mangiare	
	Reference 3: 0.01% coverage
solo per il rinfresco	
	Reference 4: 0.01% coverage
per forza	
	Reference 5: 0.04% coverage
se avessi avuto una villa l'avremmo preso, ma avremmo dovuto pagare anche l'affitto	

Figura 9. Considerazioni in merito al catering

Files\INTERVISTE 7 references coded, 0.12% coverage	
	Reference 1: 0.01% coverage
ristorante	
	Reference 2: 0.01% coverage
ristorante.	
	Reference 3: 0.01% coverage
ristorante	
	Reference 4: 0.03% coverage
sapeva come cucinava e faceva cose sofisticate per l'epoca	
	Reference 5: 0.01% coverage
ristorazione della location	
	Reference 6: 0.01% coverage
Si risparmiava qualcosa	
	Reference 7: 0.03% coverage
Un ristorante, una volta non erano tanti quelli che avevano il catering.	

Figura 8. Considerazioni in merito al ristorante

Le domande in merito al ricevimento nuziale erano volte ad approfondire la preferenza dei consumatori rispetto alla ristorazione interna alla location o al catering. La maggioranza delle risposte rivela che il ristorante con cucina propria era la scelta prevalente. Oltre a un fattore economico – la ristorazione interna alla location è meno costosa perché non prevede l'affitto del luogo del

Files\INTERVISTE 10 references coded, 0.12% coverage	
	Reference 1: 0.01% coverage
ristorante	
	Reference 2: 0.01% coverage
cantina	
	Reference 3: 0.01% coverage
ristorante	
	Reference 4: 0.01% coverage
villa.	
	Reference 5: 0.01% coverage
ristorante	
	Reference 6: 0.01% coverage
ristorante	
	Reference 7: 0.01% coverage
ristorante.	
	Reference 8: 0.01% coverage
ristorante	
	Reference 9: 0.03% coverage
Un ristorante, una volta non erano tanti quelli che avevano il catering.	
	Reference 10: 0.01% coverage
Un ristorante	

Figura 10. Considerazioni in merito al luogo del ricevimento

ricevimento – i consumatori ritengono che la scelta sia stata dovuta alla conoscenza preliminare delle strutture e quindi alla sicurezza della loro qualità. Alcuni ne avevano già avuto esperienza in occasione di matrimoni precedenti, altri invece erano soliti

frequentare i ristoranti che hanno scelto anche prima delle loro nozze. Due consumatori hanno scelto una location con un catering esterno senza però evidenziare motivazioni particolarmente rilevanti.

Caratteristiche ed estetica

È stato chiesto ai consumatori di descrivere il loro matrimonio con alcune qualità. Vicino ad aggettivi come “divertente”, “folkloristico” e “tradizionale”, alcuni soggetti hanno constatato seriosità e tensione. Si sottolinea anche la buona cucina.

Successivamente si chiedeva se la festa fosse caratterizzata da uno stile in particolare. Escludendo una risposta che definisce il matrimonio come “sobrio” (reference 5), tutti gli altri consumatori negano il fatto che si usasse scegliere uno stile in particolare. Lo stesso avviene quando si chiedono informazioni in merito al tema. Per quanto riguarda i colori, invece, tutti i soggetti fanno riferimento esclusivamente alle tinte dei fiori, senza menzionare nuance particolari che tornassero in tutto l’evento. In particolare, nessuno dei consumatori si è servito di una figura professionale che si occupasse dell’estetica dell’evento, mentre due soggetti evidenziano che era compito del fiorista e del catering (reference 1 e 2)

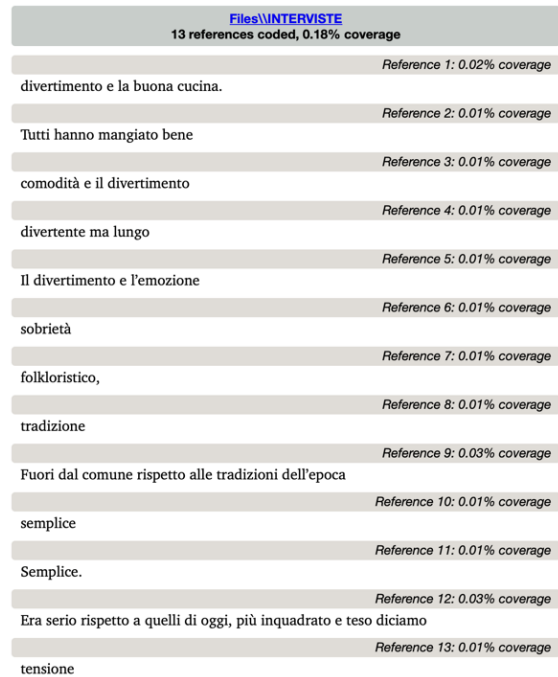


Figura 11. Caratteristiche delle nozze

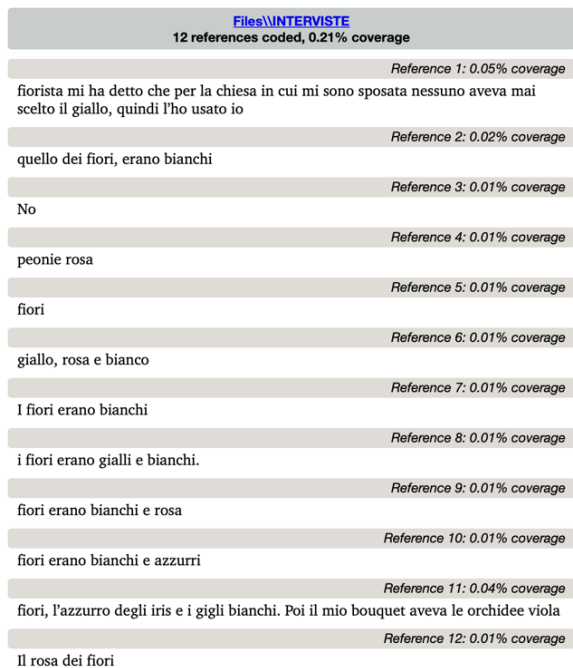


Figura 12. Considerazioni in merito alla scelta dei colori

Files\INTERVISTE 9 references coded, 0.17% coverage	
	Reference 1: 0.09% coverage
No, non c'era uno stile preciso, l'unica cosa a cui ho fatto attenzione è che non fosse un matrimonio troppo impostato, volevo che gli invitati si divertissero senza sentirsi a disagio.	
	Reference 2: 0.01% coverage
No,	
	Reference 3: 0.01% coverage
No	
	Reference 4: 0.01% coverage
non si usava assolutamente	
	Reference 5: 0.01% coverage
sobrio	
	Reference 6: 0.01% coverage
No.	
	Reference 7: 0.01% coverage
No no, non era come adesso	
	Reference 8: 0.01% coverage
No,	
	Reference 9: 0.01% coverage
No	

Figura 13. Considerazioni in merito allo stile

Files\INTERVISTE 11 references coded, 0.12% coverage	
	Reference 1: 0.01% coverage
nessun tema	
	Reference 2: 0.01% coverage
No.	
	Reference 3: 0.01% coverage
No.	
	Reference 4: 0.01% coverage
No (sorride).	
	Reference 5: 0.01% coverage
nessun tema	
	Reference 6: 0.01% coverage
No.	
	Reference 7: 0.01% coverage
No.	
	Reference 8: 0.02% coverage
No non lo faceva nessuno una volta	
	Reference 9: 0.01% coverage
No nessuno	
	Reference 10: 0.01% coverage
No.	
	Reference 11: 0.01% coverage
No.	

Figura 14. Considerazioni in merito al tema

Files\INTERVISTE 10 references coded, 0.10% coverage	
	Reference 1: 0.01% coverage
la fiorista	
	Reference 2: 0.01% coverage
il catering	
	Reference 3: 0.01% coverage
No	
	Reference 4: 0.01% coverage
No.	
	Reference 5: 0.01% coverage
No.	
	Reference 6: 0.01% coverage
No.	
	Reference 7: 0.01% coverage
No	
	Reference 8: 0.01% coverage
No	
	Reference 9: 0.01% coverage
No.	
	Reference 10: 0.01% coverage
No	

Figura 15. Scelta figura professionale che si occupa dell'estetica generale

Files\INTERVISTE 23 references coded, 0.39% coverage	
Tre o quattro credo	Reference 1: 0.01% coverage
gli abiti, i fiori, il fotografo, il ristorante	Reference 2: 0.02% coverage
dj	Reference 3: 0.01% coverage
Quattro o cinque	Reference 4: 0.01% coverage
cantina, il catering e i fiori	Reference 5: 0.01% coverage
fotografo	Reference 6: 0.01% coverage
Sei o sette	Reference 7: 0.01% coverage
Gli abiti, il ristorante, il fotografo e i fiori, i parrucchieri e l'auto	Reference 8: 0.03% coverage
tre o quattro	Reference 9: 0.01% coverage
vestiti, i fiori, il fotografo, il catering e la villa	Reference 10: 0.03% coverage
sei.	Reference 11: 0.01% coverage
La macchina, il fotografo, il ristorante, i vestiti, i fiori e le bomboniere.	Reference 12: 0.04% coverage
rinfresco	Reference 13: 0.01% coverage
il ristorante, il fotografo, il dj per la festa	Reference 14: 0.02% coverage
fiori	Reference 15: 0.01% coverage
bomboniera	Reference 16: 0.01% coverage
La parrucchiera, la macchina	Reference 17: 0.01% coverage
il ristorante, il fotografo, i fiori e il vestito	Reference 18: 0.02% coverage
La parrucchiera, i fiori, il ristorante e il fotografo.	Reference 19: 0.03% coverage
i vestiti, la parrucchiera, le bomboniere e l'estetista	Reference 20: 0.03% coverage
L'abito, i capelli, il trucco	Reference 21: 0.01% coverage
il fotografo e il ristorante	Reference 22: 0.01% coverage
	Reference 23: 0.01% coverage

Figura 16. Considerazioni in merito ai fornitori

La scelta dei fornitori avveniva prevalentemente sulla base di conoscenze pregresse, di passa parola e tramite l'affidamento all'opinione di conoscenti che ne avevano già avuto esperienza. In due casi si sottolinea che erano operatori che vivevano nello stesso paese degli sposi o nei dintorni, o che avevano già lavorato per parenti stretti degli sposi. Altre volte gli

Fornitori

I fornitori scelti per le nozze sono simili per tutti i casi analizzati e sono, in media, sette per ciascun matrimonio. Si evidenzia la presenza di operatori estetici quali parrucchieri ed estetiste, fioristi, fotografi, confezionamento bomboniere, catering, noleggio auto, abiti e in due casi vi è la presenza di un addetto all'intrattenimento degli ospiti. Talvolta c'erano anche solo tre o quattro fornitori nel caso in cui amici, parenti o conoscenti si occupassero di un servizio in particolare. In due casi, infatti, si evidenzia che gli abiti venivano confezionati da persone vicine agli sposi, le auto venivano prestate, oppure un solo fornitore si occupava di più servizi (*"le bomboniere che ci faceva la fiorista"*⁶⁷).

Files\INTERVISTE 18 references coded, 0.29% coverage	
passa parola	Reference 1: 0.01% coverage
consigliati da amici e conoscenti	Reference 2: 0.02% coverage
dintorni,	Reference 3: 0.01% coverage
non c'era internet	Reference 4: 0.01% coverage
conoscevamo già, altri ci sono stati suggeriti.	Reference 5: 0.02% coverage
Erano del paese, li avevamo già visti ad altri matrimoni	Reference 6: 0.03% coverage
ci sono stati consigliati	Reference 7: 0.01% coverage
Amicizie.	Reference 8: 0.01% coverage
non c'era internet	Reference 9: 0.01% coverage
Il fiorista era del paese ed era tra i più bravi	Reference 10: 0.02% coverage
fotografo ci è stato consigliato	Reference 11: 0.02% coverage
per passa parola	Reference 12: 0.01% coverage

Figura 17. Conoscenza dei fornitori

⁶⁷ cfr intervista n°2.

operatori erano amici o conoscenti dei soggetti intervistati.

Alcuni consumatori sentono l'esigenza di sottolineare che un tempo non avevano a disposizione gli strumenti tecnologici odierni che avrebbero potuto essere utili per la ricerca dei fornitori.

Per quanto riguarda i criteri utilizzati dai consumatori per scegliere un fornitore piuttosto che un altro sono preponderanti la qualità del servizio e il suo costo, non è però trascurabile il ruolo dell'opinione altrui. Solo un consumatore su dieci menziona l'estetica (*"essendo appena aperto era una location bellissima con un parco bellissimo"*⁶⁸).

Il quesito numero nove chiedeva se ci fosse un servizio a cui il soggetto ha preferito dedicare un budget più consistente rispetto alla media dei prezzi del mercato in relazione all'importanza che gli attribuiva. Le risposte non lasciano alcun dubbio, il servizio per cui i consumatori sono disposti a spendere un budget maggiore è la ristorazione. Il cibo, per il campione selezionato, è l'elemento più importante nel corso

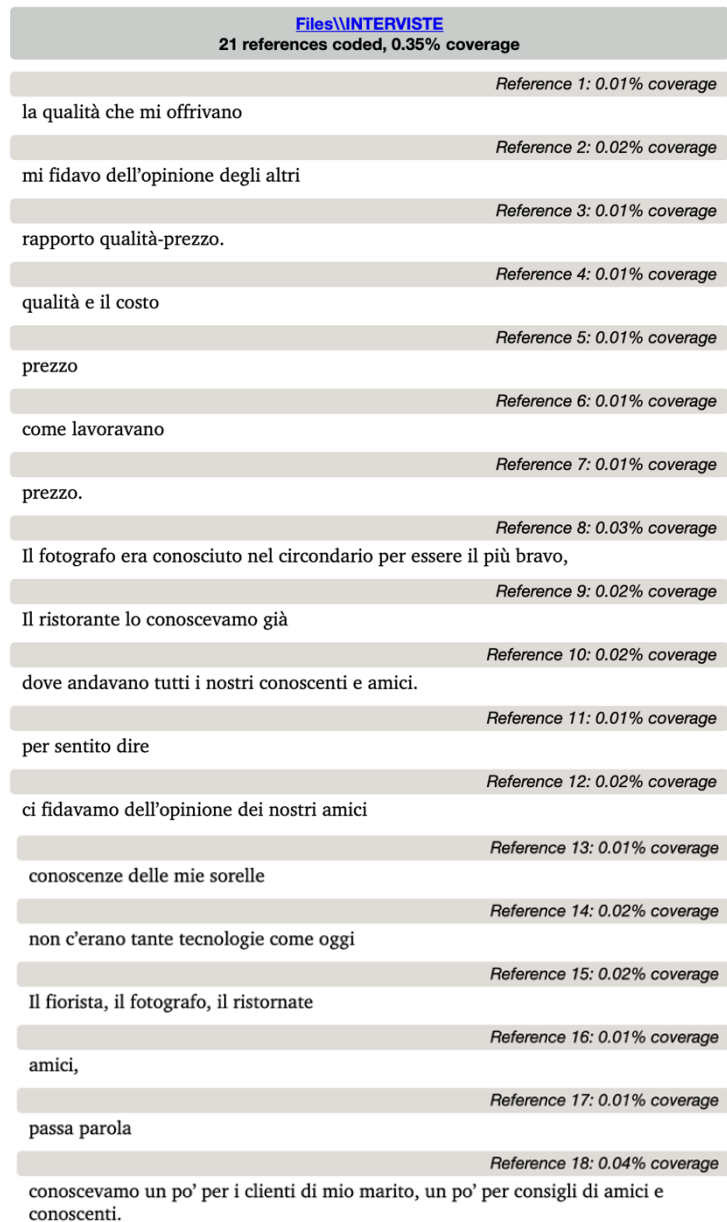
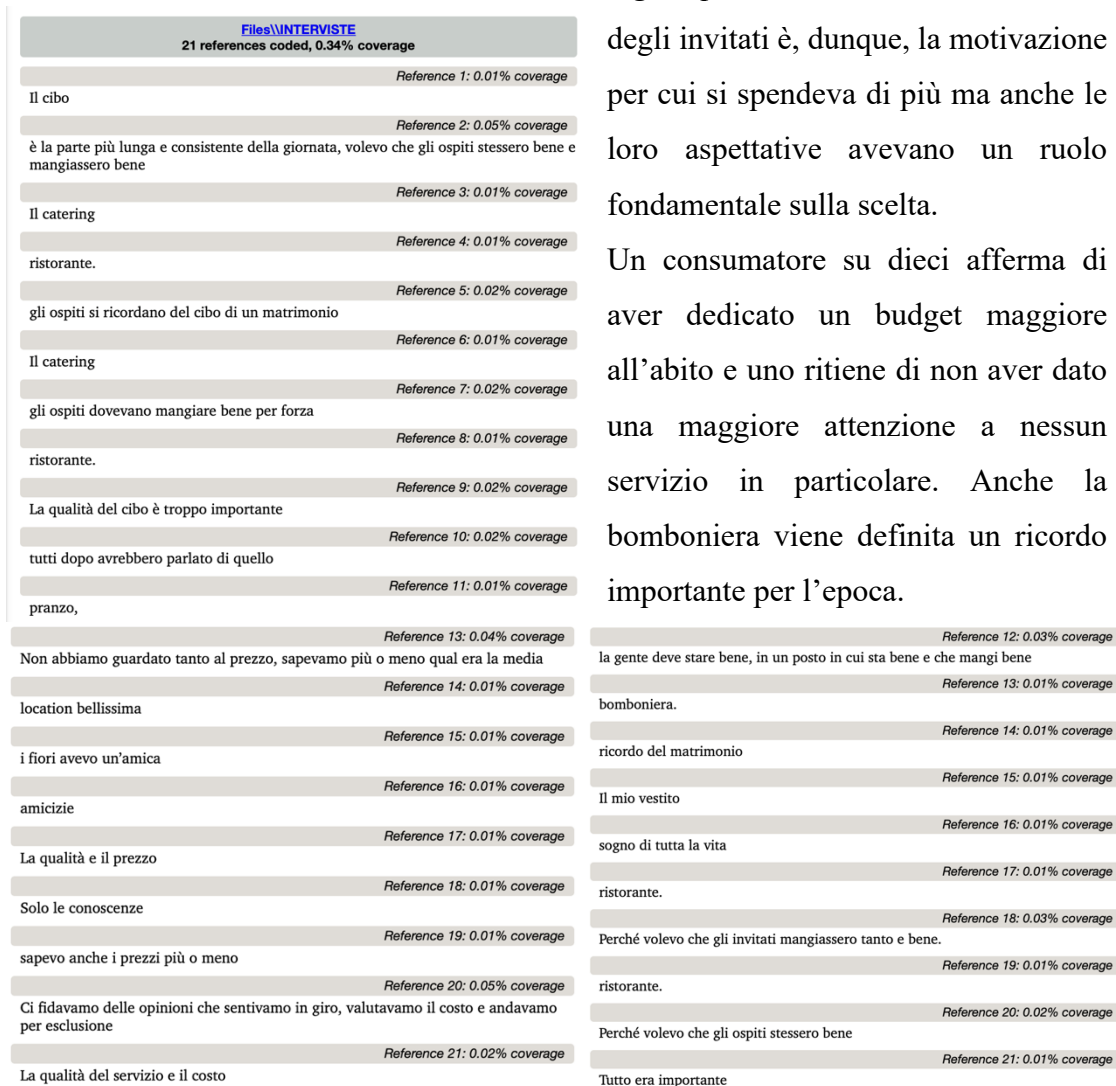


Figura 18. Criteri di scelta dei fornitori

⁶⁸ Cfr intervista n° 6.

del matrimonio. È curioso sottolineare come nelle risposte tornino sovente le frasi “*del matrimonio ci si ricorda il cibo*⁶⁹” e “*volevo che gli ospiti stessero bene*”. Il benessere



degli invitati è, dunque, la motivazione per cui si spendeva di più ma anche le loro aspettative avevano un ruolo fondamentale sulla scelta.

Un consumatore su dieci afferma di aver dedicato un budget maggiore all’abito e uno ritiene di non aver dato una maggiore attenzione a nessun servizio in particolare. Anche la bomboniera viene definita un ricordo importante per l’epoca.

Figura 19. Servizi più importanti

Costi e budget

Analizzando le risposte derivanti dai quesiti che trattano di costi e budget emerge che la maggioranza dei soggetti intervistati non aveva previsto un budget dedicato per il proprio matrimonio, ma resta rilevante la questione della costruzione della propria abitazione. Un consumatore alla domanda “quale è stato il costo indicativo del suo matrimonio?⁷⁰” ha risposto chiedendo se si intendesse “con i mobili o senza mobili” e spiegando successivamente che un tempo nel costo delle nozze si considerava anche quello per completare la propria casa. Non solo, talvolta era proprio il budget dedicato

⁶⁹ Cfr interviste n° 2,3,5,8.

⁷⁰ Cfr intervista n° 9.

a quest'ultima a influenzare la gestione economica del matrimonio, un consumatore, infatti, afferma che il denaro dedicato al matrimonio era quello rimasto dall'ammontare totale della casa⁷¹. In media per sposarsi si spendevano dai dieci agli undici milioni di lire. Quando gli sposi non si occupavano autonomamente di coprire la somma totale per i festeggiamenti, a intervenire erano in prevalenza i genitori. Il servizio più costoso coincide nella maggior parte dei casi con quello che i consumatori ritengono più importante, ossia la ristorazione.

Files\INTERVISTE 12 references coded, 0.16% coverage	
dieci milioni di lire	Reference 1: 0.01% coverage
11 o 12 mila euro	Reference 2: 0.01% coverage
Diecimila euro	Reference 3: 0.01% coverage
Otto o nove milioni	Reference 4: 0.01% coverage
lire	Reference 5: 0.01% coverage
Circa dieci milioni di lire	Reference 6: 0.01% coverage
non ho guardato quanto costava	Reference 7: 0.01% coverage
quindici o venti milioni	Reference 8: 0.01% coverage
otto o nove milioni di lire.	Reference 9: 0.01% coverage
più o meno sedici milioni di lire	Reference 10: 0.02% coverage
il matrimonio sarà costato dieci milioni circa	Reference 11: 0.02% coverage
Dai dieci ai quindici milioni	Reference 12: 0.01% coverage

Figura 21. Costo indicativo del matrimonio

Files\INTERVISTE 12 references coded, 0.16% coverage	
non c'era budget,	Reference 1: 0.01% coverage
non abbiamo previsto una cifra in cui stare	Reference 2: 0.02% coverage
dieci mila euro circa	Reference 3: 0.01% coverage
Non ce l'avevamo	Reference 4: 0.01% coverage
Non c'era budget	Reference 5: 0.01% coverage
si sceglieva quello che costava meno	Reference 6: 0.02% coverage
dieci milioni	Reference 7: 0.01% coverage
Non avevo un budget	Reference 8: 0.01% coverage
Non avevamo budget	Reference 9: 0.01% coverage
Quello che ho speso	Reference 10: 0.01% coverage
Non c'era, si andava avanti mano a mano.	Reference 11: 0.02% coverage
i soldi che ci sono rimasti una volta fatta la casa	Reference 12: 0.02% coverage

Figura 23. Budget predisposto

Files\INTERVISTE 11 references coded, 0.20% coverage	
io e mio marito	Reference 1: 0.01% coverage
genitori	Reference 2: 0.01% coverage
i miei genitori ci hanno aiutato tanto	Reference 3: 0.02% coverage
da mia moglie anche	Reference 4: 0.01% coverage
a me perché mio marito si stava occupando della casa e ci siamo accordati così	Reference 5: 0.04% coverage
Da me e mia moglie	Reference 6: 0.01% coverage
Mio papà	Reference 7: 0.01% coverage
i miei genitori hanno deciso di pagare la mia parte	Reference 8: 0.02% coverage
I miei genitori davano una cifra uguale per tutte le sorelle, quindi una parte è stata coperta da loro.	Reference 9: 0.05% coverage
mio marito	Reference 10: 0.01% coverage
Me e mio marito.	Reference 11: 0.01% coverage

Figura 20. Soggetti che hanno coperto il costo del matrimonio

Files\INTERVISTE 10 references coded, 0.12% coverage	
Il pranzo	Reference 1: 0.01% coverage
Quello che ci si ricorda di un matrimonio è il mangiare	Reference 2: 0.03% coverage
Il catering	Reference 3: 0.01% coverage
ristorante.	Reference 4: 0.01% coverage
catering	Reference 5: 0.01% coverage
ristorante.	Reference 6: 0.01% coverage
Il vestito	Reference 7: 0.01% coverage
ristorante.	Reference 8: 0.01% coverage
ristorante.	Reference 9: 0.01% coverage
I ristoranti	Reference 10: 0.01% coverage

Figura 22. Servizio più costoso

⁷¹ Cfr intervista n° 10.

La conoscenza del mercato, dei fornitori e dei prezzi

Sono pochi i consumatori che affermano di conoscere il mercato precedentemente al proprio matrimonio. Una parte consistente del campione selezionato sostiene essere stato a conoscenza di pochi servizi, sapeva però quali fossero i fornitori principali che avrebbero dovuto contattare per l'organizzazione delle nozze. Per quanto riguarda i prezzi del mercato, invece, due consumatori affermano di non esserne stati per nulla a conoscenza e uno, in particolare, credeva fossero più contenuti.

Nella maggior parte dei casi, conoscendo la media dei costi relativi a ciascun servizio, i consumatori ritengono che il costo del loro matrimonio sia stato in linea con le loro aspettative. Infatti, alla domanda “il costo del suo matrimonio è stato il linea con le sue aspettative?”, otto consumatori su dieci rispondono “sì”.

Files\INTERVISTE 15 references coded, 0.30% coverage	
non ne sapevo niente.	Reference 1: 0.01% coverage
sapevo più o meno chi avrei dovuto contattare, ma erano davvero pochi fornitori quindi non era complesso	Reference 2: 0.05% coverage
Per niente	Reference 3: 0.01% coverage
sapevo del ristorante e dei fiori, per il resto no	Reference 4: 0.02% coverage
per nulla	Reference 5: 0.01% coverage
sì.	Reference 6: 0.01% coverage
Non tanto il mercato, però sapevo come si organizzava e cosa fare.	Reference 7: 0.03% coverage
quelli più tradizionali	Reference 8: 0.01% coverage
No.	Reference 9: 0.01% coverage
non posso dire che conoscevo il mercato	Reference 10: 0.02% coverage
Sì	Reference 11: 0.01% coverage
mercato no	Reference 12: 0.01% coverage
sapevo cosa fare quando ho dovuto organizzare perché sono la più piccola di quattro fratelli, quindi avevo già vissuto l'organizzazione tramite loro.	Reference 13: 0.07% coverage
No assolutamente	Reference 14: 0.01% coverage
Qualcuno, ma poco	Reference 15: 0.01% coverage

Figura 24. Conoscenza del mercato

Files\INTERVISTE 9 references coded, 0.14% coverage	
grandi linee sì	Reference 1: 0.01% coverage
Assolutamente no, non credevo che fossero così alti.	Reference 2: 0.03% coverage
No non li conoscevo	Reference 3: 0.01% coverage
Sì.	Reference 4: 0.01% coverage
Ci immaginavamo i prezzi, sapevo quanto costa tutto il matrimonio	Reference 5: 0.03% coverage
potevo immaginarli ma l'ho scoperto organizzando	Reference 6: 0.02% coverage
Sì.	Reference 7: 0.01% coverage
Sì.	Reference 8: 0.01% coverage
No	Reference 9: 0.01% coverage

Figura 24. Conoscenza dei prezzi e dei servizi

Files\INTERVISTE 11 references coded, 0.16% coverage	
Sì	Reference 1: 0.01% coverage
pensavo che costasse molto meno	Reference 2: 0.02% coverage
non mi sono stupito dei prezzi	Reference 3: 0.01% coverage
Sì	Reference 4: 0.01% coverage
sapevamo a cosa andavamo incontro	Reference 5: 0.02% coverage
Sapevo quanto avevano speso gli amici, quindi sì	Reference 6: 0.02% coverage
Sì	Reference 7: 0.01% coverage
Ci immaginavamo i prezzi	Reference 8: 0.01% coverage
Sì	Reference 9: 0.01% coverage
Sì, appunto perché le mie sorelle si sono sposate prima di me	Reference 10: 0.03% coverage
	Reference 11: 0.01% coverage

Figura 26. Aspettative dei costi

I cambiamenti del mercato

Secondo il collettivo preso in esame il mercato dei matrimoni è cambiato nel corso del tempo. Dalle risposte emergono vari elementi interessanti. Coloro le cui nozze sono avvenute più di vent'anni fa evidenziano che i matrimoni odierni si discostano molto da quelli più datati, sostengono esserci numerosi fornitori in più da considerare nell'organizzazione e maggiori dettagli su cui soffermarsi. Alla domanda "ritiene che il mercato dei matrimoni sia cambiato negli ultimi vent'anni?", le risposte sono sempre affermative e in particolare contengono espressioni come "tutto", "completamente", tantissimo" e "sì per fortuna". Coloro che nel rispondere fanno un paragone tra i matrimoni passati e quelli più recenti, sottolineano che i primi erano tutti molto simili, prevedevano pochi fornitori e presentavano un clima poco rilassato⁷², caratterizzato da schemi e regole⁷³. In tre casi si fa riferimento all'aiuto di figure professionali per ciò che riguarda l'organizzazione delle nozze odierne⁷⁴. Come sottolineato in precedenza, si menziona la necessità di considerare nel matrimonio passato la costruzione della propria

Files\INTERVISTE 21 references coded, 0.85% coverage	
Reference 1: 0.04% coverage	i matrimoni di oggi sono completamente diversi da quelli che facevamo noi
Reference 2: 0.07% coverage	ci sono mille cose in più a cui pensare, ci vuole tanto più tempo, non saprei neanche quali fornitori dovrei chiamare. Ci sono tanti dettagli in più.
Reference 3: 0.05% coverage	Oggi si soffermano su tutto, c'è il grafico per gli inviti, il video maker, la wedding planner... c'è di tutto
Reference 4: 0.02% coverage	ci sono troppe cose da considerare
Reference 5: 0.03% coverage	c'è chi ti aiuta a organizzare ma ha un costo non indifferente
Reference 6: 0.01% coverage	È completamente cambiato
Reference 7: 0.01% coverage	Tutto
Reference 8: 0.04% coverage	dall'organizzazione al giorno stesso della festa. Adesso c'è tanta più roba
Reference 9: 0.01% coverage	Completamente.
Reference 10: 0.03% coverage	c'è tutta un'organizzazione e ci si affida a degli specialisti
Reference 11: 0.08% coverage	Oggi si viaggia di più e in modo più economico ma all'epoca di pensava che il viaggio di nozze fosse il classico "una volta nella vita" quindi si organizzava un gran viaggio
Reference 12: 0.01% coverage	tantissimo.
Reference 13: 0.04% coverage	C'è una migliore organizzazione e una maggiore attenzione ai dettagli adesso
Reference 14: 0.07% coverage	Perché una volta sposarsi voleva dire anche fare la casa, comprare i mobili e tutto, quindi non si calcolava il costo di quel giorno ma il totale dei lavori
Reference 15: 0.01% coverage	Sì completamente
Reference 16: 0.05% coverage	una volta quando avevi contattato il ristorante, preso il vestito e fermato la chiesa eri a posto
Reference 17: 0.18% coverage	Oggi c'è molto di più da fare, devi pensare all'allestimento, all'intrattenimento, al dj, ai cocktail, tutto questo non esisteva. I matrimoni erano tutti molto simili. E poi erano molto più impostati, oggi organizzati una festa, una volta erano più seriosi, lo vivevi come un momento importante quindi si caricava di tensione. Oggi rimane l'importanza ma è diversa. C'è più gioia.
Reference 18: 0.01% coverage	Sì per fortuna
Reference 19: 0.08% coverage	Una volta era quasi un peso sposarsi, c'erano schemi e regole a cui attenersi. Oggi è una grande festa piena di cose belle. Forse è più costoso ma è molto più bello.
Reference 20: 0.01% coverage	Positivamente.
Reference 21: 0.01% coverage	Migliore certo

Figura 27. Considerazioni in merito ai cambiamenti del mercato

⁷²Reference 17.

⁷³Reference 19.

⁷⁴Reference 3, reference, 5, reference 10.

abitazione⁷⁵. Solo un consumatore nel corso dell'intervista fa riferimento al viaggio di nozze⁷⁶, sostenendo che un tempo fosse considerato come l'unica occasione di compiere un viaggio particolarmente impegnativo e che quindi acquistasse un'importanza particolare.

Nel corso dell'analisi sono state raggruppate le affermazioni dei consumatori che riportavano opinioni positive o negative in merito al cambiamento avvenuto. Tutti i consumatori ritengono che il mercato odierno sia migliore rispetto a quello passato in virtù della maggiore possibilità di scelta dei servizi e di personalizzazione dell'evento. Alcuni, però, mettono in relazione l'evoluzione del settore con l'aumento dei costi che ne consegue.

Coloro che hanno un'opinione positiva per quanto riguarda i cambiamenti constatati menziona i dettagli estetici, il fatto che oggi il matrimonio sia al pari di un evento o una festa e la possibilità di scegliere molteplici servizi. Un consumatore cita l'aumento della qualità degli stessi.

I soggetti che invece hanno un parere più avverso sostengono che le nuove modalità, le descrivono come "esagerate", affermano che queste pongono in secondo piano il lato spirituale del matrimonio, mettendo al primo posto l'apparenza rispetto al senso stesso dell'atto. Inoltre, si definiscono "inutili e superflui" molti degli elementi che caratterizzano i matrimoni odierni; al costo più consistente si affianca la complessità dell'organizzazione.

Files\INTERVISTE	
22 references coded, 0.40% coverage	
mi piacciono molto di più i matrimoni di oggi	Reference 1: 0.02% coverage
Migliore assolutamente, ci sono tante cose da fare ma puoi personalizzare tutto	Reference 2: 0.04% coverage
mercato migliore perché è più ricco	Reference 3: 0.02% coverage
migliore	Reference 4: 0.01% coverage
I matrimoni sono bellissimi	Reference 5: 0.01% coverage
Positivo per l'estetica	Reference 6: 0.01% coverage
mercato è senz'altro migliore, offre tante possibilità di organizzare quello che a tutti gli effetti è un evento	Reference 7: 0.05% coverage
Credo sia una bella cosa	Reference 8: 0.01% coverage
più cura nelle cose	Reference 9: 0.01% coverage
anch'io mi affiderei a un'organizzatrice	Reference 10: 0.02% coverage
meno pensieri per decidere	Reference 11: 0.01% coverage
Migliore per me.	Reference 12: 0.01% coverage
Migliore perché c'è più scelta, uno può decidere di più, c'è più qualità dei servizi	Reference 13: 0.04% coverage
C'è una migliore organizzazione e una maggiore attenzione ai dettagli adesso	Reference 14: 0.04% coverage
Positivo.	Reference 15: 0.01% coverage
Migliore	Reference 16: 0.01% coverage
oggi organizzati una festa	Reference 17: 0.01% coverage
C'è più gioia	Reference 18: 0.01% coverage
Bello	Reference 19: 0.01% coverage
Migliore quello di oggi.	Reference 20: 0.01% coverage
Oggi è una grande festa piena di cose belle	Reference 21: 0.02% coverage
è molto più bello.	Reference 22: 0.01% coverage

Figura 28. Opinioni positive del cambiamento

⁷⁵ Reference 14.

⁷⁶ Reference 11.

Files\INTERVISTE	
18 references coded, 0.31% coverage	
si sta perdendo un po' il senso del matrimonio in sé	Reference 1: 0.02% coverage
esagerato quello che fanno oggi	Reference 2: 0.02% coverage
È costosissimo	Reference 3: 0.01% coverage
più complicato	Reference 4: 0.01% coverage
Radicale	Reference 5: 0.01% coverage
cambiato anche troppo	Reference 6: 0.01% coverage
tante cose sono superflue	Reference 7: 0.01% coverage
il costo però è più alto e l'organizzazione è più impegnativa	Reference 8: 0.03% coverage
Esagerato.	Reference 9: 0.01% coverage
fatica organizzare	Reference 10: 0.01% coverage
Ora si guarda tanto all'apparenza e poco alla sostanza	Reference 11: 0.03% coverage
manca il percorso umano dietro al sacramento	Reference 12: 0.02% coverage
	Reference 13: 0.02% coverage
	Reference 14: 0.05% coverage
	Reference 15: 0.02% coverage
	Reference 16: 0.02% coverage
	Reference 17: 0.01% coverage
	Reference 18: 0.01% coverage

Figura 29. Opinioni negative del cambiamento

2.5.1 Analisi delle interviste ai consumatori il cui matrimonio è avvenuto da meno di dieci anni.

Utilizzando gli stessi codici impostati per analizzare le interviste fatte ai consumatori il cui matrimonio è avvenuto da più di vent'anni, è stato scandagliato anche il contenuto del corpus che riguarda i matrimoni odierni, ossia quelli che si sono tenuti da meno di dieci anni. Il software ha creato la seguente wordcloud:

al centro emerge la parola “catering”, la maggioranza dei consumatori, infatti, dichiara di aver scelto come location una villa – altra parola piuttosto ricorrente – senza la ristorazione interna. Il fotografo è una figura menzionata molto spesso a cui si attribuisce un'importanza maggiore rispetto a quella rilevata nelle interviste precedenti. La parola “amici” anche è nuovamente centrale nel grafico, essi sono anche in questo caso fondamentali nella scelta dei fornitori ma anche nell'organizzazione del matrimonio stesso.



Tipo di cerimonia

All'interno del campione selezionato cresce leggermente il numero di consumatori che optano per la cerimonia civile. Diventano tre su dieci coloro il cui matrimoni si tiene tramite rito non religioso. Emerge anche una terza alternativa: il rito simbolico. Talvolta, infatti, gli sposi scelgono di celebrare con amici e parenti in un luogo che non è iscritto sul registro delle

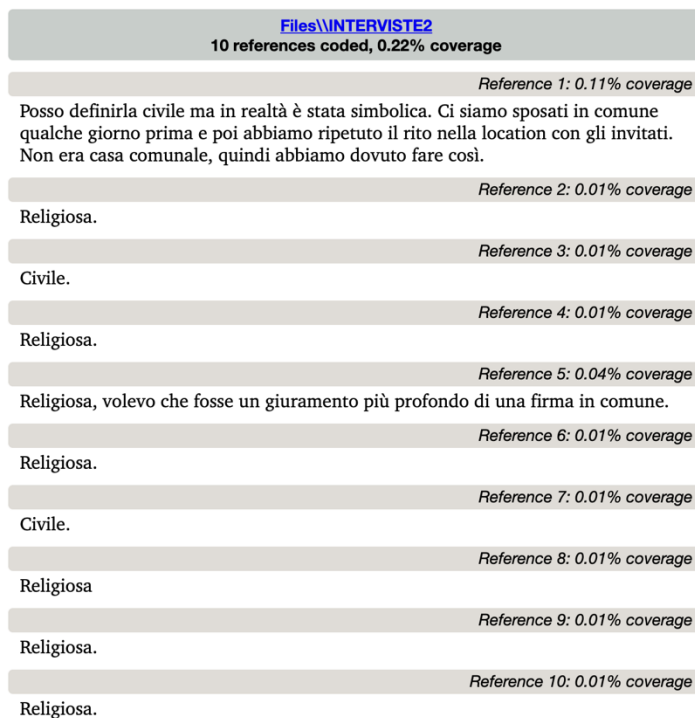


Figura 30. Cerimonia religiosa o civile

case comunali, ossia i siti in cui è possibile compiere l'atto con valenza giuridica. In questo caso la stipulazione reale del matrimonio avviene in un momento precedente in municipio, per poi ripetersi in forma simbolica successivamente con gli invitati presso la location scelta dagli sposi, senza alcuna valenza reale. Un consumatore specifica la motivazione per cui ha preferito un rito religioso, paragonandolo a un "giuramento più profondo"⁷⁷.

Tempistiche

Non emergono differenze rilevanti tra le due tipologie di collettivo prese in esame per ciò che riguarda le tempistiche per decidere quando sposarsi e per l'organizzazione stessa del matrimonio. I consumatori prendono la decisione di convolare in matrimonio circa un anno e mezzo prima della data effettiva, per poi procedere con l'organizzazione che dura dai quattro mesi a un anno. Se si procede con un calcolo indicativo i preparativi del matrimonio occupano oggi circa otto mesi.

Un consumatore evidenzia problematiche nell'organizzazione dovute all'emergenza

⁷⁷ Reference 5.

sanitaria da covid-19 che hanno fatto sì che i tempi si allungassero⁷⁸. Anche in questo caso emerge la tematica della casa in costruzione che influisce sulle tempistiche di organizzazione. Uno dei soggetti intervistati lamenta lo scarso tempo a disposizione per portare a termine i preparativi⁷⁹.

Files\INTERVISTE2 10 references coded, 0.25% coverage	
Reference 1: 0.01% coverage	Un anno, un anno e mezzo circa.
Reference 2: 0.01% coverage	Un anno
Reference 3: 0.01% coverage	Otto mesi prima.
Reference 4: 0.03% coverage	A Natale ho ricevuto la proposta, ci siamo sposati a luglio
Reference 5: 0.08% coverage	Un anno e mezzo prima mio marito mi ha fatto la proposta, stavamo facendo casa e avremmo voluto entrarci da sposati. Non si usa più, prima si convive, ma col senno di poi lo rifarei
Reference 6: 0.01% coverage	Erano undici mesi prima.
Reference 7: 0.07% coverage	Tre anni (ride). Dovevamo farlo prima del covid ma abbiamo rimandato a quando eravamo sicuri che avremmo potuto sposarci senza problemi.
Reference 8: 0.01% coverage	Due anni.
Reference 9: 0.01% coverage	Un anno e mezzo.
Reference 10: 0.01% coverage	Otto mesi prima.

Figura 31. Periodo di tempo precedente alla data delle nozze

Files\INTERVISTE2 10 references coded, 0.29% coverage	
Reference 1: 0.03% coverage	un anno circa, è stato il periodo di tempo perfetto credo.
Reference 2: 0.01% coverage	Un anno.
Reference 3: 0.01% coverage	Quattro o cinque mesi.
Reference 4: 0.08% coverage	Sette mesi ma sono stati pochi lavorando entrambi otto ore al giorno, mio marito ha anche un secondo lavoro quindi è stata dura, ho dovuto fare tanto da sola ed ero anche incinta
Reference 5: 0.01% coverage	Un anno circa
Reference 6: 0.01% coverage	Otto o nove mesi.
Reference 7: 0.06% coverage	se dovessi rispondere direi tre anni ma ovviamente credo che in condizioni normali in qualche mese si possa fare tutto.
Reference 8: 0.01% coverage	Un anno e mezzo.
Reference 9: 0.01% coverage	Cinque mesi.
Reference 10: 0.06% coverage	Quattro o cinque mesi, ci siamo sposati in bassa stagione quindi non avevamo problemi a trovare la location e gli altri fornitori.

Figura 32. Tempi di organizzazione

Supporto nell'organizzazione

Rispetto ai risultati ottenuti dalle interviste poste ai soggetti il cui matrimonio è avvenuto da più di vent'anni emerge la figura della wedding planner che interviene in supporto dei consumatori che dichiarano di avere una vita lavorativa particolarmente impegnativa o difficoltà dovute alla situazione pandemica. La famiglia e gli amici restano fondamentali per affiancare gli sposi. In questo caso soltanto un soggetto afferma di non aver ricevuto alcun tipo di aiuto.

⁷⁸ Reference 7.

⁷⁹ Reference 4.

Files\INTERVISTE2	
15 references coded, 0.49% coverage	
	Reference 1: 0.05% coverage
lavoriamo entrambi, non avremmo avuto il tempo di stare dietro a tutto, ci siamo fatti aiutare	
	Reference 2: 0.02% coverage
Ci siamo rivolta a una wedding planner,	
	Reference 3: 0.01% coverage
con i parenti	
	Reference 4: 0.02% coverage
Soprattutto la mamma, è una grande organizzatrice	
	Reference 5: 0.02% coverage
mi ha aiutato la mia famiglia e gli amici	
	Reference 6: 0.12% coverage
Le mie amiche sono state fondamentali. Una di loro aveva esperienza nel campo dei matrimoni e mi è stata di supporto, l'altra invece è una persona molto manuale quindi mi ha aiutata per i preparativi materiali come le bomboniere, gli inviti, i segna posto.	
	Reference 7: 0.05% coverage
Sì, mi piaceva tanto l'idea di realizzare finalmente i tanti progetti che ho fatto fin da piccolina.	
	Reference 8: 0.05% coverage
Ovvio che mia mamma mi ha aiutato tanto, mio fratello anche, le mie amiche... avevo tanto aiuto	
	Reference 9: 0.02% coverage
Dalle famiglie di entrambi e anche gli amici.	
	Reference 10: 0.05% coverage
per via della situazione mi sono affidata a una wedding planner che gestisse i fornitori e i vari rinvii purtroppo	
	Reference 11: 0.03% coverage
Oltre alla wedding planner anche dalla mia famiglia.	
	Reference 12: 0.02% coverage
ci siamo arrangiati a fare tutto.	
	Reference 13: 0.01% coverage
Dalle famiglie e dagli amici.	
	Reference 14: 0.01% coverage
No, da nessuno.	
	Reference 15: 0.01% coverage
I testimoni e mia mamma.	

Figura 33. Supporto nell'organizzazione

Numero di invitati

Il numero di invitati non varia in modo significativo rispetto ai matrimoni del passato, anzi sembra quasi maggiore nel caso delle nozze avvenute negli ultimi dieci anni. Solo due consumatori, infatti, dichiarano che al proprio matrimonio erano presenti meno di cento invitati. Si sottolinea invece una differenza: in due casi⁸⁰ il numero di invitati

⁸⁰ Reference 6 e 8.

varia in base al momento della giornata.

Negli ultimi tempi, infatti, non è raro che gli sposi decidano di invitare amici meno stretti o parenti alla lontana soltanto durante la parte finale del ricevimento.

La struttura della giornata

Il momento della giornata preferito dai consumatori per celebrare il proprio matrimonio rimane la mattina, con qualche eccezione. Tre soggetti affermano di aver optato per un matrimonio serale con una piccola differenza rispetto al passato: mentre coloro che più di vent'anni fa si sposavano di pomeriggio lo facevano verso le ore 15:00, oggi si preferisce farlo più tardi, alle 17:00; un consumatore imputa la decisione all'estetica dell'atmosfera e al fatto che così facendo gli ospiti si affaticano meno.

I momenti della giornata che si vivono oggi restano molto simili a quelli di un tempo. La giornata si struttura in un rinfresco precedente alla cerimonia, – tranne nel caso in cui questa avvenga in un secondo momento in quanto civile – la celebrazione del

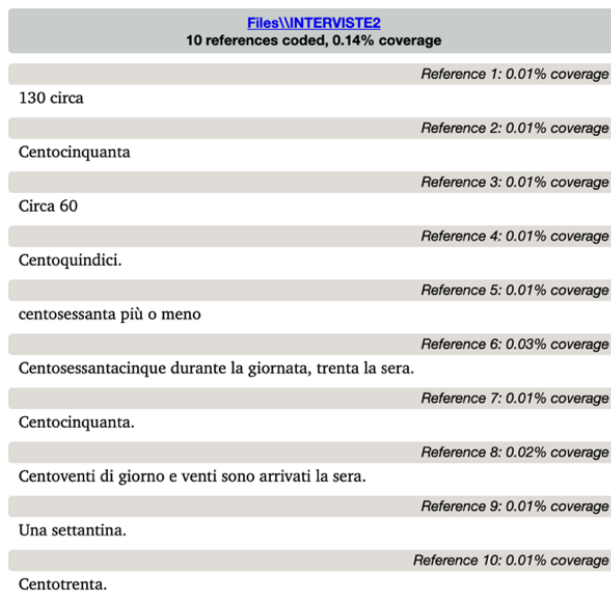


Figura 34. Numero di invitati

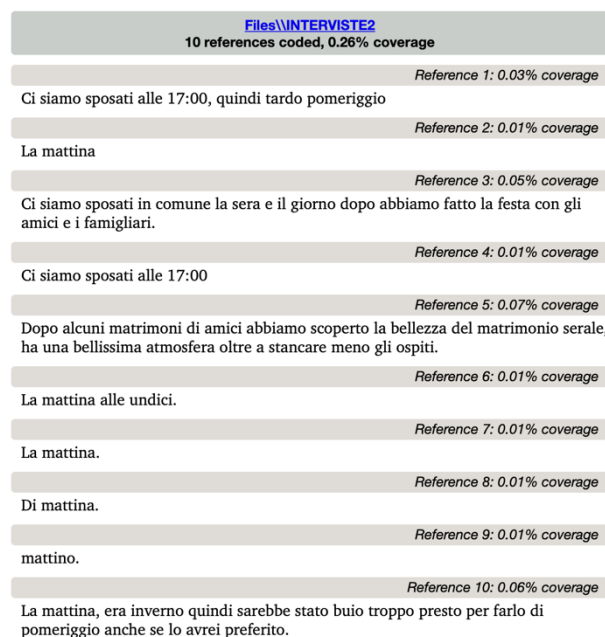


Figura 35. Momento della cerimonia

matrimonio, lo spazio dedicato alle foto, il ricevimento e la festa. In questo frangente però i consumatori specificano meglio alcuni dettagli, danno maggiore risalto al taglio della torta, sottolineano che viene dedicato altro tempo alle foto con la luce del tramonto e menzionano l'arrivo degli ospiti invitati solamente la sera. In generale i soggetti sembrano voler specificare meglio tutti i momenti che si sono susseguiti durante la giornata, dandone una descrizione accurata. Non si fa mai riferimento alla possibilità di includere una pausa durante il ricevimento, come invece emergeva nelle interviste fatte ai consumatori il cui il matrimonio si è tenuto più di vent'anni fa.

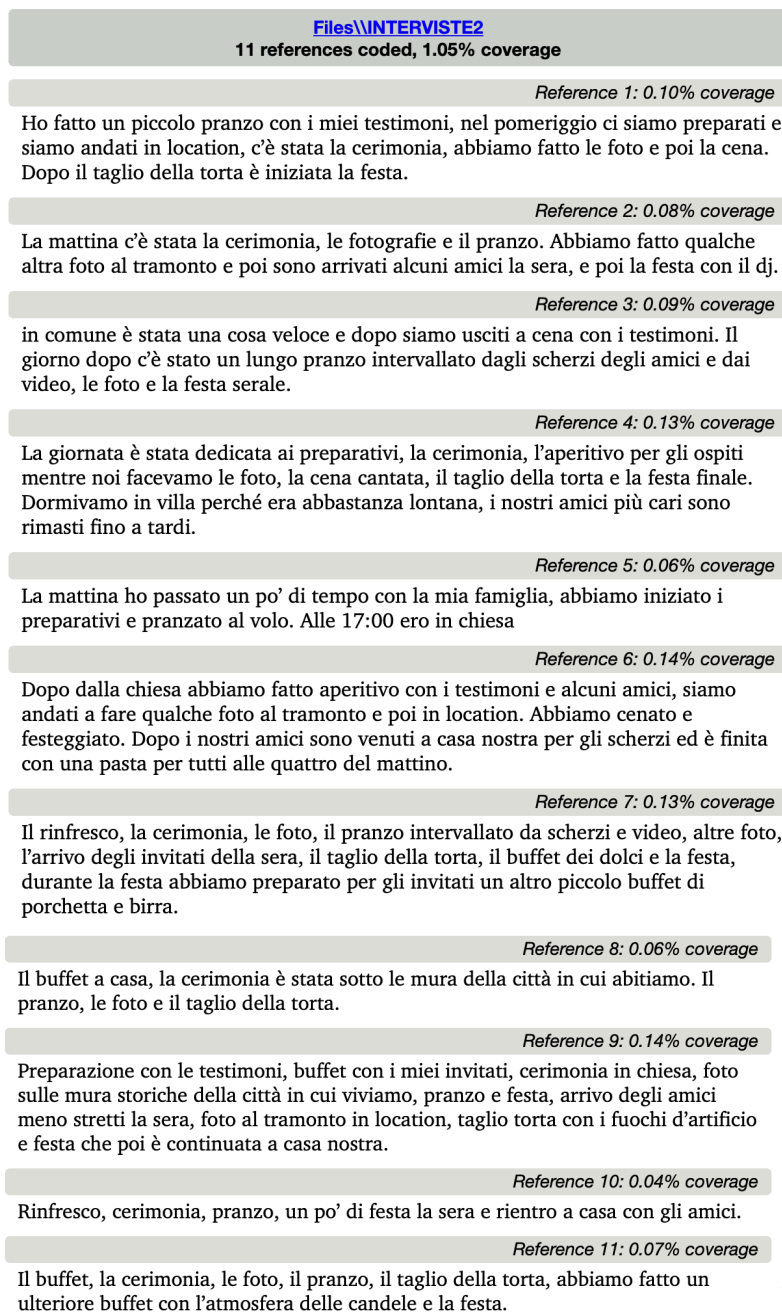


Figura 36. Fasi della giornata

Caratteristiche ed estetica

Ciò che maggiormente si discosta in merito ai matrimoni più datati è la questione estetica. Tutti i consumatori hanno in qualche modo curato i dettagli del proprio matrimonio da questo punto di vista. Mentre per i primi matrimoni analizzati i soggetti menzionavano il colore solamente facendo riferimento ai fiori, oggi questi passano in secondo piano; tutti coloro che facevano parte del collettivo preso in esame per analizzare le nozze tenutesi da meno di dieci anni hanno scelto di coordinare tra loro gli elementi attraverso uno o più colori.

Lo stile varia da “rustico” a “moderno”, o “classico” e “semplice”, ma nella maggior parte dei casi è presente, solo un consumatore dichiara di non averlo scelto. Il tema, invece, non è un elemento scontato, ma molti consumatori ne scelgono uno e spesso si tratta di qualcosa che ne rispecchia sogni, idee, passioni o esperienze. Un soggetto afferma di non aver deciso per un tema in particolare, ma di aver curato alcuni dettagli che fornivano un nesso tra vari elementi.

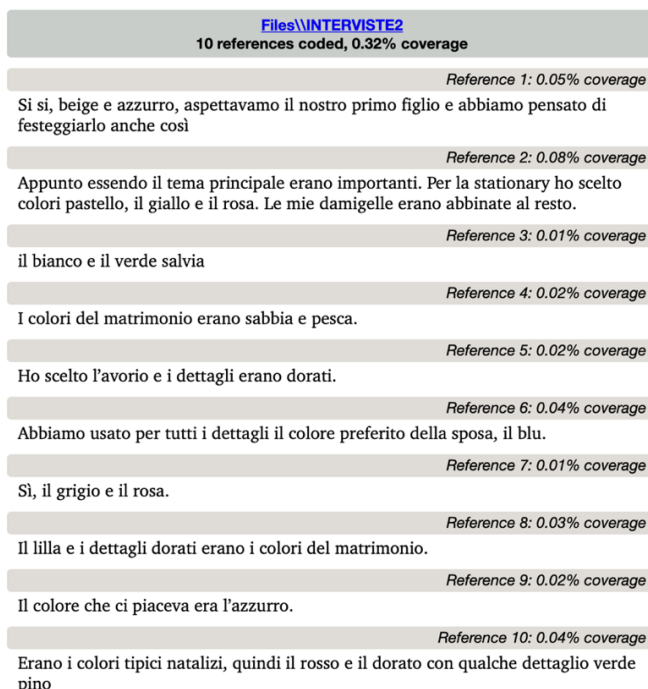


Figura 37. Considerazioni in merito ai colori

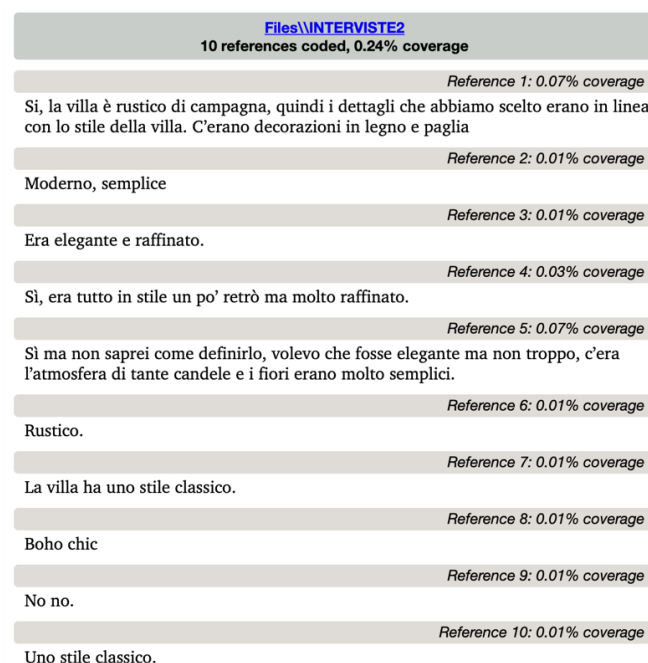


Figura 38. Considerazioni in merito allo stile

Files\INTERVISTE2	
10 references coded, 0.60% coverage	
	Reference 1: 0.06% coverage
Non c'era un vero e proprio tema, i tavoli avevano i nomi dei sentimenti dell'amore, come gioia, felicità, gratitudine...	
	Reference 2: 0.02% coverage
Lavoro con i colori, quindi il tema era quello.	
	Reference 3: 0.05% coverage
Il viaggio, i tavoli erano nominati con i paesi che abbiamo visitato insieme prima del matrimonio	
	Reference 4: 0.14% coverage
Il tema del matrimonio era Venezia, io ho origini veneziane quindi mi piaceva richiamare questo elemento. E da lì tutto ha seguito il filo logico, quindi c'erano lampadari a goccia, velluti verdi, candele, non volevo fiori, i tavoli si chiamavano come le calli e i campi più belli di Venezia.	
	Reference 5: 0.17% coverage
Non ho scelto un tema ma c'era un nesso logico in tutto. I tavoli avevano il nome di canoni d'amore italiane anni '60 e '70, le stesse che sono state inserite tra le canzoni della serata. Le bomboniere le ho fatte io, erano saponi e candele con la stessa fragranza dei fiori del matrimonio, rosa, peonia e camomilla. Quindi se non c'era un tema, c'era un nesso tra tutto.	
	Reference 6: 0.04% coverage
Il Giappone era il tema che legava tutto, la meta del nostro viaggio di nozze.	
	Reference 7: 0.01% coverage
Non un tema, no.	
	Reference 8: 0.05% coverage
Io lavoro in una pasticceria, quindi ho riportato qualche dettaglio di questo, ma non direi che c'era un tema.	
	Reference 9: 0.01% coverage
I cartoni anni '80.	
	Reference 10: 0.05% coverage
Ci siamo sposati il ventuno dicembre, quindi il tema era il Natale, lo amiamo sia io che mio marito.	

Figura 39. Considerazioni in merito al tema

Variando le esigenze dei consumatori, varia anche l'offerta dei fornitori, tra cui vengono menzionati anche grafici e service luci. Fioristi, catering e wedding planner si occupano degli allestimenti facendo riferimento al gusto degli sposi. Un soggetto menziona il coinvolgimento di una decoratrice che ha curato l'estetica dell'evento. È considerevole il numero di intervistati che afferma di essersi occupato personalmente di questo aspetto, il ché indica un interesse accentuato nei confronti di questo ambito. Tra le caratteristiche che gli intervistati hanno elencato per descrivere il loro matrimonio troviamo aggettivi come "gioviale", "divertente", "dinamico", "movimentato" e "leggero", a differenza del campione precedente, nessuno parla di tensione e seriosità.

Files\INTERVISTE2 10 references coded, 0.40% coverage	
	Reference 1: 0.06% coverage
Non nello specifico, la wedding planner si è occupata di seguire questo aspetto, poi il catering e il fiorista hanno fatto il resto	
	Reference 2: 0.04% coverage
No no, mi sono occupata io di questo insieme a mia mamma, siamo portate lavorando nella moda.	
	Reference 3: 0.01% coverage
No, ci siamo arrangiati.	
	Reference 4: 0.10% coverage
Sì, una decoratrice si è occupata dell'allestimento della chiesa e della villa. Non volevo i classici fiori quindi il fiorista non mi avrebbe aiutata, l'ho semplicemente sostituito con una designer.	
	Reference 5: 0.03% coverage
No, mi piace tanto pensare personalmente a queste cose.	
	Reference 6: 0.04% coverage
No no, mia moglie ha fatto tutto, dai centro tavola alle bomboniere, anche il tableau.	
	Reference 7: 0.04% coverage
Non nello specifico, la wedding fa anche questo, poi il catering allestiva la villa	
	Reference 8: 0.01% coverage
No no.	
	Reference 9: 0.01% coverage
No.	
	Reference 10: 0.06% coverage
No, solo il service delle luci ha curato in modo particolare l'estetica, per il resto si è arrangiata la villa con la fiorista.	

Figura 40. Supporto di una figura professionale che si occupa dell'estetica generale

Files\INTERVISTE2 11 references coded, 0.37% coverage	
	Reference 1: 0.08% coverage
È stato dinamico, non siamo rimasti seduti a tavola ore e ore, c'era tanto intrattenimento anche per i bambini, in modo che i genitori potessero godersi la festa.	
	Reference 2: 0.02% coverage
Festaiolo, romantico, movimentato	
	Reference 3: 0.03% coverage
diverso dal solito dato che era diviso in due giornate	
	Reference 4: 0.01% coverage
più leggero per gli ospiti	
	Reference 5: 0.07% coverage
È stato elegante e ci siamo divertiti tantissimo, tanto movimentato, tra ogni portata gli ospiti si alzavano a ballare, è stato bello così.	
	Reference 6: 0.02% coverage
Rilassato, caciario[8], curato.	
	Reference 7: 0.01% coverage
Gioviale e festoso.	
	Reference 8: 0.04% coverage
Bagnato (ride), c'era la pioggia, ma divertentissimo, movimentato, per niente noioso	
	Reference 9: 0.06% coverage
C'era tanta gioia, forse il divertimento è stato un po' spento dai proprietari della location che erano molto severi.	
	Reference 10: 0.01% coverage
Divertente, sobrio, normale.	
	Reference 11: 0.03% coverage
È stato bellissimo, divertente, familiare, suggestivo.	

Figura 41. Caratteristiche del matrimonio

I fornitori

Quello dei fornitori è un altro punto su cui si trovano molteplici diversità tra i due tipi di campione presi in esame. Mentre precedentemente il numero di figure professionali coinvolte nell'organizzazione del matrimonio era al massimo sette o otto, in questo caso non sono mai meno di dieci. Servizi come grafica, wedding planning, service luci, intrattenimento per adulti e per bambini e designer rientrano nei racconti degli intervistati. Cambiano anche gli strumenti con i quali i fornitori si cercano e si trovano: internet e social media diventano una vetrina per molti, matrimonio.com è tra i siti più utilizzati, le recensioni sono un criterio largamente considerato (*“ho chiesto consiglio in giro e mi sono affidata alle recensioni online. Se non*

Files\INTERVISTE2 17 references coded, 1.22% coverage	
	Reference 1: 0.01% coverage
Parecchi, quindici forse	
	Reference 2: 0.11% coverage
La wedding planner, le sartorie per gli abiti, trucco e capelli, l'auto, la villa, il catering, la grafica per gli inviti e il sito web, il fiorista, il dj e la cantante, l'intrattenimento per i bambini, il fotografo e il videomaker.	
	Reference 3: 0.14% coverage
quando i nostri invitati ci chiedevano che cosa avremmo voluto come regalo non ci sembrava carino chiedere esplicitamente la busta che sarebbe servita per il viaggio di nozze. Così abbiamo fatto fare un piccolo sito web dove, in modo discreto, spiegavamo i nostri desideri. È stato davvero utile.	
	Reference 4: 0.01% coverage
Una decina, forse anche di più.	
	Reference 5: 0.12% coverage
Gli inviti quindi il grafico, il fiorista, il fotografo e il video maker, la villa, il catering dell'hotel, trucco e capelli, abiti, il dj e la cantante, in chiesa avevamo l'arpa e il violino, le baby sitter, i fuochi d'artificio e il pasticciere.	
	Reference 6: 0.01% coverage
Una decina più o meno.	
	Reference 7: 0.08% coverage
Capelli e trucco per mia moglie, i vestiti, la macchina, i video e le foto, la villa, i fiori, l'intrattenimento e il servizio bar che non era compreso nel preventivo della villa	
	Reference 8: 0.01% coverage
Parecchi.	
	Reference 9: 0.13% coverage
i parrucchieri e la truccatrice, il vestito, dj e cantante, fotografo, la mia amica ha fatto le grafiche quindi ho solo dovuto stamparle in tipografia, la decoratrice, la babysitter, catering e villa. Le bomboniere le abbiamo confezionate a casa ma le ho prese in Puglia	
	Reference 10: 0.02% coverage
Sette o otto (tono interrogativo).	
	Reference 11: 0.10% coverage
Trucco e parrucchiere, l'estetista, l'abito, il fiorista, l'auto, il dj, la cantante per la chiesa, il grafico, la villa e il catering, il fotografo e il videomaker e un intrattenimento per i bambini.	
	Reference 12: 0.01% coverage
Una decina.	
	Reference 13: 0.07% coverage
Parrucchiere, abito, macchina, grafico, tipografia, catering e location, il fotografo e il video maker e l'animazione, c'erano tanti bambini.	
	Reference 14: 0.07% coverage
La wedding, la grafica, il dj, le babysitter, la villa e il catering, le foto, il video, i vestiti e la parrucchiera, c'erano anche i fuochi.	
	Reference 15: 0.21% coverage
non avevo la fiorista ad esempio perché ho fatto io le decorazioni per la chiesa e i centro tavola, anche le bomboniere ho fatto con mia mamma. La grafica mi ha preparato la stationary e poi sono riuscita a stamparmela a casa. Restano la villa, il fotografo, il dj, gli abiti e la parrucchiera che mi ha anche truccata e i fuochi. Ovviamente la torta l'ho fatta io a lavoro. Non avevamo la macchina perché siamo arrivati entrambi con la nostra Vespa.	
	Reference 16: 0.06% coverage
Fiorista, ristorante, vestito da sposa, fotografo, il rinfresco, grafica e tipografia, la macchina, il cantante e il dj.	
	Reference 17: 0.06% coverage
Il service, la villa, la fiorista, i parrucchieri, la truccatrice, la macchina, gli abiti, il fotografo, il video, e basta credo.	

Figura 42. Considerazioni in merito ai fornitori

avevo pareri da amici era l'unica cosa che mi aiutava a scegliere"⁸¹;"abbiamo usato tanto i social per vedere i lavori dei fornitori"⁸²) per scegliere il servizio ideale. Rimangono però fondamentali l'opinione e l'esperienza di amici, parenti e conoscenti ("mia moglie ha chiesto anche pareri ad amiche e conoscenti"⁸³).

Anche location e altri fornitori hanno un ruolo nel consigliare gli sposi nella scelta dei servizi. Fa parte del lavoro della wedding planner, che propone agli sposi una serie di figure tra cui scegliere, ma il passa parola è un fenomeno che si registra anche tra fornitori stessi ("la villa ci ha indirizzati sulla fiorista e sul service delle luci"⁸⁴). In questo caso è utile approfondire un tema emerso nel corso delle interviste, quello delle fee. ("Oggi ci sono diverse figure che

Files\INTERVISTE2 16 references coded, 0.93% coverage	
Reference 1: 0.03% coverage	Alcuni tramite la conoscenza diretta, altri tramite internet.
Reference 2: 0.12% coverage	Abbiamo usato tanto i social per vedere i lavori dei fornitori, soprattutto il fiorista che mia moglie ha faticato a scegliere e il fotografo. Poi matrimonio.com è utile per tutti gli altri. Leggevamo le recensioni online e ci basavamo su quelle
Reference 3: 0.18% coverage	dagli amici perché non sapevo da dove iniziare, loro mi hanno consigliato di guardare su matrimonio.com che è un portale che racchiude un po' tutti i fornitori. Lì vedevo le recensioni i costi a grandi linee. Non erano tantissimi quelli che usavano già i social come vetrina, però qualcosina c'era e ho guardato anche lì. Per il resto ho scelto tramite i consigli di chi si era già sposato
Reference 4: 0.01% coverage	Internet prevalentemente
Reference 5: 0.03% coverage	Mia moglie ha anche chiesto pareri ad amiche e conoscenti
Reference 6: 0.12% coverage	Internet, ho cercato su matrimonio.com, la villa è stata la prima che ho visto e l'ho confermata subito, il fotografo è famoso nella mia zona e dopo aver valutato altre opzioni ho scelto lui. Direi quindi la internet, i social e la conoscenza per sentito dire.
Reference 7: 0.08% coverage	Ho chiesto consiglio in giro e mi sono affidata tanto anche alle recensioni online. Se non avevo pareri da amici erano l'unica cosa che mi aiutava a scegliere.
Reference 8: 0.02% coverage	Internet, mia moglie si affidava a matrimonio.com
Reference 9: 0.09% coverage	Il passa parola sicuramente, il catering era lo stesso di vari matrimoni a cui siamo stati, il fotografo era un amico, quindi se non usavamo internet, ci affidavamo alle conoscenze.
Reference 10: 0.06% coverage	La wedding planner ci proponeva cinque fornitori per ogni cosa, poi noi guardavamo i loro lavori sui social e sceglievamo.
Reference 11: 0.04% coverage	Il negozio di abiti da sposa era lo stesso dove è andata mia mamma quando si è sposata lei.
Reference 12: 0.02% coverage	Da matrimonio.com e dai social.
Reference 13: 0.05% coverage	Per alcuni servizi abbiamo chiesto consiglio agli amici che si erano sposati poco tempo prima
Reference 14: 0.01% coverage	Internet più che altro.
Reference 15: 0.02% coverage	Il ristorante perché ci siamo stati una volta.
Reference 16: 0.06% coverage	La villa ci ha indirizzati sulla fiorista e sul service delle luci. Poi per il resto abbiamo usato internet e i social.

Figura 43. Scelta dei fornitori

⁸¹ Reference 7.

⁸² Reference 2.

⁸³ Reference 5.

⁸⁴ Reference 16.

possono supportati, noi avevamo la wedding ma volendo anche la villa aveva un'organizzatrice. La differenza stava nel fatto che la nostra non riceveva fee dai fornitori, mentre quella della struttura sì. Noi ci siamo fidati della nostra perché ci sembrava più trasparente nel proporci i vari servizi⁸⁵). Nel mercato del wedding, ma anche in tanti altri è spesso presente questo strumento, che prevede il pagamento di una percentuale del profitto da un fornitore a un altro nel caso in cui il primo abbia portato un cliente al secondo. È interessante osservare come il soggetto intervistato consideri simbolo di trasparenza il fatto che l'organizzatrice che ha ingaggiato per le sue nozze non utilizzi questa pratica che, se specificata propriamente all'interno del contratto di vendita del servizio, non presenta nulla di illecito.

Per quanto riguarda i servizi a cui i consumatori danno maggiore attenzione e per i quali sono disposti a spendere di più rispetto alla media dei prezzi del mercato, troviamo ancora il catering al primo posto, altri citano il fotografo, la location, la wedding planner, l'estetica e l'abito.

Mentre prima il cibo era protagonista indiscusso con nove consumatori su dieci che ci dedicavano un budget piuttosto consistente, oggi non tutti lo mettono al primo posto. I dettagli estetici come allestimenti e fotografia diventano importanti, un consumatore cita tra i servizi a cui ha dedicato una somma rilevante la wedding planner, che in quel caso lo ha supportato nella

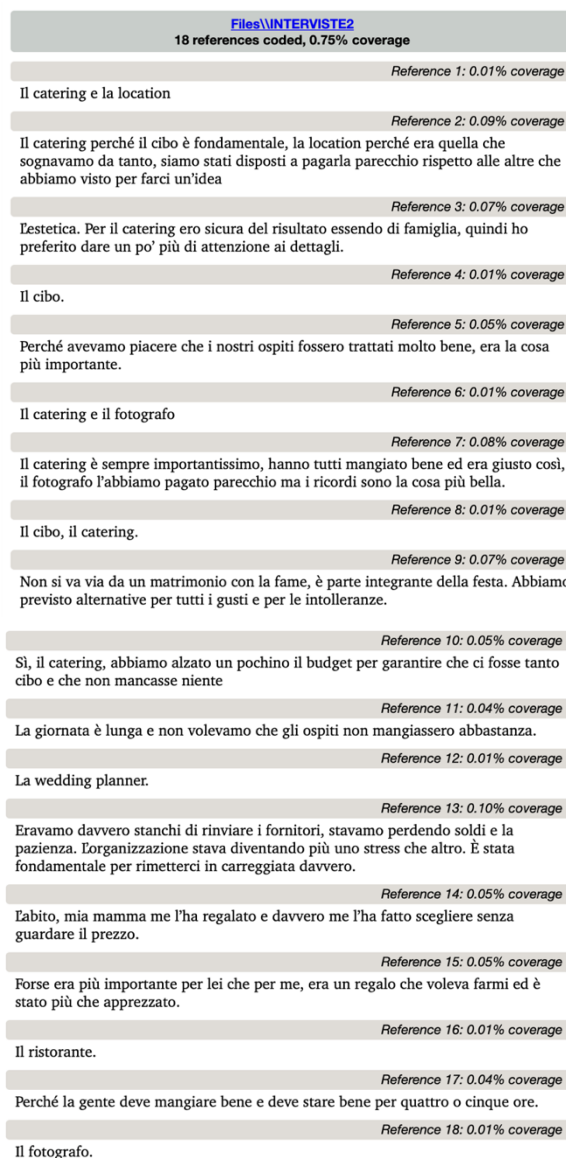


Figura 44. Considerazioni in merito al servizio più importante

⁸⁵ Cfr. intervista n° 17.

riorganizzazione delle nozze in seguito ai rinvii dovuti alla pandemia.

Tra i motivi che si legano alla scelta di spendere di più per il catering c'è il benessere degli invitati, scompare in questo caso il riferimento all'aspettativa degli stessi sul ricevimento nuziale che invece caratterizzava fortemente le risposte dei consumatori il cui matrimonio è avvenuto da più di vent'anni.

Il servizio più costoso resta proprio quello della ristorazione.

Ristorazione e catering

Mentre per quanto riguarda i consumatori il cui matrimonio è avvenuto più di vent'anni fa il ristorante era la scelta che veniva fatta più spesso, nel caso di coloro che si sono sposati da meno di dieci anni è la villa il luogo in cui si celebrano la maggior parte dei matrimoni. Tranne per i casi in cui la location dispone di ristorazione interna o sia affiliata a un catering, i soggetti si rivolgono a un servizio esterno per il cibo del ricevimento. Soltanto un consumatore ha scelto di celebrare le sue nozze al ristorante.

Si segnala, tra le motivazioni che hanno spinto a scegliere un catering esterno, la volontà di coniugare l'estetica della location alla qualità del servizio di ristorazione, per personalizzare maggiormente l'evento.

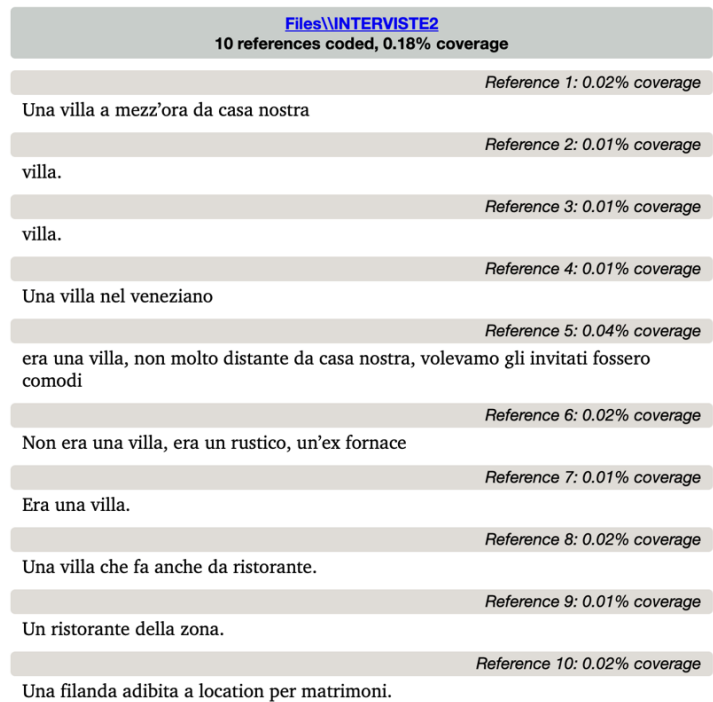


Figura 45. Location del matrimonio

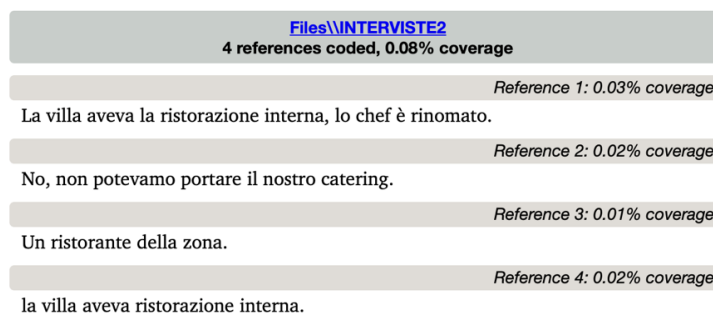


Figura 46. Ristorazione interna

Files\\INTERVISTE2 9 references coded, 0.51% coverage	
	Reference 1: 0.01% coverage
Si sì, certo	
	Reference 2: 0.07% coverage
Era da anni che volevamo sposarci in quella villa, non eravamo disposti a cambiare per andare al ristorante, quindi abbiamo scelto un catering.	
	Reference 3: 0.01% coverage
Sì sì.	
	Reference 4: 0.04% coverage
Perché abbiamo un hotel in famiglia quindi si sono occupati loro del ricevimento.	
	Reference 5: 0.09% coverage
Ho deciso per la villa e il catering perché mi piaceva l'idea di poter mettere insieme due fornitori diversi e personalizzare al massimo l'ambiente, avevo un'idea precisa in mente da realizzare	
	Reference 6: 0.13% coverage
La villa offriva la possibilità di usufruire della loro ristorazione o di fare venire un proprio catering, non sono in tanti a farlo infatti l'abbiamo decisa anche per questo. Volevamo un catering nostro perché conoscevamo la qualità dopo averlo visto al matrimonio di amici.	
	Reference 7: 0.02% coverage
Sì, non avevamo la ristorazione interna.	
	Reference 8: 0.06% coverage
Allora avevo un catering ma non era esterno alla villa, nel senso che quella location aveva l'esclusiva per quel catering.	
	Reference 9: 0.07% coverage
È stata una scelta un po' costretta dalla location diciamo. Ma è stato anche comodo perché si sono occupati anche dell'allestimento che era molto bello.	

Figura 47. Catering

Costi e budget

I costi del matrimonio sono nettamente aumentati rispetto a un tempo. Se la media del budget dedicato al matrimonio di un tempo era di circa dieci milioni (poco più di cinquemila euro), oggi si parla di cifre decisamente maggiori. Il costo del matrimonio oscilla dai dodici ai trentacinquemila euro, per attestarsi su una media di ventiduemila euro. Il budget stabilito precedentemente è spesso più basso della cifra realmente spesa, ma nella maggior parte dei casi le aspettative economiche erano in linea con l'esborso.

Files\INTERVISTE2 10 references coded, 0.16% coverage	
	Reference 1: 0.01% coverage
Circa trentamila euro	
	Reference 2: 0.01% coverage
Circa trentamila euro.	
	Reference 3: 0.02% coverage
Avremo speso diciotto o ventimila euro.	
	Reference 4: 0.02% coverage
non meno di trentacinquemila euro	
	Reference 5: 0.01% coverage
Circa ventimila euro	
	Reference 6: 0.04% coverage
Poco meno di trenta mila euro, avevamo tanti invitati quindi il costo è salito per quello.	
	Reference 7: 0.01% coverage
circa trentamila euro.	
	Reference 8: 0.01% coverage
Ventimila euro circa.	
	Reference 9: 0.01% coverage
Dodiecimila euro circa.	
	Reference 10: 0.01% coverage
Quindicimila euro.	

Figura 48. Costo indicativo del matrimonio

Files\INTERVISTE2 10 references coded, 0.32% coverage	
	Reference 1: 0.06% coverage
Era più basso, pensavamo di stare sui venticinque[6] ma effettivamente in corso d'opera abbiamo aggiunto tanti servizi in più.	
	Reference 2: 0.01% coverage
Venticinque[7] circa.	
	Reference 3: 0.02% coverage
Pensavamo di rimanere sui quindicimila.	
	Reference 4: 0.02% coverage
Non avevamo messo a disposizione un budget preciso	
	Reference 5: 0.07% coverage
Onestamente meno spendevo meglio era, non mettevvo io tutti i soldi quindi mi sentivo in colpa a spendere troppo. Il tetto massimo era proprio ventimila.	
	Reference 6: 0.01% coverage
Circa quello, un po' meno.	
	Reference 7: 0.01% coverage
venticinquemila euro	
	Reference 8: 0.08% coverage
Non ho messo a disposizione una cifra, ho cercato di arrangiarmi più possibile per fare una cosa che parlasse di noi e poi ho scelto i fornitori in base alla qualità e al prezzo.	
	Reference 9: 0.01% coverage
Nessuno.	
	Reference 10: 0.01% coverage
Quindicimila euro.	

Figura 49. Budget predisposto

Files\INTERVISTE2 10 references coded, 0.45% coverage	
	Reference 1: 0.04% coverage
I nostri genitori ci hanno regalato gli abiti e hanno pagato metà del ricevimento	
	Reference 2: 0.05% coverage
No, metà del matrimonio l'abbiamo pagata io e mio marito, l'altra metà l'hanno divisa i nostri genitori	
	Reference 3: 0.04% coverage
Da noi, io e mia moglie. Poi in realtà con i soldi delle buste è stato quasi ripagato	
	Reference 4: 0.01% coverage
Io e mio marito	
	Reference 5: 0.07% coverage
No, io e mio marito ci stavamo facendo la casa non avevamo i soldi per sposarci, ho chiesto ai miei. I suoi ci avevano già dato una mano per la casa.	
	Reference 6: 0.01% coverage
Da noi e dalle nostre famiglie.	
	Reference 7: 0.13% coverage
No, i nostri genitori ci hanno regalato gli abiti e mio papà ha fuso l'oro di alcune vecchie medaglie che aveva per farci le fedi. È stato un gesto bellissimo. I testimoni ci hanno regalato il fotografo. Poi in realtà con i soldi delle buste abbiamo ripagato quasi tutto il ricevimento	
	Reference 8: 0.04% coverage
Del matrimonio in sé da me e mio marito, alcuni dettagli ce li hanno regalati i genitori.	
	Reference 9: 0.04% coverage
Da me e da mio marito, a parte l'abito di mio marito che l'hanno pagato i miei suoceri.	
	Reference 10: 0.01% coverage
Da mio marito.	

Figura 50. Soggetti che hanno coperto il costo del matrimonio

Quando gli sposi non si occupano di coprire completamente o in parte il costo del matrimonio, sono i genitori a intervenire economicamente.

La conoscenza del mercato, dei fornitori e dei prezzi

Anche i consumatori il cui matrimonio si è tenuto negli ultimi dieci anni dichiarano di non conoscere il mercato dei matrimoni, di conoscere solo parzialmente i servizi che ne fanno parte e di aver scoperto i prezzi nel corso dell'organizzazione o di averli saputi in modo sommario precedentemente al momento dei preparativi. Solo un consumatore dichiara di essere stato informato in merito all'argomento. I servizi più conosciuti anche dai consumatori che non si dichiarano informati sono la ristorazione, gli abiti e il fotografo.

In quanto alle aspettative, otto soggetti su dieci rispondono "sì" alla domanda "il costo del matrimonio è stato in linea con le sue aspettative?"; uno afferma che non lo è stato e uno riteneva che i costi fossero più bassi.

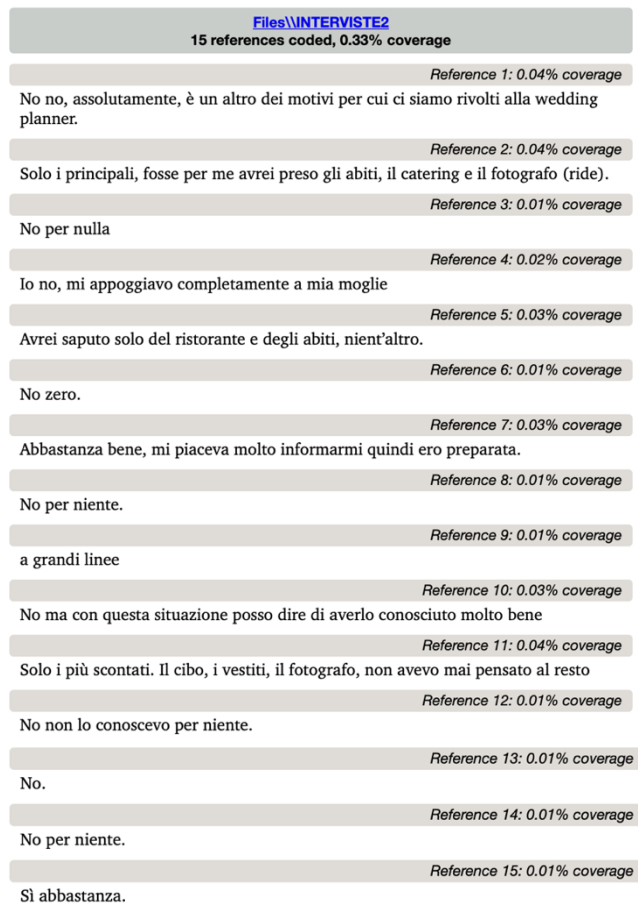


Figura 51. Conoscenza del mercato

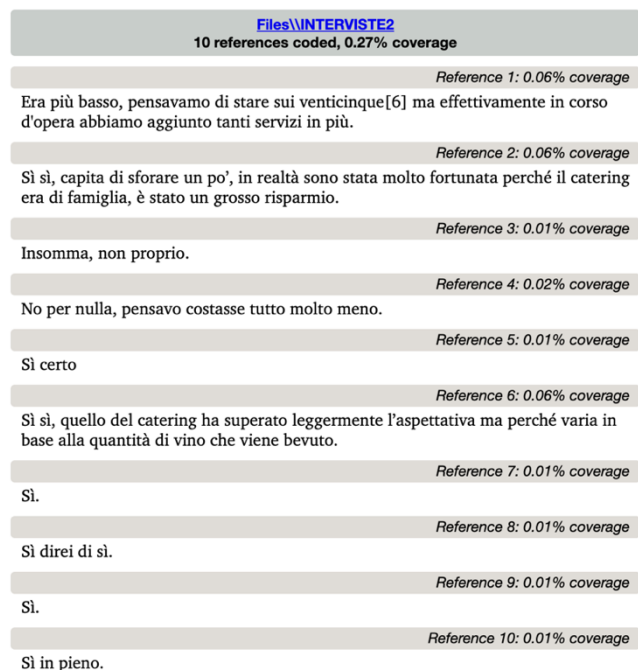


Figura 52. Conoscenza dei costi

I cambiamenti del mercato

Nuovamente i commenti in merito al cambiamento del mercato vertono sul numero di fornitori coinvolti e sui servizi disponibili (*“credo avessero molti meno fornitori, era tutto più semplice e meno costoso”*⁸⁶). È menzionato anche il costo generale, ma soprattutto la possibilità di personalizzare l’evento e di renderlo diverso da tutti gli altri: *“E poi i matrimoni erano più o meno tutti molto simili, oggi c’è proprio la ricerca del mai visto e le opportunità di crearlo sono infinite per ogni budget”*⁸⁷; *“Oggi sono molto più personalizzabili, puoi scegliere anche quanto vuoi accollarti l’organizzazione. Se ti piace, come a me, ti arrangi a fare tutto, altrimenti ti fai aiutare. Quindi oltre a differenziarsi dai matrimoni di una volta, oggi si differenziano anche l’uno dall’altro. Il mio è stato completamente diverso da quelli delle mie amiche che si sono sposate nello stesso anno. Una volta questa diversità non c’era”*⁸⁸.

Figura 53. Cambiamenti del mercato

Files\INTERVISTE2 21 references coded, 1.52% coverage	
	Reference 1: 0.01% coverage
tantissimo.	
	Reference 2: 0.15% coverage
credo avessero molti meno fornitori, era tutto più semplice e meno costoso. Addirittura mi dicevano che per il loro ricevimento pagavano un terzo rispetto a quello che paghiamo noi oggi. Forse è più facile trovare quello che ci piace, fare cose esteticamente più belle e curate, però gestire tutto è un grosso stress.	
	Reference 3: 0.01% coverage
Ha i suoi pro e i suoi contro	
	Reference 4: 0.03% coverage
Quindi il mercato è migliore ma le circostanze sono peggiori.	
	Reference 5: 0.01% coverage
Sì molto.	
	Reference 6: 0.04% coverage
Il costo di certo. Il numero delle persone che sono coinvolte nell’organizzazione,	
	Reference 7: 0.05% coverage
Ci sono tanti costi nascosti voglio dire. Ma più di tutto la complessità dell’organizzazione.	
	Reference 8: 0.01% coverage
Certo, è innegabile.	
	Reference 9: 0.11% coverage
Rispetto a una volta ci sono sicuramente tante cose in più a cui pensare. Il cambiamento segue l’evoluzione anche dei nostri stili di vita credo. Non siamo più abituati a rinunciare a determinate cose che un tempo potevano essere superflue.	
	Reference 10: 0.01% coverage
Si tanto anche.	
	Reference 11: 0.10% coverage
Una volta un matrimonio era una messa con un ricevimento lungo al ristorante, oggi se organizzi un matrimonio organizzi un evento. Hai tanti dettagli da seguire e se ci tieni diventa anche molto costoso.	
	Reference 12: 0.15% coverage
Beh non credo esistessero i videomaker o le baby sitter, ma anche solo la wedding planner di oggi una volta era impensabile, mentre ora è un servizio quasi fondamentale. E poi i matrimoni erano più o meno tutti molto simili, oggi c’è proprio la ricerca del mai visto e le opportunità di crearlo sono infinite per ogni budget.	
	Reference 13: 0.09% coverage
Se parliamo di mercato in sé e non del senso del matrimonio, ci sono più fornitori e più possibilità di scegliere i vari servizi. Ogni matrimonio è diverso dall’altro anche per questo.	
	Reference 14: 0.06% coverage
Oggi ci sono diverse figure che possono supportarti, noi avevamo la wedding ma volendo anche la villa aveva un’organizzatrice.	
	Reference 15: 0.07% coverage
Sicuramente una volta non avevano tutte queste cose. Ogni fornitore ti propone alternative di tutto, ha veramente mille possibilità.	
	Reference 16: 0.20% coverage
Oggi sono molto più personalizzabili, puoi scegliere anche quanto vuoi accollarti l’organizzazione. Se ti piace, come a me, ti arrangi a fare tutto, altrimenti ti fai aiutare. Quindi oltre a differenziarsi dai matrimoni di una volta, oggi si differenziano anche l’uno dall’altro. Il mio è stato completamente diverso da quelli delle mie amiche che si sono sposate nello stesso anno. Una volta questa diversità non c’era.	
	Reference 17: 0.05% coverage
Non saprei, credo sì ma il nostro si avvicinava molto a quelli di una volta. È stato classico, siamo vecchi (ride).	
	Reference 18: 0.06% coverage
Non saprei rispondere dato che ci siamo attenuti a uno stile classico, forse c’è più scelta e ci sono più dettagli da guardare.	
	Reference 19: 0.06% coverage
In linea con il cambiamento dello stile di vita. Cambiamo noi e cambia anche il mercato, vogliamo più scelta e il mercato si adatta.	
	Reference 20: 0.01% coverage
Sì in meglio.	
	Reference 21: 0.23% coverage
Il nostro matrimonio parlava di noi, tutti i fornitori erano capaci di venirci incontro nelle nostre esigenze e hanno fatto stare bene tutti gli ospiti. C’erano alcuni disabili che hanno avuto tutte le attenzioni necessarie. Davvero credo che tutti siano molto più competenti oggi, anche in ragione dell’esigenza di soddisfare tante aspettative diverse. Un fiorista non fa mai gli stessi fiori per tutti per dire. Segue idee nuove, mode, stili. È tutto diverso radicalmente.	

⁸⁶ Reference 2.

⁸⁷ Reference 12.

⁸⁸ Reference 16.

Interessanti sono le considerazioni che affiancano l'evoluzione del mercato ai cambiamenti dello stile di vita. Un consumatore, infatti, sostiene che ad oggi le esigenze richiedano maggiore scelta nei dettagli e che quindi il settore si adatti ad esse. Riguardo a questo un altro consumatore non cita solamente le esigenze degli sposi, ma anche quelle degli invitati, sostenendo che i fornitori scelti abbiano saputo soddisfarle egregiamente. Le necessità che si menzionano riguardano la gestione dei bisogni di persone disabili durante l'evento. Si loda la competenza e la possibilità di declinare in svariate modalità un singolo servizio. Coloro che, invece, fanno presente alcuni aspetti negativi del cambiamento del mercato lamentano il costo maggiore, la presenza di "costi nascosti", lo stress della gestione. Si cita anche la difficoltà di coniugare l'aumento del costo della vita con la possibilità di sposarsi.

Files\INTERVISTE2 24 references coded, 0.88% coverage	
	Reference 1: 0.04% coverage
Forse è più facile trovare quello che ci piace, fare cose esteticamente più belle e curate	
	Reference 2: 0.04% coverage
Il mercato è sicuramente migliore, offre una scelta che una volta non si immaginava nemmeno	
	Reference 3: 0.01% coverage
È bello, complicato ma bello.	
	Reference 4: 0.05% coverage
Migliore, ho davvero potuto fare quello che volevo. Ci ha rispecchiato al 100% il nostro matrimonio	
	Reference 5: 0.01% coverage
Molto buono per certi versi.	
	Reference 6: 0.05% coverage
Migliore, è sempre buono avere tanta scelta, basta riuscire a gestire lo stress dell'organizzazione	
	Reference 7: 0.03% coverage
In positivo, rifarei le stesse scelte, è stato bellissimo.	
	Reference 8: 0.01% coverage
Migliore.	
	Reference 9: 0.01% coverage
Decisamente in modo positivo.	
	Reference 10: 0.02% coverage
Migliore, anche se costa di più.	
	Reference 11: 0.01% coverage
Positivo.	
	Reference 12: 0.01% coverage
Migliore quello di oggi.	
	Reference 13: 0.01% coverage
Costoso ma direi più bello	
	Reference 14: 0.01% coverage
Migliore quello odierno.	
	Reference 15: 0.03% coverage
puoi scegliere anche quanto vuoi accollarti l'organizzazione	
	Reference 16: 0.03% coverage
Positivamente, sicuramente non lo farei come quello di mia mamma.	
	Reference 17: 0.01% coverage
Migliore.	
	Reference 18: 0.01% coverage
c'è più scelta	
	Reference 19: 0.01% coverage
Migliore.	
	Reference 20: 0.02% coverage
Il nostro matrimonio parlava di noi	
	Reference 21: 0.09% coverage
tutti i fornitori erano capaci di venirci incontro nelle nostre esigenze e hanno fatto stare bene tutti gli ospiti. C'erano alcuni disabili che hanno avuto tutte le attenzioni necessarie.	

Figura 54. Opinioni positive del cambiamento del mercato

Files\INTERVISTE2 6 references coded, 0.16% coverage	
	Reference 1: 0.02% coverage
però gestire tutto è un grosso stress	
	Reference 2: 0.05% coverage
ma tutto costa di più e con la vita che facciamo oggi i giovani faticano a trovare i soldi anche per sposarsi	
	Reference 3: 0.05% coverage
Ci sono tanti costi nascosti voglio dire. Ma più di tutto la complessità dell'organizzazione.	
	Reference 4: 0.02% coverage
Molto dispendioso in termini di tempo e denaro	
	Reference 5: 0.01% coverage
costa di più.	
	Reference 6: 0.01% coverage
Costoso	
	Reference 22: 0.12% coverage
Davvero credo che tutti siano molto più competenti oggi, anche in ragione dell'esigenza di soddisfare tante aspettative diverse. Un fiorista non fa mai gli stessi fiori per tutti per dire. Segue idee nuove, mode, stili. È tutto diverso radicalmente.	
	Reference 23: 0.01% coverage
Molto positivo.	
	Reference 24: 0.02% coverage
È sicuramente migliore quello di oggi.	

Figura 55. Opinioni negative del cambiamento del mercato

2.6. Considerazioni

Alla luce di questa analisi è possibile stabilire quali sono i punti focali su cui si osserva un'evoluzione più accentuata del mercato del wedding.

Organizzazione generale dell'evento:

I consumatori il cui matrimonio si è tenuto negli ultimi dieci anni riferiscono un'organizzazione più articolata e complessa, composta da numerosi dettagli da definire e da un numero maggiore di fornitori da coordinare; i supporti professionali come i wedding planner intervengono, per il collettivo selezionato, in caso di difficoltà dovute a circostanze complesse come la pandemia o qualora vi sia una vita lavorativa particolarmente intensa, che lascia poco spazio alla possibilità di occuparsi personalmente dei preparativi. Precedentemente allo svolgimento delle interviste si ipotizzava un allungamento dei tempi di organizzazione rispetto al passato, in realtà non si registra una differenza significativa.

Numero di fornitori coinvolti e nuove figure professionali:

Il contenuto delle interviste ai consumatori il cui matrimonio è più recente fornisce testimonianza delle nuove figure professionali che sono entrate a far parte del mercato del wedding – come organizzatrici e organizzatori, designer, grafici per siti web – e di quelle che hanno assunto un ruolo diverso rispetto al passato. Oggi service luci si occupano di garantire un'atmosfera adeguata all'evento; i catering sono sempre più specializzati non solo nell'ambito della ristorazione ma anche nell'estetica; i grafici non si limitano a realizzare le partecipazioni ma sono chiamati a occuparsi di un coordinato cartaceo più ampio composto da segnaposto, mappa dei posti a sedere, menù, timing della giornata e molto altro; babysitter e intrattenimento per i più piccoli sono spesso presenti. Come inizialmente ipotizzato, dunque, si registra un significativo aumento delle figure professionali coinvolte nel mercato del wedding, ma ancora più significativa è la crescita del numero di skills e competenze che costoro devono sviluppare per incontrare i bisogni e le necessità dei consumatori. Per questo motivo possiamo evidenziare che a far parte del mercato del mercato wedding non sono solamente i fornitori diretti dei servizi, ma anche figure trasversali che si occupano di altre tipologie di attività come corsi di formazione e aggiornamento per coloro che vogliono affacciarsi o specializzarsi in questo ambito. A questi si aggiungono

professionalità completamente nuove che iniziano oggi a popolare il settore in virtù della sua crescita e del suo cambiamento: wedding influencer e wedding marketing⁸⁹ specialist approdano sul web come portavoce virtuali di usi, mode e tendenze del wedding. A farla da padrone oggi è infatti il piacere di guardare e di ispirare tramite contenuti social sempre più numerosi. Il branded content è parte integrante e fondamentale di un settore che spesso si basa su atmosfere sognanti ed emozioni che si prestano perfettamente alla creazione di storytelling che diventa la sostanza stessa della marca fornendo riconoscibilità e valore; essere presenti sul web porta a innumerevoli benefici in termini di brand awareness e image.

Il numero di fornitori coinvolti, la nascita di nuove figure professionali e l'accrescimento delle competenze necessarie a incontrare la domanda del mercato sono temi che potrebbero risultare poco rilevanti, ma rappresentano perfettamente l'evoluzione di cui si tratta in questa tesi: il cambiamento degli stili di vita dei consumatori, l'influenza di culture estere, l'aumentare e il differenziarsi delle esigenze dei singoli soggetti, hanno fatto sì che il mercato si evolvesse, fornendo una gamma di servizi più ampia e variegata. Le competenze dei fornitori si sono adeguate a tali cambiamenti ampliandosi per intercettare nuove tendenze ed esigenze.

Budget:

La somma dedicata all'organizzazione delle nozze odierne è molto più consistente rispetto al budget utilizzato dai consumatori che si sono sposati più di vent'anni fa. È complesso individuare tutte le fattispecie che hanno prodotto questo risultato. Da una parte la crescita dei prezzi dei servizi del settore del wedding va di pari passo all'aumentare del costo della vita che si è verificato negli ultimi vent'anni e che ha investito tutti i settori; dall'altra, però, l'aumento delle competenze dei professionisti, l'evoluzione dei servizi offerti che sono sempre più complessi e articolati e il cambiamento delle esigenze dei consumatori sono tutti elementi che hanno un costo. Più banalmente, inoltre, l'aumentare del numero di fornitori coinvolti produce innegabilmente un incremento del budget da dedicare all'organizzazione del matrimonio.

⁸⁹ Per approfondimenti si veda: Pesce I. Wedding marketing professionale. Manuale step by step per costruire e definire il tuo marketing mix vincente, Dario flaccovio Editore, Palermo, 2019

Strumenti di ricerca dei fornitori:

Un tempo l'unico modo per occuparsi della selezione dei fornitori era affidarsi all'opinione di coloro che avevano già usufruito del servizio in questione era il criterio fondamentale per scegliere un fornitore o scartarne un altro. Il *passa parola* di un tempo è infatti paragonabile alle moderne recensioni online. Ad oggi si utilizzano nuovi strumenti per questo scopo. Alle testimonianze dei conoscenti si affianca nella stragrande maggioranza dei casi l'utilizzo di internet che con le sue piattaforme web e social, fornisce la possibilità di conoscere un cospicuo numero di figure professionali in un periodo di tempo piuttosto contenuto. I social media e i siti come matrimonio.com diventano una vetrina di grande importanza per fornitori e consumatori. Questi ultimi, in particolare, sempre più selezionano i loro fornitori basandosi sull'utilizzo di recensioni realizzate dai consumatori che prima di loro hanno avuto la possibilità di testare la professionalità delle figure in questione. In questo senso è utile fare una breve precisazione: la recensione costituisce sempre più spesso un'arma a doppio taglio per i professionisti; se da un lato costituisce una forma di advertising indiretto e gratuito, dall'altro si lamenta sempre più spesso il fatto di trovarsi in balia degli umori dei consumatori che le producono e che con poche frasi possono danneggiare l'immagine che il brand intende trasmettere. Si tratta di un tema che potrebbe risultare interessante per un approfondimento in ricerche future.

Personalizzazione dell'esperienza:

La leva che spinge il cambiamento del mercato sembra essere proprio quella della personalizzazione. I servizi scelti dai consumatori sono più apprezzati quanto più sono realizzati su misura in base alle esigenze. Ciò che spesso viene evidenziato è la possibilità di rendere ogni matrimonio diverso dagli altri, rispecchiando i gusti, i sogni, le esperienze e la personalità degli sposi. Si conferma dunque la tendenza evidenziata nel primo capitolo di questa tesi, che vedeva la necessità per le aziende di allontanarsi da un modello di vendita standardizzato di prodotti realizzati in serie per le grandi distribuzioni. L'esperienza di acquisto diventa fondamentale e l'opinione del consumatore non verte solamente sul prodotto in sé ma anche sulla relazione con il fornitore stesso, che deve saper instaurare con il cliente un rapporto che va oltre la semplice erogazione del servizio. Attraverso la considerazione di alcuni dettagli i consumatori, infatti, preferiscono optare per operatori che infondono fiducia,

trasparenza, ma anche simpatia. Le doti relazionali, inoltre, non sono valutate solo in direzione “uno a uno” (cliente fornitore), ma anche “uno a molti”, in quanto per i soggetti intervistati è fondamentale che gli operatori presenti il giorno del matrimonio sappiano relazionarsi piacevolmente anche con gli ospiti. Dunque, le sole abilità nel rendere eccellente il proprio lavoro non bastano più, le skills richieste ad oggi sono molto più numerose.

La personalizzazione dell’esperienza diventa quindi la leva di marketing che potrebbe definirsi più efficace oggi, il *su misura* è il punto forte su cui lavorare per la crescita del proprio wedding brand. Diventa inutile e infruttuoso collocarsi in posizioni standard e poco caratterizzate ritenendo di arrivare a un target più ampio. Il personal branding è la chiave per attirare una clientela che possa davvero apprezzare il lavoro di un professionista e che presenti una probabilità maggiore di sceglierlo per il proprio matrimonio. In virtù di questo diventano fondamentali, oltre alle competenze, i valori aziendali, le esperienze professionali e personali, gli interessi e il carattere del fornitore, le sue ambizioni, la sua rete di relazioni e il suo modo di comunicare⁹⁰, per fornire creare un’immagine di sé capace di attirare e farsi notare⁹¹.

La percezione del cambiamento:

la stragrande maggioranza dei soggetti sostiene che il cambiamento del mercato è positivo sotto molteplici punti di vista: incontra di più i gusti dei consumatori, fornisce alternative per diversi budget, presenta una qualità più alta dei servizi e una maggiore competenza dei fornitori. Coloro che invece sostengono una visione più negativa dell’evoluzione lo fanno in ragione del prevaricare dell’apparenza rispetto al senso stesso del matrimonio e dei suoi costi meno sostenibili. In generale, dunque, la percezione del cambiamento potrebbe definirsi come positiva. I consumatori apprezzano l’evoluzione del settore ed è interessante l’interpretazione che alcuni di essi hanno fornito che definisce i cambiamenti del mercato come strettamente legati all’evolvere degli stili di vita. Sarebbero, dunque, i consumatori stessi a dettarne le regole e non viceversa.

⁹⁰ Pesce I., Personal branding: significato nel wedding, <https://www.inespesce.it/personal-branding-significato-nel-wedding/>

⁹¹ Esposito F. Il cerchio d’oro. Wedding Planner 4.0. segreti e tecniche per creare, comunicare e gestire un personal brand di successo, nel mondo del matrimonio, 2020.

		CATEGORIE		
		CODICI		
			MATRIMONI AVVENUTI DA PIÙ DI 20 ANNI	
			MATRIMONI AVVENUTI DA MENO DI 10 ANNI	
tipo di cerimonia	organizzazione generale		<p>Prevedono una cerimonia religiosa nella stragrande maggioranza dei casi. I consumatori prendono la decisione di sposarsi circa un anno prima della data del loro matrimonio che per essere organizzato necessita dagli otto ai dodici mesi. In media il numero di invitati si attesta sulle cento persone. Il matrimonio prevede cinque fasi costanti in tutti i casi analizzati: rinfresco iniziale, cerimonia, foto, ricevimento e festa finale. L'aiuto per l'organizzazione viene da familiari e amici degli sposi.</p>	<p>Le cerimonie sono nella maggior parte dei casi religiose anche se aumenta il numero di consumatori che celebra il matrimonio con rito civile. I consumatori prendono la decisione di sposarsi circa un anno e mezzo prima della data delle nozze, che richiede in media otto mesi per essere organizzate. Il numero di invitati varia in base al momento della giornata e si attesta quasi sempre (in otto casi su dieci) sopra al cento. I matrimoni prevedono cinque fasi (rinfresco, cerimonia, foto, ricevimento e festa finale) che però possono variare per ogni evento e possono essere intervallate da altri dettagli che rendono il matrimonio più dinamico. Genitori e amici intervengono in supporto ai preparativi, due consumatori sostengono di essersi affidati a una wedding planner.</p>
tempo prima del matrimonio				
tempi di organizzazione				
aiuto nell'organizzazione				
numero di invitati				
momento della giornata				
fasi della giornata				
luogo				
catering				
ristorazione interna				
caratteristiche	estetica	<p>Alcuni consumatori affiancano agli aggettivi "divertente" e "festoso" parole come "tensione" e "seriosità". Nessun consumatore sostiene di aver scelto per il proprio matrimonio una palette di colori definita, uno stile e un tema. Allo stesso modo nessuno si è affidato a una figura professionale che curasse i dettagli estetici dell'evento.</p>	<p>Tutti i consumatori descrivono il proprio matrimonio con aggettivi positivi. Tutti sostengono di aver utilizzato per le nozze una palette di colori ben definita e di aver scelto un tema che legasse gli elementi che compongono l'evento. Non sempre viene scelto uno stile preciso. Due consumatori sostengono di essersi affidati a una wedding planner che curasse i dettagli estetici, mentre un consumatore ha optato per una designer.</p>	
colori				
stile				
tema				
figura professionale estetica				
fornitori	fornitori	<p>Il numero di fornitori menzionato si attesta in media tra i sei o sette, in particolare sono: ristorazione, noleggio auto, abiti, trucco e parrucco, fotografia, allestimento floreale. I consumatori vegnono a conoscenza degli operatori del settore tramite le raccomandazioni di amici e parenti, e scelgono il fornitore ideale sulla base della qualità, del prezzo e delle opinioni altrui. Il servizio che viene ritenuto più importante è la ristorazione, per il benessere degli ospiti e per l'aspettativa che gli stessi ripongono sul matrimonio.</p>	<p>Il numero di fornitori si attesta dalla decina in su, in particolare le figure coinvolte sono: ristorazione, location, abiti, servizi estetici, fotografia, videomaking, allestimento floreale, noleggio auto, service luci, designer o wedding planner, intrattenimento musicale, intrattenimento per bambini e babysitting. Oltre a conoscere i fornitori per le raccomandazioni di amici e parenti, i consumatori utilizzano in particolar modo il web e i social per cercare e scegliere gli operatori del settore. Il servizio che ritengono più importante rimane la ristorazione, a cui si affiancano la fotografia e l'intrattenimento.</p>	
conoscenza dei fornitori				
sceita dei fornitori				
servizio più importante				
servizio più costoso	costi e budget	<p>La ristorazione è il servizio che occupa una parte più consistente del budget, tranne in un caso in cui il consumatore riporta che l'abito è stato più costoso. Il costo delle nozze in lire si aggira in media sui dieci milioni, poco più di cinque mila euro. Non si è soliti destinare un budget preciso per l'organizzazione del matrimonio, ma quasi sempre rispecchia le aspettative del consumatore. L'aiuto economico, quando c'è, deriva spesso dai genitori, che si occupano di coprire le spese in toto o parzialmente.</p>	<p>La ristorazione è il servizio più costoso, la spesa totale del matrimonio si attesta in media sui ventidue mila euro. Il budget iniziale è spesso più basso della cifra realmente spesa, ma nella maggior parte dei casi le aspettative economiche sono in linea con l'esborso. Quando gli sposi non si occupano di coprire completamente in parte il costo del matrimonio, sono i genitori a intervenire economicamente.</p>	
costo				
budget				
aspettative				
aiuto economico				
conoscenza del mercato	conoscenza del mercato	<p>La maggior parte dei consumatori afferma di aver conosciuto poco o per niente il mercato del wedding prima dell'organizzazione e del proprio matrimonio ed di sapere indicativamente qual è il costo totale dell'evento, ma non quello dei singoli servizi.</p>	<p>Anche i consumatori il cui matrimonio si è tenuto negli ultimi dieci anni dichiarano di non conoscere il mercato dei matrimoni, di conoscere solo parzialmente i servizi che ne fanno parte e di aver scoperto i prezzi nel corso dell'organizzazione o di averli saputi in modo sommario precedentemente al momento dei preparativi.</p>	
conoscenza costi				
cambiamenti	cambiamenti del mercato e percezioni dei consumatori	<p>I consumatori sostengono che il cambiamento sia evidente nelle modalità di organizzazione dell'evento, nella ricerca dei fornitori, nella quantità di dettagli a cui ad oggi si pone attenzione. Si segnalano anche l'emergere di nuove figure professionali e la possibilità di personalizzare maggiormente l'esperienza del matrimonio. I cambiamenti evidenziati sono nella maggior parte dei casi ritenuti positivi, alcuni consumatori ritengono il cambiamento "esagerato" e "inutile", ne segnalano il costo maggiore e il fatto che prevalga l'apparenza rispetto al senso stesso del matrimonio.</p>	<p>Vengono menzionati i tra i maggiori cambiamenti la crescita del numero di figure professionali coinvolte nell'organizzazione del matrimonio e l'aumento del costo dello stesso, la possibilità di personalizzare al massimo l'evento anche a seconda del budget a disposizione, il cambiamento delle modalità di ricerca dei fornitori che prevedono sempre di più l'utilizzo del web, dei social e delle recensioni online. Viene evidenziato che l'evoluzione del mercato segue quella degli stili di vita. Tra i punti negativi emergono la presenza di costi nascosti e lo stress della gestione generale dell'organizzazione.</p>	
cambiamento positivo				
cambiamento negativo				

ESEMPI	
MATRIMONI AVVENUTI DA PIÙ DI 20 ANNI	MATRIMONI AVVENUTI DA MENO DI 10 ANNI
<p>1. "Gli amici ci hanno aiutato." 2. "La preparazione a casa, il rinfresco con i miei ospiti, la cerimonia che è stata un momento bellissimo." 3. "Beh, la mattina presto sono arrivati i miei invitati a casa per un rinfresco, poi ci siamo diretti verso la chiesa alle undici, dopo la cerimonia abbiamo fatto qualche foto in un parco vicino alla chiesa e poi pranzo lungo fino a sera. All'epoca si usava stare seduti ore a tavola."</p>	<p>1. "Ovvio che mia mamma mi ha aiutato tanto, mio fratello anche, le mie amiche... avevo tanto aiuto" 2. "Beh in comune è stata una cosa veloce e dopo siamo usciti a cena con i testimoni. Il giorno dopo c'è stato un lungo pranzo intervallato dagli scherzi degli amici e dai video, le foto e la festa serale." 3. "La mattina ho passato un po' di tempo con la mia famiglia, abbiamo iniziato i preparativi e pranzato al volo (...). Dopo dalla chiesa abbiamo fatto aperitivo con i testimoni e alcuni amici, siamo andati a fare qualche foto al tramonto e poi in location. Abbiamo cenato e festeggiato."</p>
<p>1. "Un ristorante di fiducia (...). Si risparmiava qualcosa con il ristorante." 2. "Un ristorante appena aperto, il mio matrimonio è stato il primo che hanno fatto. Mio papà era amico del proprietario (...) perché sapeva come cucinava e faceva cose sofisticate per l'epoca"</p>	<p>1. "Una filanda adibita a location per matrimoni." 2. "Allora avevo un catering ma non era esterno alla villa, nel senso che quella location aveva l'esclusiva per quel catering." 3. "Avevamo uno stile molto particolare in mente (...) la location doveva prestarsi."</p>
<p>1. "No, non c'era uno stile preciso" 2. "No non lo faceva nessuno una volta." 3. "Gli unici colori scelti erano quelli dei fiori, l'azzurro degli iris e i gigli bianchi. Poi il mio bouquet aveva le orchidee viola."</p>	<p>1. "Ci siamo sposati il ventuno dicembre, quindi il tema era il Natale (...). Erano i colori tipici natalizi, quindi il rosso e il dorato con qualche dettaglio verde pino (...), solo il service delle luci ha curato in modo particolare l'estetica, per il resto si è arrangiata la villa con la fiorista" 2. "Il viaggio, i tavoli erano nominati con i paesi che abbiamo visitato insieme prima del matrimonio. Il nostro tavolo invece era chiamato come la destinazione dei nostri sogni, l'Africa" 3. "la wedding planner si è occupata di seguire questo aspetto, poi il catering e il fiorista hanno fatto il resto."</p>
<p>1. "Il fiorista, il fotografo, il ristorante, la macchina era di un amico quindi no, i vestiti, la parrucchiere, le bomboniere e l'estetista che mi ha truccata." 2. "Il fiorista era del paese ed era tra i più bravi, il fotografo ci è stato consigliato... tutto per passa parola comunque." 3. "Il catering (...). Una volta stavamo seduti ore e ore a mangiare ai matrimoni, gli ospiti dovevano mangiare bene per forza"</p>	<p>1. "Parrucchiere, abito, macchina, grafico, tipografia, catering e location, il fotografo e il video maker e l'animazione, c'erano tanti bambini" 2. "La wedding planner, le sartorie per gli abiti, trucco e capelli, l'auto, la villa, il catering, la grafica per gli inviti e il sito web, il fiorista, il dj e la cantante, l'intrattenimento per i bambini, il fotografo e il video maker" 3. "Abbiamo usato tanto i social per vedere i lavori dei fornitori (...). Poi matrimonio.com è utile per tutti gli altri. Leggevamo le recensioni online e ci basavamo su quelle".</p>
<p>1. "Otto o nove milioni" 2. "2 No, i progetti erano quelli di dividere tra me e mio marito, poi i miei genitori hanno deciso di pagare la mia parte di ristorante" 3. "Sapevo quanto avevano speso gli amici, quindi sì"</p>	<p>1. "Non volevamo spendere più di venticinquemila euro" 2. "Non ho messo a disposizione una cifra, ho cercato di arrangiarmi più possibile per fare una cosa che parlasse di noi e poi ho scelto i fornitori in base alla qualità e al prezzo." 3. "Sì sì, capita di sfiorare un po'."</p>
<p>1. "Non tanto il mercato, però sapevo come si organizzava e cosa fare." 2. "Ci immaginavamo i prezzi, sapevo quanto costa tutto il matrimonio." 3. "Sì, perché ero la terza in famiglia che si sposava."</p>	<p>1. "No per nulla (...) Solo qualcuno (...) L'ho scoperto via via che mi informavo, prima non lo sapevo" 2. "No no, assolutamente, è un altro dei motivi per cui ci siamo rivolti alla wedding planner (...) sapevo più o meno quanto costa un matrimonio in generale."</p>
<p>1. "Migliore perché c'è più scelta, uno può decidere di più, c'è più qualità dei servizi, ma non capiscono che sono soldi buttati al vento, non è un investimento quindi non hanno senso dedicarci decine di migliaia di euro. Pochi invitati e pochi fronzoli per me." 2. "Credo sia una bella cosa, c'è più cura nelle cose, se dovessi sposarmi adesso anch'io mi affiderei a un'organizzatrice, ci sono anche meno pensieri per decidere (...). Perché i ragazzi di oggi... un matrimonio penso costi tanto e con gli stipendi che ci sono adesso e con le case che si comprano è"</p>	<p>1. "Beh non credo esistessero i videomaker o le babysitter, ma anche solo la wedding planner di oggi una volta era impensabile, mentre ora è un servizio quasi fondamentale. E poi i matrimoni erano più o meno tutti molto simili, oggi c'è proprio la ricerca del mai visto e le opportunità di crearlo sono infinite per ogni budget." 2. "Se parliamo di mercato in sé e non del senso del matrimonio, ci sono più fornitori e più possibilità di scegliere i vari servizi. Ogni matrimonio è diverso dall'altro anche per questo."</p>

2.7 Il questionario

In seguito all'analisi qualitativa dell'esperienza dei consumatori del mercato del wedding, è opportuno svolgere anche una ricerca quantitativa che indaghi nello specifico la percezione del settore ad oggi. Per farlo ci si serve delle nozioni apprese durante il corso di metodi per la ricerca sociale del Professor Stefano Sbalchiero⁹² e di quelle contenute nel libro “Dal metodo all'esperienza. Fare ricerca con la sociologia comprendente⁹³”.

Sulla base della ricerca teorica svolta e riportata nel primo capitolo di questa tesi e dei risultati delle interviste qualitative portate a termine, è stata costruita una traccia di questionario che fosse in grado di restituire considerazioni in merito alla percezione del consumatore odierno del mercato del wedding. Prima di procedere a descrivere il processo di ricerca è utile riassumere qui alcune nozioni utili alla comprensione del lavoro svolto.

Carlo de Rose definisce i questionari come “metodi della ricerca sociale fondati su procedure standardizzate di raccolta ed elaborazione delle informazioni, con ampi approfondimenti sulla progettazione e sui criteri di utilizzo del questionario quale strumento privilegiato delle ricerche quantitative.”⁹⁴

Mentre per quanto riguarda la ricerca qualitativa il metodo utilizzato è induttivo, ossia procede dall'osservazione alla teoria, in questo caso si procede con un ragionamento deduttivo: a partire dalla letteratura e dall'analisi teorica svolta precedentemente, si costruisce uno strumento – il questionario – in grado di verificare la correttezza o meno delle ipotesi formulate. Questo secondo metodo di analisi viene attuato in questa sede per dare un contributo oggettivo, scientifico, distaccato e neutrale all'ambito studiato. La rilevazione delle informazioni avviene attraverso un procedimento strutturato, chiuso, facendo riferimento a un campione statisticamente rappresentativo e uno

⁹²Stefano Sbalchiero, dottore di ricerca in Sociologia, è professore a contratto di “Sociologia dei processi culturali” e assegnista di ricerca presso il Dipartimento di Filosofia, Sociologia, Pedagogia e Psicologia Applicata (FISPPA), Università degli studi di Padova. I suoi principali interessi di ricerca riguardano gli aspetti metodologici ed epistemologici della ricerca sociale, i metodi qualitativi e quantitativi, l'analisi statistica dei dati testuali, i processi culturali e comunicativi, le religioni nel contesto contemporaneo e la spiritualità.

⁹³ SBALCHIERO S., Dal metodo all'esperienza. Fare ricerca con la sociologia comprendente, Padova University Press; Padova, 2021.

⁹⁴ DE ROSE C., L'indagine campionaria e il sondaggio d'opinione. Metodi quantitativi della ricerca sociale, Carocci editore, Roma, 2018

strumento di rilevazione uniforme per tutti i soggetti coinvolti con l'obiettivo di ricavare una matrice di dati standardizzati analizzabile matematicamente.

Se per la ricerca qualitativa l'oggetto dell'analisi è il singolo individuo, per quella quantitativa è la variabile, si tratta dunque di un processo che può essere definito "impersonale". L'obiettivo dell'analisi è quello di spiegare la varianza, attraverso un uso intenso di tecniche matematiche e statistiche. La presentazione dei dati avviene attraverso tabelle e grafici, con lo scopo di produrre generalizzazioni, modelli casuali e leggi replicabili.

Il percorso dell'analisi quantitativa prevede cinque fasi:

1. La teoria: la ricerca preliminare alla costruzione dello strumento è di fondamentale importanza per fornire una base solida su cui costruire la ricerca;
2. La formulazione delle ipotesi: le ipotesi costituiscono un'articolazione della teoria, si basano su un livello di astrazione più vicino alla realtà e ci si arriva attraverso un processo di deduzione;
3. Raccolta dati: attraverso il processo di operativizzazione, ossia la trasformazione delle ipotesi in affermazioni empiricamente osservabili che porta alla definizione o ridefinizione del disegno della ricerca;
4. Analisi dei dati: è preceduta dall'organizzazione dei dati rilevati e consiste nella creazione della matrice dei dati;
5. Rappresentazione dei risultati: ci si arriva tramite l'interpretazione delle analisi statistiche condotte nella fase precedente. Successivamente il ricercatore, tramite un processo induttivo, torna alla teoria iniziale per confrontare i risultati ottenuti con essa. In altre parole, nonostante il processo sia deduttivo, la restituzione dei risultati presenta le caratteristiche dell'analisi induttiva.

È opportuno precisare alcune definizioni di base utili alla ricerca.

Le unità di analisi rappresentano l'oggetto al quale afferiscono le proprietà studiate; esse sono determinate con precisione nel momento in cui si sottopone a controllo empirico una specifica ricerca di tipo quantitativo. Sono un elemento centrale del disegno della ricerca. In questo caso l'unità di analisi sarà un aggregato di individui. I casi sono la serie di attributi definiti per la ricerca (provenienza, età, sesso...).

Le variabili sono concetti operativizzati, possono assumere diverse modalità. Una variabile può essere manipolabile, dipendente o indipendente, latente o osservata, collettiva o individuale.

2.8 Il disegno della ricerca per il questionario

Teoria

Il questionario è stato costruito sulla base della letteratura e delle nozioni esposte al primo capitolo di questa tesi, che prevede una panoramica generale del mercato del wedding⁹⁵. Inoltre, la traccia è stata formulata in modo da riprendere alcuni concetti emersi durante lo svolgimento delle interviste in profondità e di approfondirne degli altri.

Il campione analizzato sarà composto da soggetti di sesso maschile e femminile (sarà presente la dicitura “altro” nel caso in cui i soggetti non si rispecchino in alcuno dei due generi o non riescano a rispondere) di un’età compresa tra i venti e sessant’anni, che si sono sposati negli ultimi cinque anni o che progettano di farlo nei prossimi cinque. Questa finestra di tempo consente di fornire delle informazioni utili a delineare una panoramica del settore dei matrimoni in tempi recenti. Sono stati selezionati cento testimoni privilegiati che poi a loro volta hanno segnalato altri soggetti adatti all’analisi. I questionari presenteranno quesiti diversi per coloro che si sono già sposati e per coloro che, invece, devono ancora farlo.

Le ipotesi

Sulla base delle considerazioni precedentemente citate è possibile formulare alcune ipotesi in merito all’ambito analizzato:

- È possibile che sia ancora prevaricante una modalità di celebrazione che prevede il rito religioso;
- Si prevede che il tempo di organizzazione medio per un evento come un matrimonio sia di un anno e che il numero di invitati orbiti intorno al cento;
- La figura della wedding planner è presente ma ancora scarsamente diffusa;

⁹⁵ Si veda paragrafo 1.3, Il mercato del Wedding, una panoramica generale dei quattro settori principali del mondo pre-pandemico

- Visti gli strumenti tecnologici a disposizione si presume sia più facile trovare e scegliere i fornitori, valutatone anche l'operato preliminarmente attraverso indicatori come le recensioni online;
- Si presume che il servizio a cui i consumatori prestano una particolare attenzione sia la ristorazione.
- Sulla base delle risposte date dai consumatori nel corso dell'indagine qualitativa, è possibile prevedere che i consumatori non conoscano il mercato e coloro che devono ancora celebrare il loro matrimonio non sappiano indicare quanto possa costare l'evento.

Raccolta dei dati

Attraverso le funzionalità messe a disposizione da Google Form è stata costruita una traccia di questionario condiviso tramite modalità CAWI, le tecniche utilizzate per la formulazione dei quesiti sono: domande aperte, rating scales e pick any.

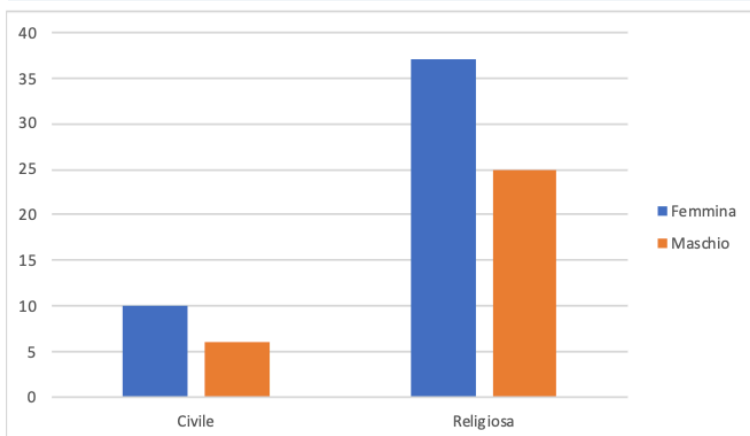
Al questionario hanno risposto 281 soggetti, tuttavia scartando le risposte che avrebbero sfalsato i dati, ossia quelle di coloro che selezionavano una data precedente o successiva ai periodi di tempo presi in esame, sono rimaste 218 risposte valide, 78 per quanto riguarda i matrimoni avvenuti negli ultimi cinque anni, 140 per quanto riguarda i matrimoni che si progetta avvengano nei prossimi cinque anni.

2.7.1 Analisi dei risultati in merito ai matrimoni avvenuti negli ultimi 5 anni

Google Form restituisce una propria elaborazione dei dati, che non è stata considerata in questa sede perché non è possibile ripulire i risultati ottenuti. I dati raccolti sono stati quindi organizzati in un foglio di calcolo Excel e ne sono stati ricavati una serie di grafici e tabelle Pivot utili all'analisi.

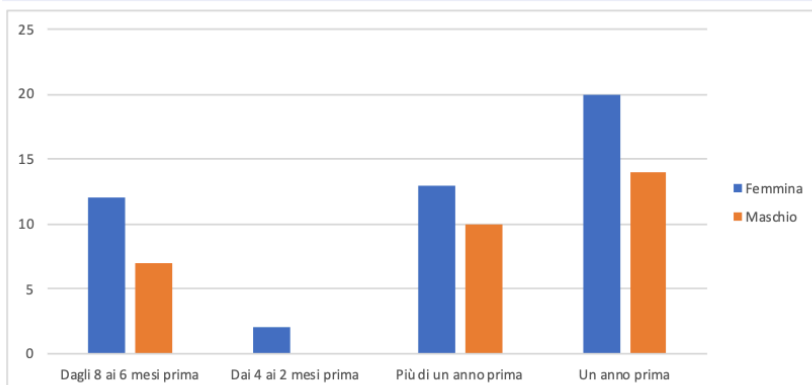
Tipo di cerimonia: il 79% dei soggetti ha celebrato il suo matrimonio con rito religioso, il 21% con rito civile.

Conteggio di CERIMONIA Etichette di riga	Etichette di colonna		Totale complessivo	
	Femmina	Maschio		
Civile	10	6	16	21%
Religiosa	37	25	62	79%
Totale complessivo	47	31	78	



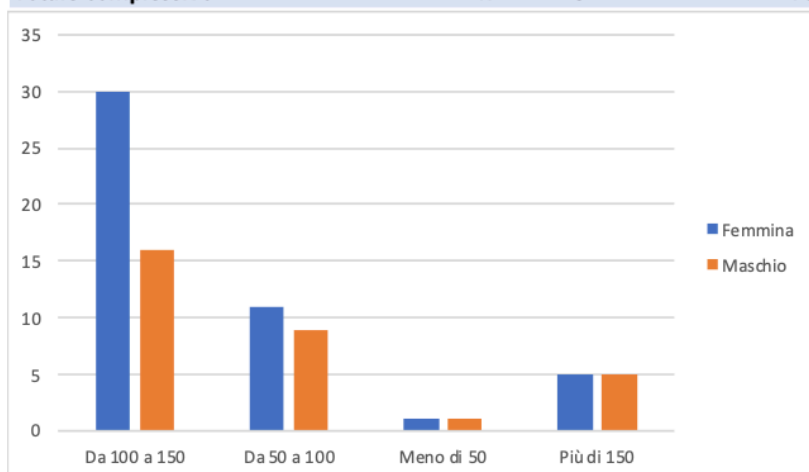
Tempi di organizzazione: il 44% degli intervistati ha impiegato un anno per l'organizzazione del proprio matrimonio, il 29% ha iniziato i preparativi più di un anno prima; il 24% ha impiegato dagli 8 ai 6 mesi, mentre solo il 3% ha usufruito di un tempo inferiore ai quattro mesi.

Conteggio di TEMPO DI ORGANIZZAZIONE Etichette di riga	Etichette di colonna		Totale complessivo	
	Femmina	Maschio		
Dagli 8 ai 6 mesi prima	12	7	19	24%
Dai 4 ai 2 mesi prima	2		2	3%
Più di un anno prima	13	10	23	29%
Un anno prima	20	14	34	44%
Totale complessivo	47	31	78	



Numero di invitati: la maggioranza dei soggetti contano tra i 100 e i 150 invitati, il 26% ne conta da 50 a 100, solo il 13% più di 150 e il 3% meno di 50.

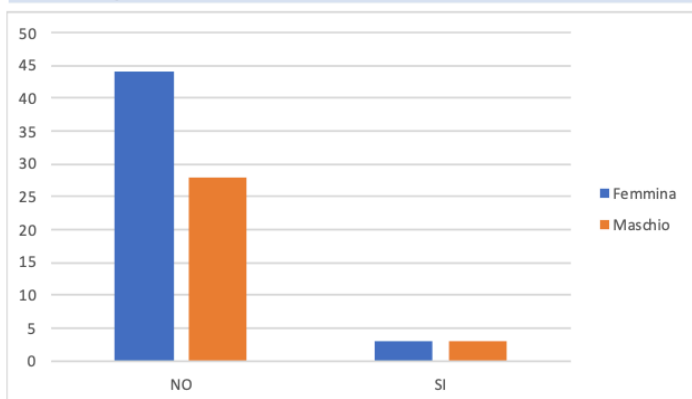
Conteggio di INVITATI Etichette di riga	Etichette di colonna		Totale complessivo	
	Femmina	Maschio		
Da 100 a 150	30	16	46	59%
Da 50 a 100	11	9	20	26%
Meno di 50	1	1	2	3%
Più di 150	5	5	10	13%
Totale complessivo	47	31	78	



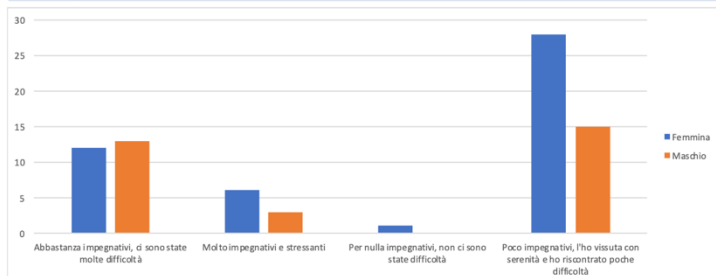
Organizzazione: Solo l'8% del collettivo selezionato si è servito di una wedding planner, ma dopo aver chiesto quale si stato il livello di difficoltà dell'organizzazione, il 20% risponde che se potesse tornare indietro opterebbe per un aiuto professionale.

Se il 55% dei consumatori non ha incontrato difficoltà particolarmente rilevanti, il 32% descrive i preparativi come “abbastanza impegnativi”.

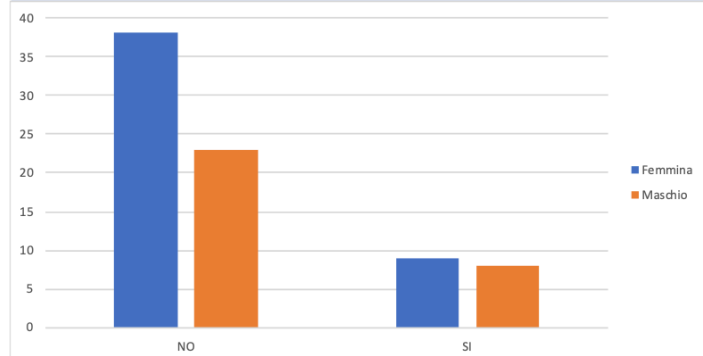
Conteggio di WP Etichette di riga	Etichette di colonna		Totale complessivo	
	Femmina	Maschio		
NO	44	28	72	92%
SI	3	3	6	8%
Totale complessivo	47	31	78	



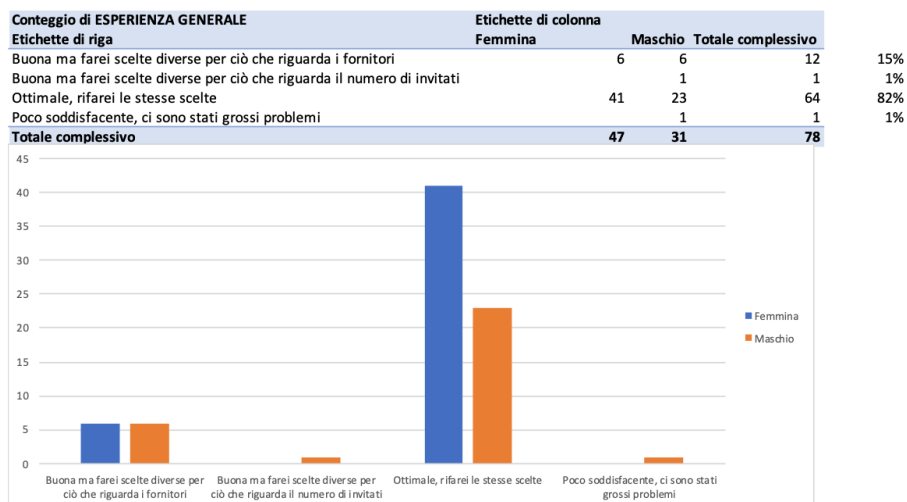
Conteggio di ORGANIZZAZIONE Etichette di riga	Etichette di colonna		Totale complessivo	
	Femmina	Maschio		
Abbastanza impegnativi, ci sono state molte difficoltà	12	13	25	32%
Molto impegnativi e stressanti	6	3	9	12%
Per nulla impegnativi, non ci sono state difficoltà	1		1	1%
Poco impegnativi, l'ho vissuta con serenità e ho riscontrato poche difficoltà	28	15	43	55%
Totale complessivo	47	31	78	



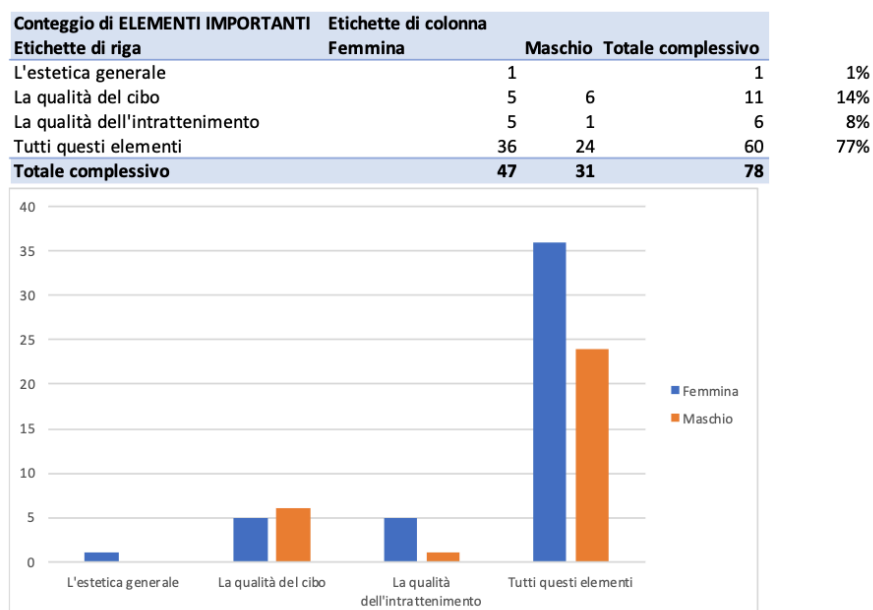
Conteggio di WEDDING PLANNER DOPO Etichette di riga	Etichette di colonna		Totale complessivo	
	Femmina	Maschio		
NO	38	23	61	78%
SI	9	8	17	22%
Totale complessivo	47	31	78	

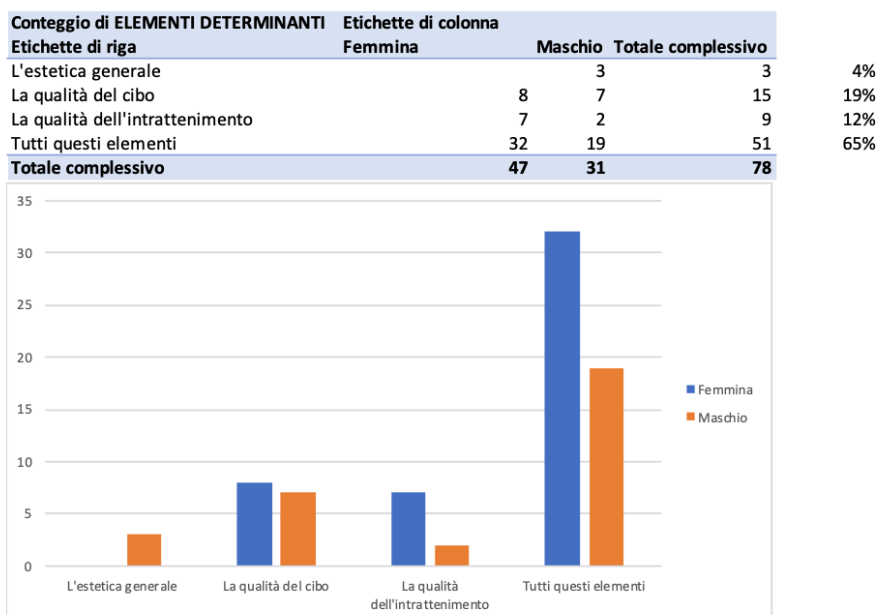


Esperienza generale: l'82% dei consumatori si dice pienamente soddisfatto dell'esperienza vissuta il giorno del suo matrimonio, il 15% farebbe scelte diverse in merito ai fornitori scelti.



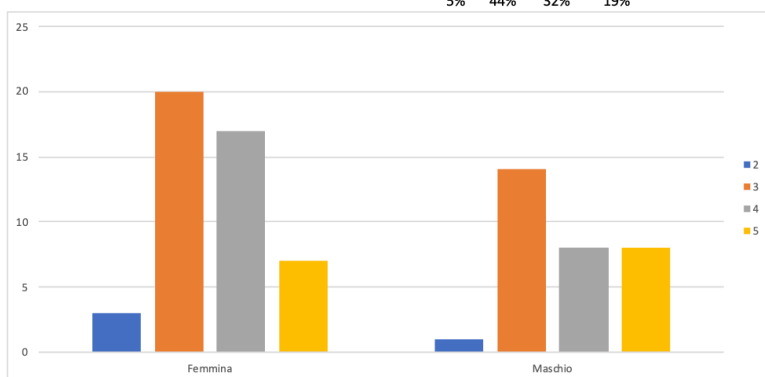
Elementi più importanti: è stato chiesto ai consumatori di scegliere quali siano gli elementi che ritengono avere maggiore importanza per la buona riuscita di un matrimonio e quali siano stati effettivamente determinanti. Il 77% risponde che catering, allestimenti e intrattenimento sono tutti ugualmente importanti, mentre il 65% ritiene che tutti siano stati determinanti per il proprio matrimonio. Il 19%, invece, sostiene che sia stato il cibo l'elemento che ha fatto realmente la differenza.





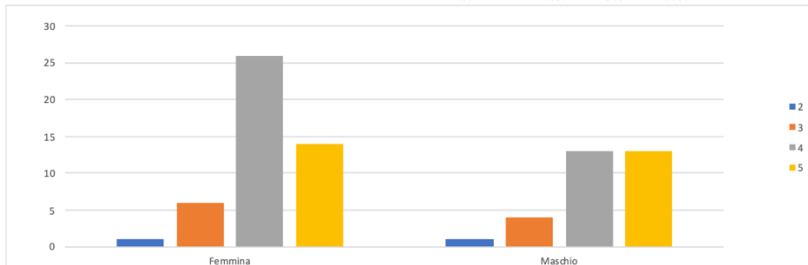
Ricerca dei fornitori e rapporto con gli stessi: per definire l'esperienza di ricerca dei servizi, in una scala da 1 a 5 (dove 1 è “molto difficile” e 5 “molto facile”) il 44% risponde 3, non lamenta quindi particolari difficoltà nel trovare i fornitori adeguati al proprio matrimonio, il 32% da un valore (4) che si avvicina al criterio “molto facile”.

Conteggio di ESPERIENZA RICERCA FORNITORI Etichette di riga	Etichette di colonna				Totale complessivo
	2	3	4	5	
Femmina	3	20	17	7	47
Maschio	1	14	8	8	31
Totale complessivo	4	34	25	15	78
	4%	26%	22%	9%	
	1%	18%	10%	10%	
	5%	44%	32%	19%	



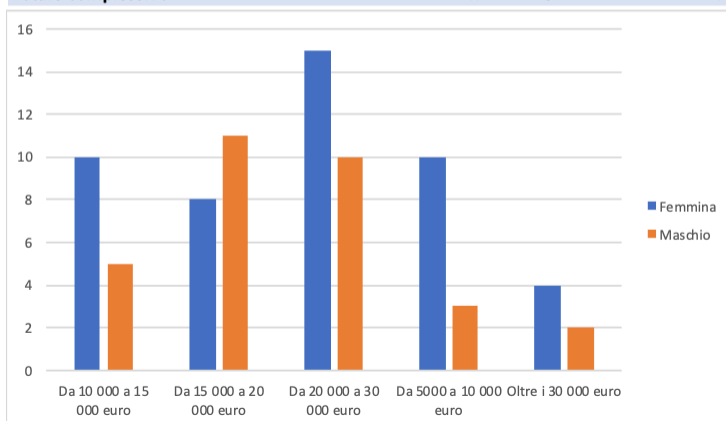
Per ciò che riguarda l'esperienza di acquisto e di rapporto stesso con i fornitori per tutta la durata dell'organizzazione e del giorno del matrimonio, il 50% dei consumatori si dice “soddisfatto” (valore 4) e il 35% “molto soddisfatto” (valore 5).

Conteggio di ESPERIENZA RAPPORTO FORNITORI		Etichette di colonna			
Etichette di riga	2	3	4	5	Totale complessivo
Femmina	1	6	26	14	47
Maschio	1	4	13	13	31
Totale complessivo	2	10	39	27	78
	1%	8%	33%	18%	
	1%	5%	17%	17%	
	2%	13%	50%	35%	



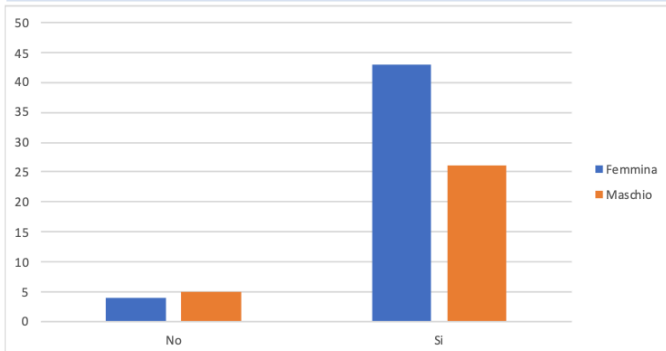
Costi e budget: il 32% dei consumatori aveva previsto di spendere tra ventimila e trentamila euro per il proprio matrimonio, il 24% metteva a budget tra i quindicimila e ventimila euro, il 19% calcolava tra i diecimila e i quindicimila euro, mentre solo l'8% pensava di spendere oltre i trentamila euro.

Conteggio di BUDGET PREVISTO		Etichette di colonna			
Etichette di riga	Femmina	Maschio	Totale complessivo		
Da 10 000 a 15 000 euro	10	5	15	19%	
Da 15 000 a 20 000 euro	8	11	19	24%	
Da 20 000 a 30 000 euro	15	10	25	32%	
Da 5000 a 10 000 euro	10	3	13	17%	
Oltre i 30 000 euro	4	2	6	8%	
Totale complessivo	47	31	78		

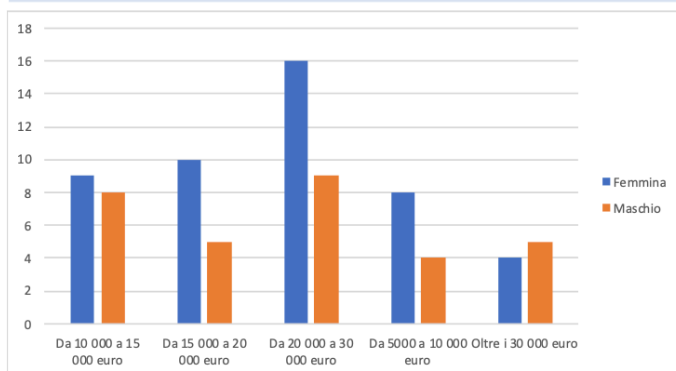


L'88% dei consumatori dichiara di aver rispettato il proprio budget; infatti, il grafico che indica il costo effettivamente dedicato al matrimonio non si discosta molto da quello che ne rappresenta le aspettative, che non sembrano essere state smentite nella maggior parte dei casi. Il 79,5% dei consumatori giudica il costo totale delle nozze "adeguato" alle proprie aspettative, il 19,2% lo descrive come "al di sopra delle mie aspettative" e l'1,3% lo definisce come "al di sotto delle mie aspettative".

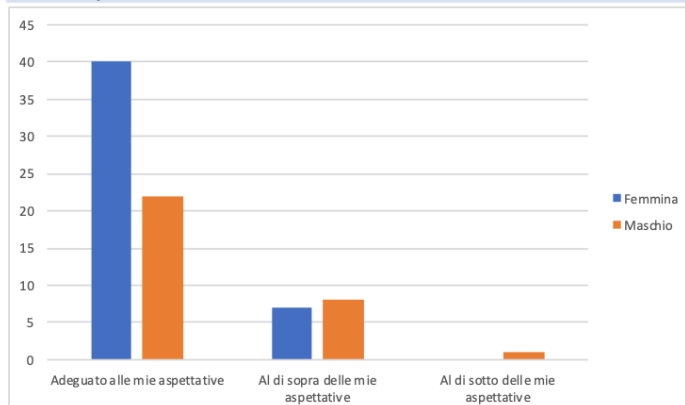
Conteggio di BUDGET RISPETTATO		Etichette di colonna			
Etichette di riga	Femmina	Maschio	Totale complessivo		
No		4	5	9	12%
Si		43	26	69	88%
Totale complessivo		47	31	78	



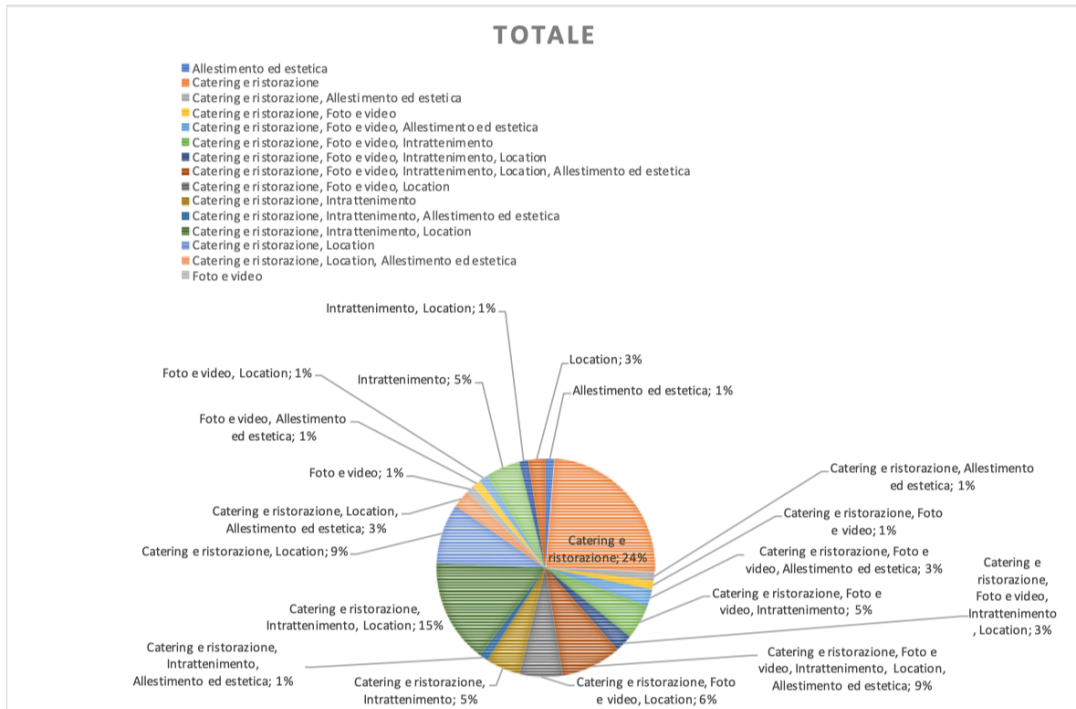
Conteggio di COSTO INDICATIVO		Etichette di colonna			
Etichette di riga	Femmina	Maschio	Totale complessivo		
Da 10 000 a 15 000 euro		9	8	17	22%
Da 15 000 a 20 000 euro		10	5	15	19%
Da 20 000 a 30 000 euro		16	9	25	32%
Da 5000 a 10 000 euro		8	4	12	15%
Oltre i 30 000 euro		4	5	9	12%
Totale complessivo		47	31	78	



Conteggio di ASPETTATIVE COSTO		Etichette di colonna			
Etichette di riga	Femmina	Maschio	Totale complessivo		
Adeguito alle mie aspettative		40	22	62	79,5%
Al di sopra delle mie aspettative		7	8	15	19,2%
Al di sotto delle mie aspettative			1	1	1,3%
Totale complessivo		47	31	78	

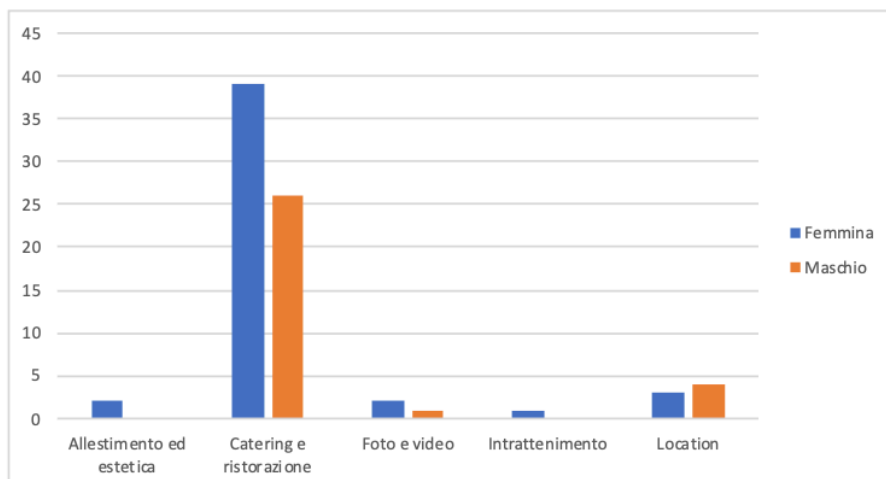


Servizi ai quali i consumatori dedicano un'attenzione e un budget maggiore: lasciando i consumatori liberi di selezionare quali sono i servizi a cui hanno dedicato maggiore attenzione durante l'organizzazione e per i quali hanno stabilito un budget più consistente rispetto agli altri, possiamo notare che la ristorazione ha la meglio in entrambi i casi, emerge però anche l'importanza dell'intrattenimento e dell'allestimento estetico dell'evento.



Conteggio di ATTENZIONE MAGGIORE Etichette di riga	Etichette di colonna		
	Femmina	Maschio	Totale complessivo
Allestimento ed estetica	1		1
Catering e ristorazione	15	4	19
Catering e ristorazione, Allestimento ed estetica	1		1
Catering e ristorazione, Foto e video		1	1
Catering e ristorazione, Foto e video, Allestimento ed estetica	1	1	2
Catering e ristorazione, Foto e video, Intrattenimento	3	1	4
Catering e ristorazione, Foto e video, Intrattenimento, Location	1	1	2
Catering e ristorazione, Foto e video, Intrattenimento, Location, Allestimento ed estetica	4	3	7
Catering e ristorazione, Foto e video, Location	1	4	5
Catering e ristorazione, Intrattenimento	3	1	4
Catering e ristorazione, Intrattenimento, Allestimento ed estetica		1	1
Catering e ristorazione, Intrattenimento, Location	7	5	12
Catering e ristorazione, Location	2	5	7
Catering e ristorazione, Location, Allestimento ed estetica	2		2
Foto e video		1	1
Foto e video, Allestimento ed estetica	1		1
Foto e video, Location	1		1
Intrattenimento	1	3	4
Intrattenimento, Location	1		1
Location	2		2
Totale complessivo	47	31	78

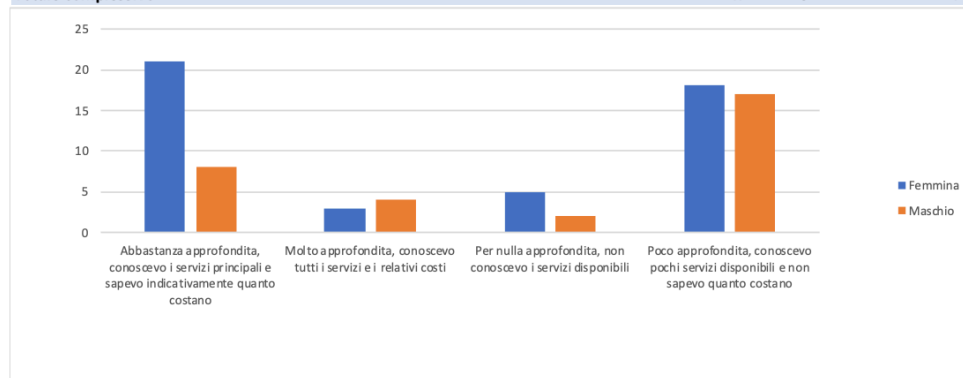
Conteggio di BUDGET MAGGIORE		Etichette di colonna		
Etichette di riga	Femmina	Maschio	Totale complessivo	
Allestimento ed estetica	2		2	3%
Catering e ristorazione	39	26	65	83%
Foto e video	2	1	3	4%
Intrattenimento	1		1	1%
Location	3	4	7	9%
Totale complessivo	47	31	78	



Conoscenza del mercato:

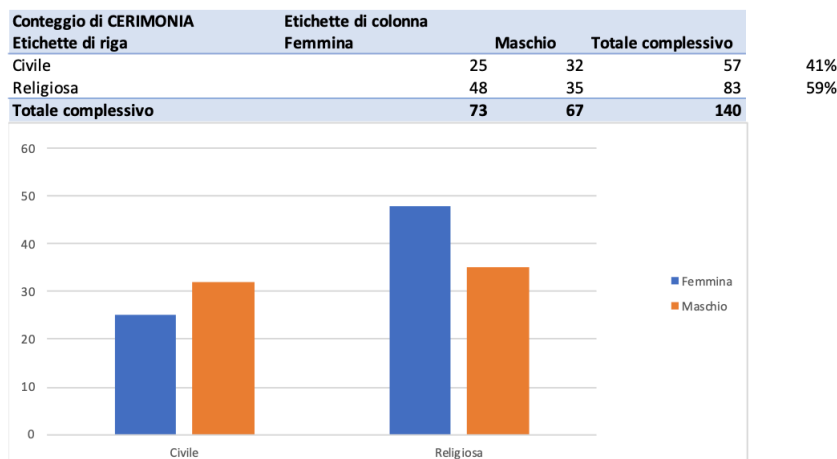
Il 45% dei consumatori ritiene di aver avuto una conoscenza poco approfondita del mercato, il 37% la definirebbe “abbastanza approfondita”. Il 9% si colloca tra gli estremi “molto approfondita” e “per nulla approfondita”.

Conteggio di CONOSCENZA MERCATO		Etichette di colonna		
Etichette di riga	Femmina	Maschio	Totale complessivo	
Abbastanza approfondita, conoscevo i servizi principali e sapevo indicativamente quanto costano	21	8	29	37%
Molto approfondita, conoscevo tutti i servizi e i relativi costi	3	4	7	9%
Per nulla approfondita, non conoscevo i servizi disponibili	5	2	7	9%
Poco approfondita, conoscevo pochi servizi disponibili e non sapevo quanto costano	18	17	35	45%
Totale complessivo	47	31	78	

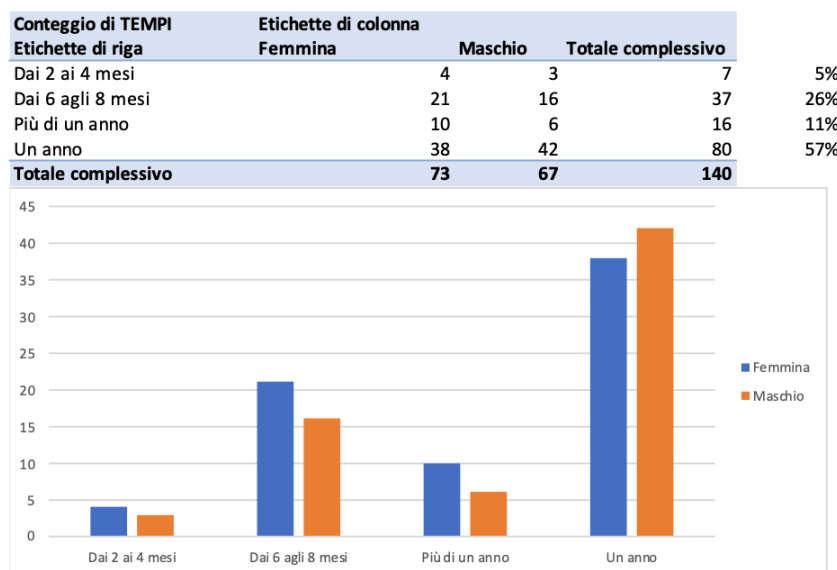


2.7.2 Analisi dei risultati in merito ai matrimoni che si progetta avvengano nei prossimi cinque anni

Tipo di cerimonia: Il 41% dei soggetti che hanno risposto al questionario afferma che la cerimonia del proprio matrimonio si terrà con rito civile, mentre il 59% avrà una forma religiosa.

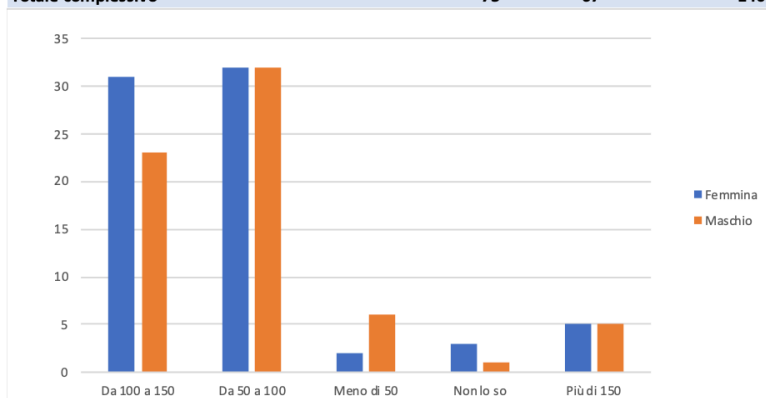


Tempi di organizzazione: Il 57% degli intervistati ritiene che un anno sia il periodo di tempo ideale per l'organizzazione del proprio matrimonio, il 26% lo stima in un lasso di tempo che va dai sei agli otto mesi, solo il 5% crede che due/quattro mesi siano sufficienti e l'11% sostiene che ci si debba dedicare più di un anno.



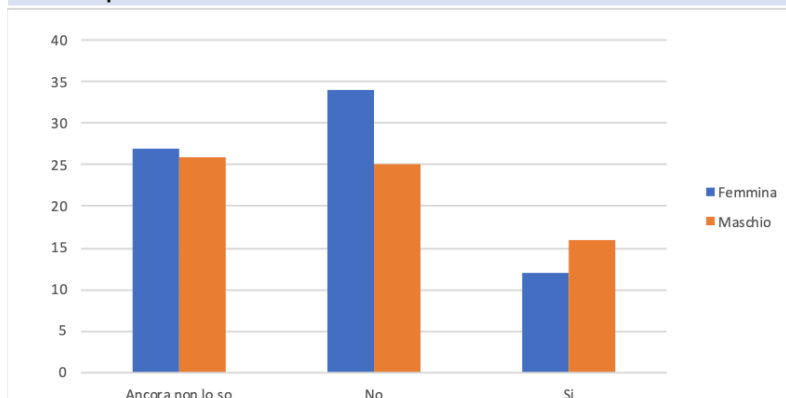
Numero di invitati: Il 46% del collettivo preso in esame conta di invitare al proprio matrimonio dai cinquanta ai cento invitati, il 39% crede che ci saranno dai cento ai centocinquanta ospiti, il 6% e il 7% sono le percentuali che fanno riferimento rispettivamente a “meno di cinquanta invitati” e “più di 150 invitati”; il 3% del collettivo ancora non lo sa.

Conteggio di INVITATI Etichette di riga	Etichette di colonna			Totale complessivo	
	Femmina	Maschio	Totale complessivo		
Da 100 a 150	31	23	54	39%	
Da 50 a 100	32	32	64	46%	
Meno di 50	2	6	8	6%	
Non lo so	3	1	4	3%	
Più di 150	5	5	10	7%	
Totale complessivo	73	67	140		

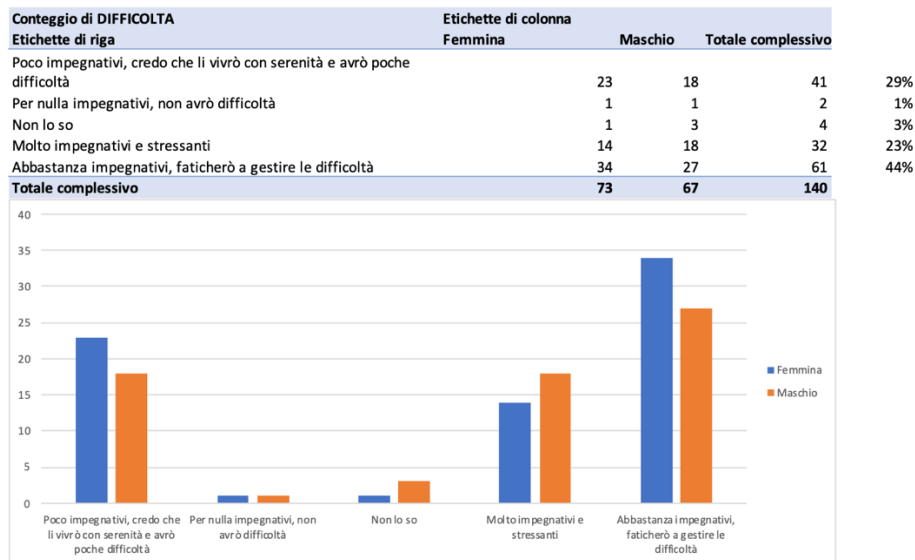


Organizzazione: Il 20% del collettivo si servirà dell’aiuto di una wedding planner per l’organizzazione del proprio matrimonio, il 40% si occuperà in autonomia dei preparativi, mentre il 38% ancora non sa rispondere.

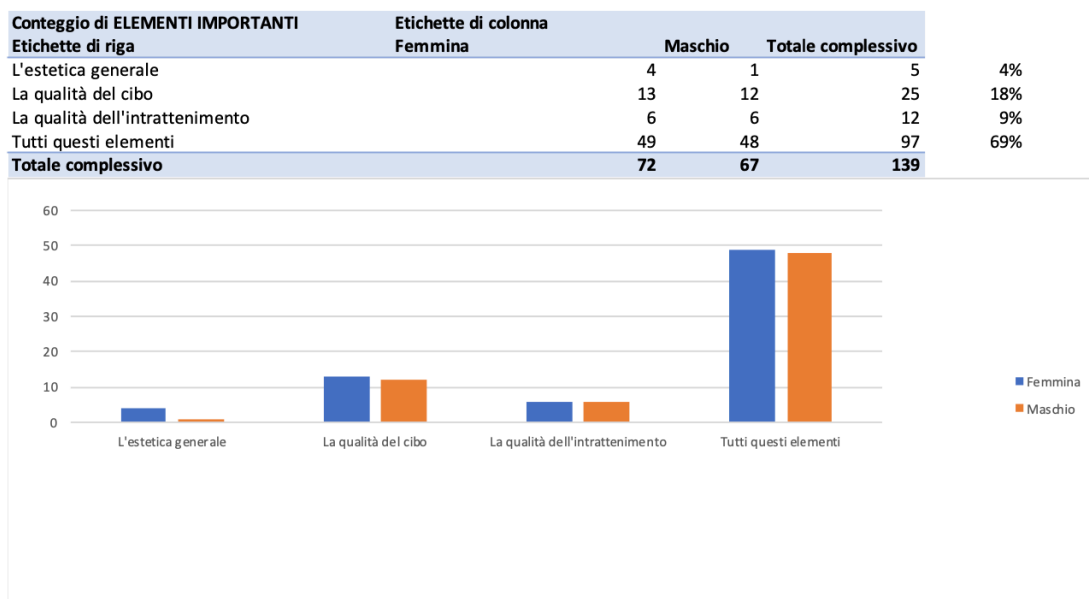
Conteggio di WP Etichette di riga	Etichette di colonna			Totale complessivo	
	Femmina	Maschio	Totale complessivo		
Ancora non lo so	27	26	53	38%	
No	34	25	59	42%	
Si	12	16	28	20%	
Totale complessivo	73	67	140		



Il 44% dei soggetti crede che i preparativi saranno abbastanza impegnativi e che si presenteranno difficoltà a gestire l'organizzazione, il 29% ritiene che sarà poco impegnativo e che vivrà l'esperienza con serenità, il 23% pensa che sarà molto impegnativo e stressante, solo il 3% afferma che non sarà per nulla impegnativo. L'1% del campione non sa rispondere.

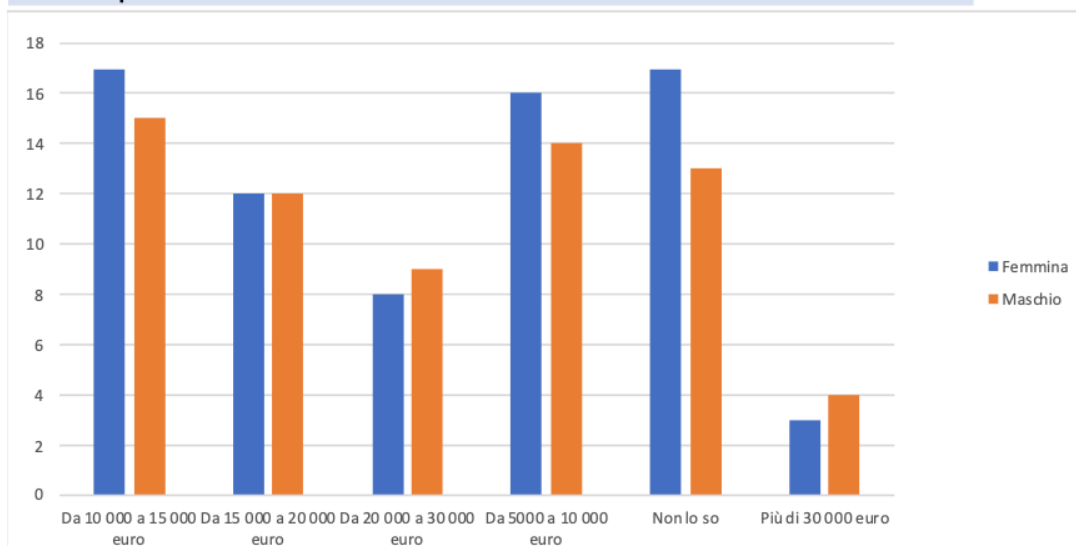


Elementi più importanti: Il 69% ritiene che l'estetica generale, la qualità del cibo e dell'intrattenimento siano tutti elementi ugualmente importanti; il 18%, invece, attribuisce uno spessore maggiore al cibo, il 9% crede che l'intrattenimento sia davvero fondamentale, mentre il 5% opta per l'estetica dell'evento.



Costi e budget: Il 23% dei consumatori crede che metterà a budget dai dieci ai quindicimila euro per il proprio matrimonio, il 21% ritiene che un matrimonio costi dai cinque ai diecimila euro, il 17% prevede che spenderà dai quindici ai ventimila euro, mentre il 12% risponde che l'ammontare dedicato alle nozze sarà compreso tra i venti e trentamila euro. Solo il 5% supererà i trentamila euro. Il 21% dei consumatori non saprebbe dire quanto costerà l'evento.

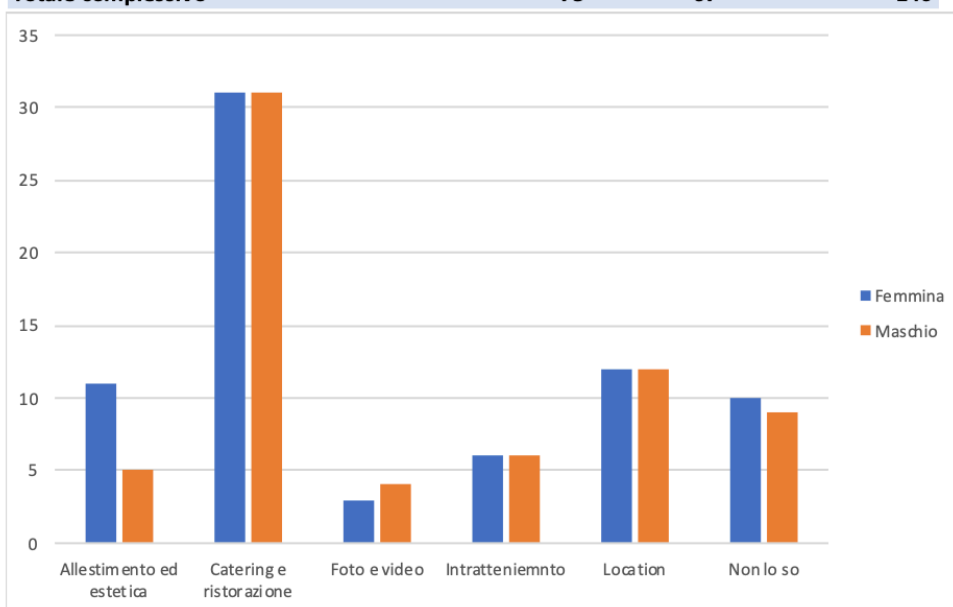
Conteggio di BUDGET	Etichette di colonna			
Etichette di riga	Femmina	Maschio	Totale complessivo	
Da 10 000 a 15 000 euro	17	15	32	23%
Da 15 000 a 20 000 euro	12	12	24	17%
Da 20 000 a 30 000 euro	8	9	17	12%
Da 5000 a 10 000 euro	16	14	30	21%
Non lo so	17	13	30	21%
Più di 30 000 euro	3	4	7	5%
Totale complessivo	73	67	140	



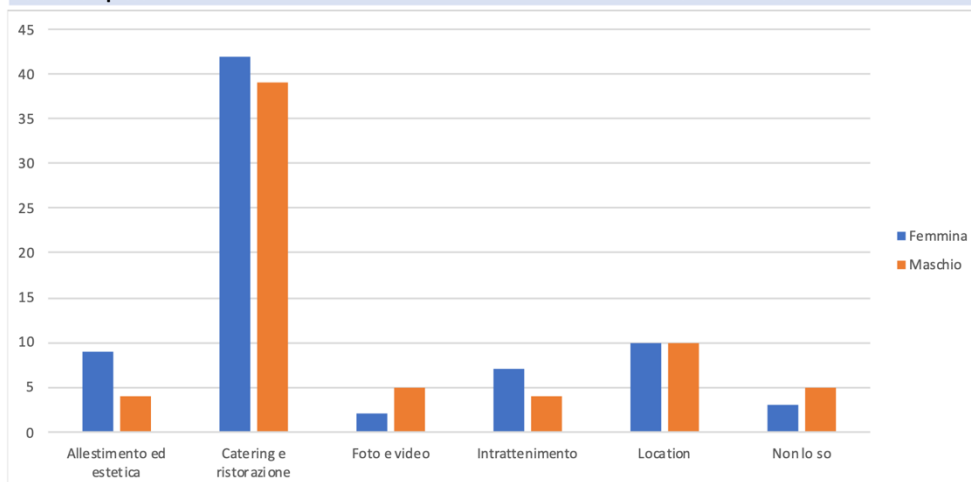
Servizi ai quali i consumatori dedicheranno un'attenzione e un budget maggiore:

Il 44% degli intervistati ritiene che catering e ristorazione siano i servizi a cui è necessario dedicare un'attenzione maggiore in relazione alla loro importanza e il 58% risponde che sarà disposto a spendere di più rispetto alla media dei prezzi per quel servizio; Il 17% crede che sia la location a meritare maggiore riguardo, dato grossomodo in linea con la percentuale di coloro che ci dedicheranno un budget più consistente, il 14%. L'11% dei consumatori crede che allestimento ed estetica siano i servizi degni di maggiore nota, il 9% accetterà un costo più alto rispetto alla media per questo. 5% è la percentuale di coloro che preferiscono dedicare un'attenzione speciale a foto e video, e che quindi ci riserverà una cifra più alta.

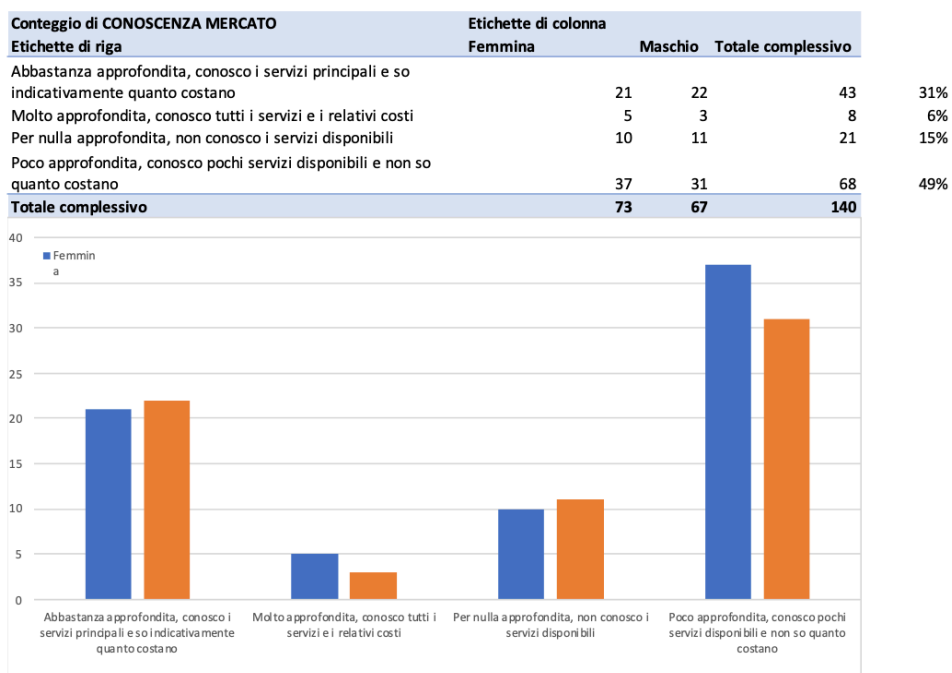
Etichette di riga	Etichette di colonna		Totale complessivo	
	Femmina	Maschio		
Allestimento ed estetica	11	5	16	11%
Catering e ristorazione	31	31	62	44%
Foto e video	3	4	7	5%
Intrattenimnto	6	6	12	9%
Location	12	12	24	17%
Non lo so	10	9	19	14%
Totale complessivo	73	67	140	



Etichette di riga	Etichette di colonna		Totale complessivo	
	Femmina	Maschio		
Allestimento ed estetica	9	4	13	9%
Catering e ristorazione	42	39	81	58%
Foto e video	2	5	7	5%
Intrattenimento	7	4	11	8%
Location	10	10	20	14%
Non lo so	3	5	8	6%
Totale complessivo	73	67	140	



Conoscenza del mercato: Il 49% alla domanda “come descriverebbe la sua conoscenza del mercato del wedding?” ha risposto: “Poco approfondita, conosco pochi servizi disponibili e non so quanto costano”, il 31% ritiene di conoscere in modo abbastanza approfondito il settore, è consapevole di quali siano i servizi principali che lo compongono e i loro prezzi indicativi. Il 15% non conosce per nulla il mercato dei matrimoni, mentre il 6% è molto informato, conosce tutti i servizi disponibili e i loro prezzi.



Confronto delle difficoltà riscontrate nei matrimoni avvenuti negli ultimi cinque anni e che si pensa si possano riscontrare nei matrimoni futuri

È stato chiesto a coloro che si sono sposati negli ultimi cinque anni quali sono le maggiori difficoltà che hanno incontrato nel corso del proprio matrimonio e ai consumatori che progettano di sposarsi nei prossimi cinque anni quali sono i problemi che temono di dover affrontare. Attraverso le risposte sono state realizzate due wordcloud che evidenziano chiaramente i punti di vista emersi.

2.8 Considerazioni

Alla luce dei risultati del questionario è possibile stilare alcune considerazioni in merito alla percezione del mercato da parte dei consumatori che si sono sposati negli ultimi cinque anni o che progettano di farlo nei prossimi cinque.

Nel corso del questionario è stato chiesto quanto i consumatori ritengano di conoscere il settore dei matrimoni, in modo da poter contestualizzare meglio l'analisi. Una minor conoscenza del mercato, infatti, implica una maggiore difficoltà a delinearne le caratteristiche, i prezzi e i servizi fondamentali, soprattutto per quanto riguarda coloro che devono ancora celebrare il proprio matrimonio e che quindi non hanno ancora avuto esperienza diretta di questo ambito; questo è dimostrato da alcuni dettagli che saranno approfonditi nel corso di questa analisi, specialmente per quanto riguarda i costi.

I consumatori odierni ritengono di conoscere solo in parte il mercato del matrimonio, i suoi servizi e i relativi costi. Eccetto che non abbiano direttamente a che fare con l'ambito o ne siano particolarmente interessati e che quindi siano portati a informarsi in autonomia sulle circostanze che lo riguardano, in generale è normale che vengano a conoscenza delle sue caratteristiche più specifiche solo nel momento in cui devono personalmente dedicarsi all'organizzazione delle nozze.

Come inizialmente ipotizzato rimane prevalente la celebrazione religiosa delle nozze; tuttavia, si evidenzia una differenza piuttosto rilevante tra coloro che hanno già celebrato il loro matrimonio e coloro che invece progettano di farlo nei prossimi cinque anni: nel primo caso sono solo circa il 20% i consumatori che si sono sposati in forma civile, nel secondo caso la percentuale raddoppia, si prevede quindi che aumenteranno le unioni civili per vedere un calo di quelle religiose. I tempi di organizzazione si attestano sui dodici mesi per entrambe le tipologie di consumatori selezionati, mentre il numero di invitati sembra abbassarsi per i matrimoni futuri. Considerando che i periodi di tempo presi in esame non si discostano molto tra loro e che quindi non si possa parlare di inversioni di marcia abbastanza rilevanti, è possibile individuare due diverse interpretazioni di questa fattispecie. Da una parte è possibile che si stia confermando la tendenza evidenziata dalla Dottoressa Chiara Fraccaro nel corso della sua intervista⁹⁶, che vede matrimoni con ospiti sempre meno numerosi e cerimonie più intime, dall'altra è plausibile che il desiderio di celebrare in forma ristretta la propria unione fatichi poi a realizzarsi nella realtà. Non è possibile in questa sede dire quale sia la prospettiva che si avvicina maggiormente alla verità dei fatti, se non rianalizzando la questione in futuro

⁹⁶ Si veda paragrafo 2.3

per verificare la conferma o meno dell'andamento.

L'esperienza dell'organizzazione delle nozze non è stata particolarmente negativa per i consumatori che hanno già avuto modo di provarla, la metà di essi, infatti, ha vissuto con serenità i preparativi senza riscontrare particolari difficoltà. Al contrario coloro che devono ancora sposarsi credono che l'organizzazione sarà molto impegnativa e stressante. A questo è possibile legare una considerazione in merito alla scelta di affiancarsi o meno a un wedding planner a sostegno. Questa figura è stata scarsamente presa in considerazione da coloro che si sono sposati negli ultimi cinque anni; tuttavia, il 20% di loro (percentuale simile a quella che racchiude i consumatori che hanno avuto maggiori difficoltà durante i preparativi) crede che se si trovasse nella situazione di organizzare nuovamente il proprio matrimonio opterebbe per una figura professionale che li possa aiutare. Per quanto riguarda coloro che invece progettano di sposarsi nei prossimi cinque anni solo il 42% risponde che sicuramente non si servirà di un wedding planner, mentre il restante 68% si divide tra chi di sicuro lo farà e gli indecisi. È chiaro quindi che lo spazio per questa figura professionale si sta allargando e che la percezione della sua importanza è in crescita.

La maggior parte dei consumatori crede che estetica generale, intrattenimento e qualità del cibo siano tutti elementi ugualmente importanti tra loro, l'esperienza delle nozze diventa quindi completa; ciononostante se si chiede ai soggetti quale tra questi elementi sia quello determinante, il settore della ristorazione ha la meglio su tutti gli altri. Anche in questo caso sarebbe interessante aprire l'ambito a nuovi approfondimenti per indagare se l'importanza attribuita al cibo che emerge in tutte le analisi realizzate in questa tesi sia una fattispecie prettamente italiana attribuibile al significato stesso che il cibo e la condivisione di esso hanno nel nostro Paese, o se sia un elemento che ritorna in più culture europee ed extra europee.

Passando al tema della ricerca e selezione dei fornitori, come ipotizzato precedentemente all'analisi, i consumatori non segnalano particolari difficoltà nel ricercare le figure professionali ideali per il proprio matrimonio. I nuovi strumenti digitali disponibili per tale scopo infatti facilitano il lavoro e permettono di investire meno risorse in termini di tempo e di stress. Allo stesso modo la possibilità di verificare il lavoro dei professionisti attraverso i loro social e di avere garanzia di qualità tramite la consultazione delle recensioni, fa sì che nella maggior parte dei casi non si creino particolari disagi nel rapporto tra i fornitori e i clienti e che quindi l'esperienza di acquisto dei servizi si possa definire soddisfacente.

L'ambito nel quale si crea una discrepanza maggiore tra i consumatori che si sono già sposati e che quelli che devono ancora convolare a nozze, si verifica sul tema dei costi. Mentre nel primo caso la maggior parte dei consumatori ha speso dai venti ai trentamila euro, afferma di essere stata nel budget previsto e che il costo totale sia stato adeguato alle aspettative, coloro

che devono ancora celebrare il loro matrimonio progettano di spendere dai dieci ai quindicimila euro nella maggioranza dei casi. Anche in questo caso si aprono interpretazioni diverse difficilmente riscontrabili nell'immediato ma solo attendendo una conferma o una smentita delle ipotesi che si possono delineare attraverso dati empirici. Da un lato è possibile che i matrimoni prendano una piega sempre più economica e che i costi si riducano effettivamente, dall'altro è plausibile che le aspettative siano difficilmente riconducibili alla realtà e che la percezione del costo totale del matrimonio sia lontana da quello a cui effettivamente ammonta.

Infine, nel corso dell'indagine è stato chiesto ai consumatori che si sono sposati negli ultimi cinque anni quali siano state le maggiori difficoltà che hanno incontrato durante l'organizzazione del matrimonio e ai consumatori che progettano di sposarsi nei prossimi cinque anni quali siano i problemi nei quali temono di incorrere. Oltre a coloro che hanno risposto che non hanno incontrato o che non credono di incontrare alcuna difficoltà, emergono parole come "invitati", "covid", "organizzare", "tempi", "ricevimento". La percezione che ne deriva dunque, è quella che vi siano alcuni elementi in particolare che spaventano i soggetti. Il matrimonio è un evento che può rivelarsi particolarmente complesso da gestire, in particolar modo quando gli invitati sono numerosi, le tempistiche della giornata sono fondamentali per far sì che ogni fornitore dia il meglio di sé e la cifra investita è cospicua. È normale, dunque, che i consumatori temano di incorrere in alcuni intoppi che possono ostacolare il normale svolgimento dei festeggiamenti. Il covid-19 rimane un tema sensibile sia per quanto riguarda i matrimoni che si sono già tenuti sia per quelli che devono ancora avvenire. Gli intervistati che si devono ancora sposare temono ancora restrizioni future che rischiano di far annullare l'evento, complicare i preparativi o influenzare la presenza o meno degli ospiti il giorno delle nozze; coloro che invece si sono già sposati lamentano disagi dovuti all'emergenza sanitaria per la gestione dei rinvii e degli invitati. La pandemia rimane quindi un elemento da considerare nell'analisi del mercato.

CAPITOLO 3

CONCLUSIONI

In questa tesi è stato approfondito il settore dei matrimoni e la sua evoluzione degli ultimi vent'anni attraverso due fasi: una prima fase di analisi teorica che presenta il contesto italiano odierno per ciò che riguarda le unioni civili e religiose, le dinamiche del mercato e l'emergere di nuove figure professionali, e una seconda parte di ricerca empirica, che ha lo scopo di indagare l'opinione dei consumatori in merito al cambiamento del settore avvenuto a partire dagli anni 2000. Il procedimento utilizzato per condurre questa analisi ha avuto lo scopo di rispondere alle domande all'origine di questa ricerca e che saranno ora riviste alla luce dei risultati ottenuti.

Attraverso un'indagine trasversale e considerando diverse fonti, è stato delineato il panorama odierno per ciò che riguarda i matrimoni in Italia ad oggi. Ciò che ne è emerso è che la tendenza evidenzia un costante calo delle nozze sia religiose che civili. L'analisi si è poi spostata sull'approfondimento del mercato del wedding in Italia prima e dopo l'emergenza sanitaria. In particolare, sono stati presi in considerazione i quattro settori più significativi per quanto riguarda l'ambito dei matrimoni: quello degli abiti da sposa, il mercato florovivaistico, la ristorazione e il comparto della gioielleria. In generale, in periodo pre-pandemico, tutti questi settori presentavano una crescita significativa, ognuno con le sue peculiarità. Ciò che è evidente per tutti è che il mercato tende verso un'idea di personalizzazione dell'esperienza sotto tutti i punti di vista.

La crisi sanitaria del 2020 si è abbattuta sul settore colpendolo più di ogni altro. Per più di un anno il comparto ha dovuto affrontare una situazione senza precedenti che ha messo a dura prova coloro che ne facevano parte. Il calo del fatturato si stima sia stato tra l'ottanta e il novanta per cento e la ripresa è stata particolarmente arrancante; mentre le previsioni potevano far pensare a un aumento vertiginoso degli andamenti delle aziende del wedding, il recupero è stato invece lento e articolato.

Nel panorama odierno, in virtù dei cambiamenti degli stili di vita e di altre fattispecie, è emersa la professione del/la wedding planner, una figura che ad oggi vede crescere la sua importanza e considerazione.

Per rispondere alla domanda che chiede come sia mutato il mercato del wedding negli

ultimi vent'anni sono state portate a termine due indagini, una qualitativa e una quantitativa.

La prima si è articolata in una serie di interviste non strutturate costruite sulla base delle considerazioni emerse durante il colloquio con la Dottoressa Chiara Fraccaro, sottoposte a venti consumatori del settore dei matrimoni, dieci dei quali hanno celebrato il loro matrimonio almeno vent'anni fa, i restanti dieci invece si sono sposati da meno di dieci anni. Lo scopo di tale campionamento è stato quello di raccogliere del materiale che potesse essere messo a confronto per individuarne differenze e analogie nel contenuto. Attraverso un sistema di codici il corpus delle interviste è stato analizzato ricavandone le seguenti considerazioni: oltre a fatti di carattere generale come quantità di invitati coinvolti, budget considerevolmente più consistente rispetto al passato e modalità di organizzazione e celebrazione più articolati, è utile sottolineare la crescita del numero professionisti che entrano a far parte del settore del wedding; oltre a figure nuove come wedding planner, anche operatori che un tempo erano estranei a questo ambito oggi ne vengono investiti rivisitando in chiave diversa il proprio lavoro. Non solo, ad essere particolarmente importanti ai giorni nostri per un professionista del settore dei matrimoni non sono solo le competenze, ma sono soprattutto la capacità di reinventarsi, aggiornarsi e riformarsi a seconda delle mutevoli esigenze della clientela, che sempre di più chiede un servizio personalizzato e costruito su misura per i propri gusti e inclinazioni. È possibile dunque affermare che il mercato sia mutato in ragione di alcune motivazioni che trovano fondamento nell'aumentare e nel differenziarsi delle esigenze dei soggetti, nel cambiamento degli stili di vita dei consumatori e nell'influenza di culture estere. È in questo modo che il mercato si è adeguato alle nuove circostanze, fornendo una gamma di servizi più ampia e variegata possibile. In questo contesto non si può prescindere dall'evidenziare l'importanza degli strumenti dati dal web che diventano importanti per la ricerca e selezione degli operatori, ma anche per i fornitori in termini di visibilità e pubblicità per il proprio lavoro.

La leva che sembra spingere il cambiamento del mercato sembra essere proprio quella della personalizzazione dell'esperienza, non solo dei festeggiamenti in sé, ma anche del percorso di acquisto dei servizi e dei prodotti per il matrimonio. A criteri

tradizionali di scelta dei professionisti del wedding, come competenza e professionalità, si aggiungono la valutazione delle doti relazionali nel rapporto cliente-fornitore, ma anche fornitore-ospiti. È dunque importante che gli operatori del settore sappiano trasmettere anche i loro valori, caratteri, interessi e ambizioni, oltre che alle abilità nel loro lavoro.

La percezione che i consumatori hanno del cambiamento del mercato è nella maggioranza dei casi positiva, viene apprezzata particolarmente la possibilità di poter costruire l'evento su misura rispetto ai gusti e le caratteristiche della clientela e personalizzarlo sulla base di budget ed esigenze. L'aumento delle figure professionali, della qualità dei servizi e delle competenze fa sì che la percezione dei consumatori descriva un mercato migliore rispetto al passato. Le opinioni che invece ne evidenziano i lati negativi fanno riferimento al prevaricare dell'apparenza rispetto al senso stesso del matrimonio.

L'analisi quantitativa prende le mosse dal contenuto delle risposte alle interviste svolte precedentemente e ne approfondisce alcuni aspetti.

L'analisi dei risultati ottenuti tramite il questionario che è stato compilato da consumatori che si sono sposati negli ultimi cinque anni o che progettano di farlo nei prossimi cinque, ha condotto ad alcune considerazioni. Interpretando i dati è possibile presumere che sia in crescita il numero di matrimoni che si terranno in forma civile e che il numero di invitati stia progressivamente andando a diminuire.

L'esperienza di organizzazione delle nozze non si definisce come particolarmente difficoltosa per la maggior parte dei consumatori che si sono sposati negli ultimi cinque anni, ma spaventa coloro che devono ancora farlo. In questo senso la figura del/la wedding planner sembra guadagnare importanza.

Estetica generale, intrattenimento e ristorazione sono tutte elementi ritenuti ugualmente importanti dai consumatori, ma se si mettono nelle condizioni di scegliere quale sia il servizio a cui dedicherebbero un budget maggiore, ad avere la meglio è il cibo.

La scelta dei fornitori avviene senza particolari difficoltà, inoltre gli strumenti digitali che mettono a disposizione recensioni, testimonianze e fotografie del lavoro dei professionisti fa sì che non si creino particolari disagi nel rapporto tra operatori e

clientela.

È interessante notare come vi sia una forte discrepanza tra il costo del matrimonio dichiarato dai consumatori che hanno già celebrato le nozze e il budget che i consumatori che progettano di farlo nei prossimi cinque anni sono disposti a mettere a disposizione. Quest'ultimo, infatti, è considerevolmente più contenuto rispetto alla cifra spesa da coloro che si sono sposati negli ultimi cinque anni. È un tema che rimane aperto a indagini future che potranno determinare se il costo dei matrimoni sia effettivamente in via di diminuzione, o se le aspettative dei consumatori siano solamente lontane dalla realtà. Il Covid-19 rimane un tema sensibile anche per coloro che progettano un matrimonio futuro.

Questa ricerca ha fatto sì che emergano alcuni elementi che possono risultare interessanti per approfondimenti futuri, ossia:

- Il tema della convivenza prematrimoniale; nel corso dell'analisi emerge come per i consumatori che hanno celebrato il loro matrimonio più di vent'anni fa la costruzione della propria abitazione fosse parte integrante dell'organizzazione delle nozze, ad oggi invece questo elemento sparisce quasi completamente. Una ricerca futura potrebbe indagare le motivazioni del cambiamento del concetto di convivenza pre e post-matrimoniale.
- Lo strumento della recensione online; ad oggi considerata un'arma a doppio taglio per i professionisti che la vedono come una forma di advertising gratuito ed efficace ma che al contempo lamentano di essere in balia degli umori dei consumatori che hanno il potere di ledere all'immagine del brand. L'utilizzo, i vantaggi e gli svantaggi di questo strumento e l'opinione di consumatori e professionisti in merito potrebbero essere oggetto di studi avvenire.
- L'importanza attribuita al cibo nel contesto dei festeggiamenti del matrimonio; nel corso di tutta l'analisi qui descritta emerge l'importanza che si attribuisce alla ristorazione per quanto riguarda il ricevimento di nozze. Potrebbe risultare utile approfondire se questo sia un tema prettamente italiano legato all'importanza della cultura culinaria e della condivisione del cibo che caratterizza l'Italia o se costituisca un elemento che ritorna anche in altri Paesi europei ed extraeuropei.

In generale i temi dell'evoluzione del mercato del wedding e della percezione del consumatore odierno rimangono aperti per la possibilità di sviluppi futuri per ulteriori ricerche. Potrebbe infatti essere utile approfondire l'analisi attraverso l'utilizzo di altri strumenti che la ricerca sociale mette a disposizione, come ad esempio il focus group. Questa ricerca, pur essendo svolta secondo criteri scientifici, presenta limiti dimensionali che potrebbero essere superati attraverso un'analisi più ampia. Il campione considerato comprende un numero contenuto di unità per via dei limiti fisici che non è possibile aggirare o risolvere in questa sede. Si mantiene quindi aperto il tema a nuove indagini che possano restituire una panoramica generale più articolata e completa.

Appendice metodologica, parte prima: gli strumenti

Traccia di intervista discorsiva costruita precedentemente al pre-test:

1. Da quanto tempo è sposato?

- a. La cerimonia è stata civile o religiosa?
- b. Quanto tempo prima della data del suo matrimonio ha deciso di sposarsi?
- c. Quanto tempo ha impiegato ad organizzare il suo matrimonio?
- d. L'organizzazione è avvenuta in autonomia?
- e. Se è stato aiutato da qualcuno, chi?

2. Da quali elementi si componeva il suo matrimonio?

- a. Quanti invitati contava il suo matrimonio?
- b. In quale momento della giornata si è tenuto il suo matrimonio?
- c. Quali sono stati i momenti principali che si sono susseguiti durante la giornata?

3. Qual era il luogo che ospitava il ricevimento?

- a. Si è servito di un catering esterno?
- b. Se sì, per quale motivo?
- c. Se no, per quale motivo?

4. Quali sono state le qualità principali che hanno caratterizzato il suo matrimonio?

- a. Ha scelto uno stile in particolare per il suo matrimonio?
- b. Gli allestimenti seguivano un tema preciso?
- c. I colori sono stati scelti e abbinati secondo un'idea di estetica particolare?
- d. Si è affidato a una figura professionale che aveva il compito di curare i dettagli estetici del suo matrimonio?

5. Ricorda indicativamente quanti fornitori ha scelto per il suo matrimonio?

- a. Se sì, riesce ad elencarli?
- b. Se no, indichi quali sono secondo lei tutti i fornitori che avrebbero potuto essere presenti⁹⁷.

⁹⁷ Il quesito è stato così costruito per dare conto dell'opinione dell'intervistato in merito al numero e

- 6. Come è venuto a conoscenza dei fornitori da lei scelti?**
 - a. Quali strumenti ha usato per la ricerca dei fornitori?
- 7. Quali sono stati i motivi che l'hanno spinto a scegliere un fornitore piuttosto che un altro?**
- 8. Qual è stato il costo indicativo del suo matrimonio?**
 - a. Qual era il budget che aveva messo a disposizione?
 - b. Il costo del matrimonio è stato in linea con le sue aspettative?
- 9. A quale servizio ha dedicato un budget maggiore, in relazione al suo costo?**
 - a. Qual è stato il servizio più costoso?
 - b. Il costo del matrimonio è stato coperto interamente da lei?⁹⁸
 - c. Se no, chi ha provveduto?
- 10. Avrebbe potuto dire di conoscere il mercato dei matrimoni prima dell'organizzazione del suo matrimonio?**
 - a. Sapeva di quali servizi era composto?
 - b. Sapeva qual era il costo dei servizi?
- 11. Ritiene che il mercato dei matrimoni sia cambiato negli ultimi vent'anni?**
 - a. Se sì, quali sono i maggiori cambiamenti che evidenzierebbe?
- 12. Se sì, come giudica il cambiamento che è avvenuto?**
 - a. Potrebbe dire se sia migliore o peggiore il mercato odierno rispetto a quello passato?
- 13. Vorrebbe aggiungere qualcosa?**

Considerazioni emerse in fase di pre-test:

- la domanda numero 1 chiede all'intervistato di dire da quanto tempo è sposato, non tiene conto però che i soggetti selezionati devono aver celebrato il loro matrimonio da almeno vent'anni o da non più di dieci. La domanda così posta potrebbe creare disagio nel rispondere a coloro che sono

alla tipologia di fornitori che avrebbero potuto essere presenti al tempo del suo matrimonio e poterlo confrontare con i parametri forniti in relazione a matrimoni più o meno recenti.

⁹⁸ Lo scopo di questa domanda, particolarmente personale, è quello di indagare i possibili interventi economici dei genitori o di altri componenti vicini al soggetto rispetto all'organizzazione del matrimonio.

attualmente separati, divorziati o che, per qualsiasi motivo, ad oggi non sono più sposati. È stato quindi necessario modificare la domanda in questo modo: *“quanto tempo fa è avvenuto il suo matrimonio?”*, nel caso in cui l’intervistato si sia sposato più volte, si stabilisce che il matrimonio da considerare è il primo che ha celebrato.

- Il quesito numero 2 chiede di delineare di quali elementi si componeva il matrimonio; tuttavia, il soggetto non comprende e chiede di chiarire meglio; per questo motivo la domanda sarà sostituita dal rilancio *“quanti invitati contava il suo matrimonio?”* che meglio specifica quali informazioni si vogliono raccogliere attraverso il quesito.

- la domanda numero 7 chiede di spiegare come il consumatore è venuto a conoscenza dei fornitori da lui scelti per il suo matrimonio, il rilancio chiede quali siano stati gli strumenti che ha utilizzato. Tuttavia, la domanda e il relativo rilancio comportano una ripetizione della risposta. Saranno dunque così riformulati: *“come è venuto a conoscenza dei fornitori da lei scelti per il suo matrimonio?”* e *“Oltre alle fonti di cui ha parlato, ha utilizzato altri strumenti per ricercare i fornitori?”*

- la domanda numero 10 ha lo scopo di restituire l’opinione del consumatore in merito a quale sia il servizio per cui è disposto a dedicare un budget maggiore rispetto alla media dei prezzi sul mercato in relazione all’importanza che gli attribuisce; tuttavia, la domanda, così costruita non risulta chiara al soggetto intervistato, sarà dunque così riformulata: *“c’è un servizio a cui ha preferito dedicare un budget più consistente rispetto alla media dei prezzi del mercato in relazione all’importanza che gli attribuisce?”*. A questa domanda seguiranno dunque i rilanci: *“se sì, quale?”* e *“Per quale motivo ritiene che questo servizio sia così importante?”*.

- in relazione alle modifiche fatte al quesito numero 10, per creare maggiore chiarezza e una divisione tematica più precisa, si preferisce dedicare maggiore spazio ai rilanci *“qual è stato il servizio più costoso?”* e *“il costo del*

matrimonio è stato coperto interamente da lei? ”, che saranno formulati come domande autonome.

Traccia di intervista riformulata in seguito al pre-test:

- 1. Quanto tempo fa è avvenuto il suo matrimonio?**
 - a. La cerimonia è stata civile o religiosa?
 - b. Quanto tempo prima della data del suo matrimonio ha deciso di sposarsi?
 - c. Quanto tempo ha impiegato ad organizzare il suo matrimonio?
 - d. L'organizzazione è avvenuta in autonomia?
 - e. Se è stato aiutato da qualcuno, chi?
- 2. Quanti invitati contava il suo matrimonio?**
 - a. In quale momento della giornata si è tenuto il suo matrimonio?
 - b. Quali sono stati i momenti principali che si sono susseguiti durante la giornata?
- 3. Qual era il luogo che ospitava il ricevimento?**
 - a. Si è servito di un catering esterno?
 - b. Se sì, per quale motivo?
 - c. Se no, per quale motivo?
- 4. Quali sono state le qualità principali che hanno caratterizzato il suo matrimonio?**
 - a. Ha scelto uno stile in particolare per il suo matrimonio?
 - b. Gli allestimenti seguivano un tema preciso?
 - c. I colori sono stati scelti e abbinati secondo un'idea di estetica particolare?
 - d. Si è affidato a una figura professionale che aveva il compito di curare i dettagli estetici del suo matrimonio?
- 5. Ricorda indicativamente quanti fornitori ha scelto per il suo matrimonio?**
 - a. Se sì, riesce ad elencarli?
 - b. Se no, indichi quali sono secondo lei tutti i fornitori che avrebbero potuto essere presenti.

- 6. Come è venuto a conoscenza dei fornitori da lei scelti per il suo matrimonio?**
 - a. Oltre alle fonti di cui ha parlato, ha utilizzato altri strumenti per ricercare i fornitori?
 - b. Se sì, quali?
- 7. Quali sono stati i motivi che l'hanno spinto a scegliere un fornitore piuttosto che un altro?**
- 8. Qual è stato il costo indicativo del suo matrimonio?**
 - a. Qual era il budget che aveva messo a disposizione?
 - b. Il costo del matrimonio è stato in linea con le sue aspettative?
- 9. C'è un servizio a cui ha preferito dedicare un budget più consistente rispetto alla media dei prezzi del mercato in relazione all'importanza che gli attribuisce?**
 - a. Se sì, quale?
 - b. Per quale motivo ritiene che questo servizio sia così importante?
- 10. Qual è stato il servizio più costoso?**
- 11. Il costo del matrimonio è stato coperto interamente da lei?**
 - a. Se no, chi ha provveduto?
- 12. Avrebbe potuto dire di conoscere il mercato dei matrimoni prima dell'organizzazione del suo matrimonio?**
 - a. Sapeva di quali servizi era composto?
 - b. Sapeva qual era il costo dei servizi?
- 13. Ritiene che il mercato dei matrimoni sia cambiato negli ultimi vent'anni?**
 - a. Se sì, quali sono i maggiori cambiamenti che evidenzierebbe?
- 14. Se sì, come giudica il cambiamento che è avvenuto?**
 - a. Potrebbe dire se sia migliore o peggiore il mercato odierno rispetto a quello passato?
- 15. Vorrebbe aggiungere qualcosa?**

Traccia di questionario quantitativo:

Titolo del questionario: la percezione del mercato del wedding.

Descrizione: Con questo questionario si intende indagare la percezione dei consumatori in merito al mercato del wedding in Italia oggi. Sarà dunque composto da domande chiuse a cui l'intervistato/a potrà rispondere tenendo conto della sua esperienza. I dati ottenuti con questo questionario saranno utilizzati per la stesura della tesi di laurea intitolata "Il mercato del wedding: l'evoluzione degli ultimi vent'anni e la percezione del consumatore odierno" e saranno riportati in forma anonima.

Tempo di compilazione: cinque minuti.

Quesiti:

1. In quale fascia d'età si colloca?

- a. Da 20 a 30
- b. Da 30 a 40
- c. Da 40 a 50
- d. Da 50 a 60
- e. Più di 60 (nel caso in cui venisse selezionata questa opzione il soggetto veniva rimandato a una pagina con la dicitura "non rientra tra il collettivo che si intende prendere in analisi")

2. Sesso:

- a. Maschio
- b. Femmina
- c. Altro

3. Scelga la risposta che più la rispecchia:

- a. Mi sono sposata/o negli ultimi 5 anni
- b. Progetto di sposarmi nei prossimi 5 anni
- c. Nessuna delle due opzioni (nel caso in cui venisse selezionata questa opzione il soggetto veniva rimandato a una pagina con la dicitura "non rientra tra il collettivo che si intende prendere in analisi")

Quesiti per i consumatori il cui matrimonio si è tenuto negli ultimi cinque anni

4. **Quando si è tenuto il suo matrimonio?** (questa domanda ha lo scopo di verificare che effettivamente il matrimonio si sia svolto nel periodo di tempo richiesto, le risposte che dichiarano una data precedente saranno scartate in fase di analisi in quanto sfalserebbero la ricerca)
5. **Il suo matrimonio è stato celebrato in forma civile o religiosa?**
 - a. Civile
 - b. Religiosa
6. **Quanto tempo prima della data del suo matrimonio ha iniziato i preparativi?**
 - a. Più di un anno prima
 - b. Un anno prima
 - c. Dagli 8 ai 6 mesi prima
 - d. Dai 4 ai 2 mesi prima
7. **Quanti invitati erano presenti al suo matrimonio?**
 - a. Più di 150
 - b. Da 100 a 150
 - c. Da 50 a 100
 - d. Meno di 50
8. **Si è affidata/o all'aiuto di una wedding planner per l'organizzazione?**
 - a. Sì
 - b. No
9. **Come descriverebbe i preparativi per il suo matrimonio?**
 - a. Molto impegnativi e stressanti
 - b. Abbastanza impegnativi, sono state molte difficoltà
 - c. Poco impegnativi, l'ho vissuta con serenità e ho riscontrato poche difficoltà
 - d. Per nulla impegnativi
10. **Se potesse scegliere di tornare indietro, si farebbe aiutare da un/a wedding planner?**
 - a. Sì
 - b. No
11. **Come giudica l'esperienza vissuta il giorno del suo matrimonio?**

- a. Ottimale, rifarei le stesse scelte
- b. Buona ma farei scelte diverse per ciò che riguarda i fornitori
- c. Buona ma farei scelte diverse per ciò che riguarda il numero di invitati
- d. Poco soddisfacente, ci sono stati grossi problemi
- e. Per nulla soddisfacente

In questo caso è stata data la possibilità di selezionare più campi

12. Quali sono state le maggiori difficoltà che ha incontrato durante l'organizzazione del suo matrimonio? Se non ci sono state si invita a specificarlo. (Domanda a risposta aperta)

13. Quali sono stati gli imprevisti maggiori riscontrati durante il giorno del suo matrimonio? Se non ci sono stati si invita a specificarlo. (Domanda a risposta aperta)

14. Quale di questi elementi ritiene essere fondamentale per il giorno delle nozze?

- a. L'estetica generale
- b. La qualità del cibo
- c. La qualità dell'intrattenimento
- d. Tutti questi elementi

15. Quale tra questi elementi si è rivelato effettivamente determinante per la buona riuscita delle nozze?

- a. L'estetica generale
- b. La qualità del cibo
- c. La qualità dell'intrattenimento
- d. Tutti questi elementi

16. In una scala da 1 a 5 come giudica l'esperienza di ricerca dei fornitori?

- a. 1 = molto difficile
- b. 5 = molto facile

17. In una scala da 1 a 5, come giudica la sua esperienza in merito al rapporto con i fornitori? Si intende l'esperienza generale di acquisto dei vari servizi utili al giorno delle nozze, quali ad esempio location, catering o ristorazione, fotografia e videomaking, wedding planning etc.

- a. 1 = per nulla soddisfacente
- b. 5 = molto soddisfacente

18. Qual è il budget che aveva prefissato per il suo matrimonio?

- a. Da 5000 al 10 000
- b. Da 10 000 a 15 000
- c. Da 15 000 a 20 000
- d. Da 20 000 a 30 000
- e. Oltre i 30 000

19. Il suo budget è stato rispettato?

- a. Sì
- b. No

20. Qual è stata la cifra effettiva per il suo matrimonio?

- a. Da 5000 al 10 000
- b. Da 10 000 a 15 000
- c. Da 15 000 a 20 000
- d. Da 20 000 a 30 000
- e. Oltre i 30 000

21. Come descriverebbe il costo totale del suo matrimonio?

- a. Al di sotto delle mie aspettative
- b. Adeguato alle mie aspettative
- c. Al di sopra delle mie aspettative

22. Secondo lei, quali tra questi servizi meritano un'attenzione maggiore nel complesso?

- a. Catering e ristorazione
- b. Foto e video
- c. Intrattenimento
- d. Location
- e. Allestimento ed estetica

In questo caso è stata data la possibilità di selezionare più campi

23. In relazione al costo di ciascun servizio, a quale ha preferito dedicare un budget maggiore? Con questa domanda si intende indagare quale sia il

servizio per cui il consumatore è disposto a spendere di più in relazione all'importanza che gli attribuisce.

- a. Catering e ristorazione
- b. Foto e video
- c. Intrattenimento
- d. Location
- e. Allestimento ed estetica

24. Come descriverebbe la sua conoscenza del mercato del wedding prima dell'organizzazione del suo matrimonio?

- a. Molto approfondita, conoscevo tutti i servizi e i relativi costi
- b. Abbastanza approfondita, conoscevo i servizi principali e sapevo indicativamente quanto costano
- c. Poco approfondita, conoscevo pochi servizi disponibili e non sapevo quanto costano
- d. Per nulla approfondita, non conoscevo i servizi disponibili

Quesiti per i consumatori il cui matrimonio si terrà nei prossimi cinque anni

- 1. Quando si terrà il suo matrimonio?** Se non l'ha ancora stabilito, inserisca una data presunta.
- 2. In quale forma si celebrare il suo matrimonio?**
 - a. Civile
 - b. Religiosa
- 3. Secondo lei, di quanto tempo necessita un matrimonio per essere organizzato**
 - a. Più di un anno
 - b. Un anno
 - c. Dai 6 agli 8 mesi
 - d. Dai 2 ai 4 mesi
- 4. Quanti invitati saranno presenti indicativamente al suo matrimonio?**
 - a. Più di 150
 - b. Da 100 a 150
 - c. Da 50 a 100
 - d. Meno di 50

- e. Non lo so
- 5. Si affiderà all'aiuto di un/a wedding planner per l'organizzazione del suo matrimonio?**
- a. Sì
 - b. No
 - c. Ancora non lo so
- 6. Come si aspetta che saranno i preparativi del matrimonio?**
- a. Molto impegnativi e stressanti
 - b. Abbastanza impegnativi, faticherò a gestire le difficoltà
 - c. Poco impegnativi, credo che li vivrò con serenità e avrò poche difficoltà
 - d. Per nulla impegnativi, non avrò difficoltà
 - e. Non lo so
- 7. Quale crede che sarà la difficoltà maggiore che potrà incontrare? Se crede che non ci saranno, si prega di specificarlo. (domanda aperta)**
- 8. Quale di questi elementi ritiene essere fondamentale per un matrimonio?**
- a. La qualità del cibo
 - b. La qualità dell'intrattenimento
 - c. L'estetica generale
 - d. Tutti questi elementi
- 9. Come descriverebbe la sua conoscenza del mercato del wedding?**
- a. Molto approfondita, conosco tutti i servizi e i relativi costi
 - b. Abbastanza approfondita, conosco i servizi principali e so indicativamente quanto costano
 - c. Poco approfondita, conosco pochi servizi disponibili e non so quanto costano
 - d. Per nulla approfondita, non conosco i servizi disponibili
- 10. Quale ritiene essere il budget adeguato da dedicare all'organizzazione delle nozze?**
- a. Da 5000 al 10 000
 - b. Da 10 000 a 15 000
 - c. Da 15 000 a 20 000
 - d. Da 20 000 a 30 000

- e. Oltre i 30 000
- f. Non lo so

11. Quale sarà il budget effettivo che dedicherà all'organizzazione del matrimonio?

- a. Da 5000 al 10 000
- b. Da 10 000 a 15 000
- c. Da 15 000 a 20 000
- d. Da 20 000 a 30 000
- e. Oltre i 30 000
- f. Non lo so

12. A quale servizio dedicherà una maggiore attenzione?

- a. Catering e ristorazione
- b. Foto e video
- c. Intrattenimento
- d. Location
- e. Allestimento ed estetica
- f. Non lo so

13. In relazione al costo di ciascun servizio, a quale preferirebbe dedicare un budget maggiore? Con questa domanda si intende indagare quale sia il servizio per cui il consumatore è disposto a spendere di più in relazione all'importanza che gli attribuisce.

- a. Catering e ristorazione
- b. Foto e video
- c. Intrattenimento
- d. Location
- e. Allestimento ed estetica
- f. Non lo so

Si ringrazia per la disponibilità a rispondere.

Appendice metodologica, parte seconda: trascrizione delle interviste

Intervista n°1

1. Quanto tempo fa è avvenuto il suo matrimonio?

È avvenuto il 22 aprile 1995, quindi 27 anni fa. Un sacco di tempo (ride).

a. La cerimonia è stata civile o religiosa?

Religiosa, sia io che le nostre famiglie crediamo tanto, quindi è stata una scelta ovvia.

b. Quanto tempo prima della data del suo matrimonio ha deciso di sposarsi?

Mio marito mi ha fatto la proposta solo cinque mesi prima, pochissimo tempo.

c. Quanto tempo ha impiegato ad organizzare il suo matrimonio?

Per forza di cose cinque mesi, erano anche troppo pochi, ho dovuto correre.

d. L'organizzazione è avvenuta in autonomia?

Si sì, tutto in autonomia tranne per qualcosina, ma nulla di che.

e. Se è stato aiutato da qualcuno, chi?

Mia mamma ovviamente è stata presente e mi ha aiutata a scegliere l'abito e a distribuire qualche invito, ma come dicevo per la maggior parte delle cose mi sono arrangiata.

2. Quanti invitati contava il suo matrimonio?

(si sofferma e ci pensa) circa 90 persone.

a. In quale momento della giornata si è tenuto il suo matrimonio?

La mattina, una volta era praticamente scontato.

b. Quali sono stati i momenti principali che si sono susseguiti durante la giornata?

Beh, la mattina presto sono arrivati i miei invitati a casa per un rinfresco, poi ci siamo diretti verso la chiesa alle undici, dopo la cerimonia abbiamo fatto qualche foto in un parco vicino alla chiesa e poi pranzo lungo fino a sera. All'epoca si usava stare seduti ore a tavola.

3. Qual era il luogo che ospitava il ricevimento?

Era un ristorante

a. Quindi non si è servita di un catering esterno?

No no, ci piaceva tanto come si mangiava lì, oltre al fatto che dovevamo risparmiare parecchio, il ristorante costava meno.

4. Quali sono state le qualità principali che hanno caratterizzato il suo matrimonio?

Credo e spero il divertimento e la buona cucina.

a. Ha scelto uno stile in particolare per il suo matrimonio?

No, non c'era uno stile preciso, l'unica cosa a cui ho fatto attenzione è che non fosse un matrimonio troppo impostato, volevo che gli invitati si divertissero senza sentirsi a disagio.

b. Gli allestimenti seguivano un tema preciso?

No no, nessun tema.

c. I colori sono stati scelti e abbinati secondo un'idea di estetica particolare?

Non ci avevo pensato, ma la fiorista mi ha detto che per la chiesa in cui mi sono sposata nessuno aveva mai scelto il giallo, quindi l'ho usato io. Se ci penso adesso non mi piace per niente, ma alla fine abbiamo avuto le calle gialle e qualche margherita (ride).

d. Si è affidato a una figura professionale che aveva il compito di curare i dettagli estetici del suo matrimonio?

No, al massimo la fiorista che ha fatto la chiesa, ma nient'altro.

5. Ricorda indicativamente quanti fornitori ha scelto per il suo matrimonio?

Tre o quattro credo.

a. Se sì, riesce ad elencarli?

Vabbè gli abiti, i fiori, il fotografo, il ristorante e (ci pensa)... ah si abbiamo voluto il dj per la festa finale.

6. Come è venuto a conoscenza dei fornitori da lei scelti per il suo matrimonio?

Tramite il passa parola, al ristorante c'ero già stata a un altro matrimonio, la fiorista era quella da cui mi servivo di solito e gli altri mi sono stati consigliati da amici e conoscenti.

a. Oltre alle fonti di cui ha parlato, ha utilizzato altri strumenti per ricercare i fornitori?

No no, direi nient'altro.

7. Quali sono stati i motivi che l'hanno spinta a scegliere un fornitore piuttosto che un altro?

Beh sicuramente la qualità che mi offrivano, poi appunto mi erano stati consigliati

quindi mi fidavo dell'opinione degli altri e in effetti è andato tutto bene.

8. Qual è stato il costo indicativo del suo matrimonio?

(ci pensa e sospira) mamma mia non ricordo proprio, forse dieci milioni di lire circa.

a. Qual era il budget che aveva messo a disposizione?

Eh non c'era budget, dovevamo arrangiarci con quello che c'era, non abbiamo previsto una cifra in cui stare, organizzavamo cercando di valutare il rapporto qualità-prezzo.

b. Il costo del matrimonio è stato in linea con le sue aspettative?

Sì sì, direi di sì.

9. C'è un servizio a cui ha preferito dedicare un budget più consistente rispetto alla media dei prezzi del mercato in relazione all'importanza che gli attribuisce?

Il cibo, non dico che non ho badato a spese assolutamente, ma ho scelto di puntare su quello.

a. Per quale motivo ritiene che questo servizio sia così importante?

Il pranzo è la parte più lunga e consistente della giornata, volevo che gli ospiti stessero bene e mangiassero bene.

10. Qual è stato il servizio più costoso?

Il pranzo appunto.

11. Il costo del matrimonio è stato coperto interamente da lei?

No no, non tutto.

a. Se no, chi ha provveduto?

Ovviamente abbiamo diviso a metà io e mio marito, ma anche i nostri genitori ci hanno dato una grossa mano.

12. Avrebbe potuto dire di conoscere il mercato dei matrimoni prima dell'organizzazione del suo matrimonio?

No, il mio era il primo della compagnia di amici, quindi non ne sapevo niente.

a. Sapeva di quali servizi era composto?

Ne avevo un'idea, sapevo più o meno chi avrei dovuto contattare, ma erano davvero pochi fornitori quindi non era complesso.

b. Sapeva qual era il costo dei servizi?

A grandi linee sì.

13. Ritieni che il mercato dei matrimoni sia cambiato negli ultimi vent'anni?

Si assolutamente, i matrimoni di oggi sono completamente diversi da quelli che facevamo noi.

a. Se sì, quali sono i maggiori cambiamenti che evidenzierebbe?

Non so nemmeno se riuscirei a organizzarlo da sola oggi, ci sono mille cose in più a cui pensare, ci vuole tanto più tempo, non saprei neanche quali fornitori dovrei chiamare. Ci sono tanti dettagli in più.

14. Se sì, come giudica il cambiamento che è avvenuto?

Mah direi positivamente, mi piacciono molto di più i matrimoni di oggi.

a. Potrebbe dire se sia migliore o peggiore il mercato odierno rispetto a quello passato?

Migliore assolutamente, ci sono tante cose da fare ma puoi personalizzare tutto... bello bello mi piace molto.

15. Vorrebbe aggiungere qualcosa?

No no.

Intervista n°2:

1. Quanto tempo fa è avvenuto il suo matrimonio?

23 anni fa.

a. La cerimonia è stata civile o religiosa?

Religiosa

b. Quanto tempo prima della data del suo matrimonio ha deciso di sposarsi?

Circa un anno.

c. Quanto tempo ha impiegato ad organizzare il suo matrimonio?

(ci pensa) sette/otto mesi.

d. L'organizzazione è avvenuta in autonomia?

Ha fatto tutto mia moglie si si.

e. Quindi non è stato aiutato da qualcuno?

Un amico ci ha prestato l'auto, per il resto no.

2. Quanti invitati contava il suo matrimonio?

Circa settanta/ottanta.

a. In quale momento della giornata si è tenuto il suo matrimonio?

La mattina alle 10:30.

b. *Quali sono stati i momenti principali che si sono susseguiti durante la giornata?*

Ah, cerimonia, foto, pranzo e festa finale. Poi gli amici ci hanno accompagnato a casa per gli scherzi.

3. Qual era il luogo che ospitava il ricevimento?

Non era proprio una villa, era una cantina più rustica.

a. *Si è servito di un catering esterno?*

Sì, sia per il rinfresco che abbiamo fatto a casa prima della cerimonia sia per il matrimonio in cantina.

b. *Se sì, per quale motivo?*

Beh perché la cantina ci metteva a disposizione il posto ma non aveva un ristorante suo e poi volevamo scegliere noi chi avrebbe fatto da mangiare.

4. Quali sono state le qualità principali che hanno caratterizzato il suo matrimonio?

Tutti hanno mangiato bene, eravamo vicino a casa quindi la comodità e il divertimento.

a. *Ha scelto uno stile in particolare per il suo matrimonio?*

No, non si usava, lo facevano raramente.

b. *Gli allestimenti seguivano un tema preciso?*

No.

c. *I colori sono stati scelti e abbinati secondo un'idea di estetica particolare?*

No no, l'unico colore scelto è stato quello dei fiori, erano bianchi.

d. *Si è affidato a una figura professionale che aveva il compito di curare i dettagli estetici del suo matrimonio?*

No, il catering ha sistemato i tavoli e basta.

5. Ricorda indicativamente quanti fornitori ha scelto per il suo matrimonio?

Quattro o cinque? Forse sì

a. *Se sì, riesce ad elencarli?*

Gli abiti li ha fatto una zia di mia moglie che era sarta, quindi forse non conta. Poi la cantina, il catering e i fiori. Ah no anche il fotografo ovviamente.

6. Come è venuto a conoscenza dei fornitori da lei scelti per il suo matrimonio?

Erano praticamente tutti dei dintorni, quindi li conoscevo per questo.

a. *Oltre alle fonti di cui ha parlato, ha utilizzato altri strumenti per ricercare i fornitori?*

No, non c'era internet una volta (ride)

7. Quali sono stati i motivi che l'hanno spinto a scegliere un fornitore piuttosto che un altro?

Come dicevo erano dei dintorni, quindi sapevo come lavoravano e se erano onesti in termini di prezzo. Quindi i criteri sono stati principalmente la qualità e il costo.

8. Qual è stato il costo indicativo del suo matrimonio?

Oddio si parla di lire, se dovessi fare un paragone in euro direi 11 o 12 mila euro.

a. *Qual era il budget che aveva messo a disposizione?*

I miei genitori ci avrebbero dato dieci mila euro circa, sempre convertendo le lire in euro, noi abbiamo speso meno per il pranzo, quindi, li abbiamo fatti bastare anche per altro. Poi abbiamo aggiunto noi il costo del fotografo e le bomboniere che ci faceva la fiorista.

b. *Il costo del matrimonio è stato in linea con le sue aspettative?*

Prima di organizzarlo pensavo che costasse molto meno.

9. C'è un servizio a cui ha preferito dedicare un budget più consistente rispetto alla media dei prezzi del mercato in relazione all'importanza che gli attribuisce?

Si si certo.

a. *Se sì, quale?*

Il catering. Ad altri matrimoni non avevo mangiato per niente bene, quindi al mio sono stato ben attento a scegliere chi faceva da mangiare.

b. *Per quale motivo ritiene che questo servizio sia così importante?*

Quello che ci si ricorda di un matrimonio è il mangiare, quindi per me era importante.

10. Qual è stato il servizio più costoso?

Il catering. Più della metà del costo totale.

11. Il costo del matrimonio è stato coperto interamente da lei?

No no, i miei genitori ci hanno aiutato tanto.

12. Avrebbe potuto dire di conoscere il mercato dei matrimoni prima dell'organizzazione del suo matrimonio?

Per niente, per fortuna che c'era mia moglie che ne sapeva qualcosa (sorride).

a. *Sapeva di quali servizi era composto?*

Più o meno, sapevo del ristorante e dei fiori, per il resto no.

b. *Sapeva qual era il costo dei servizi?*

Assolutamente no, non credevo che fossero così alti.

13. Ritiene che il mercato dei matrimoni sia cambiato negli ultimi vent'anni?

Ah si certo.

a. *Se sì, quali sono i maggiori cambiamenti che evidenzierebbe?*

Oggi si soffermano su tutto, c'è il grafico per gli inviti, il video maker, la wedding planner... c'è di tutto.

14. Se sì, come giudica il cambiamento che è avvenuto?

Boh forse si sta perdendo un po' il senso del matrimonio in sé. Chiaro che deve essere una festa, ma non è esagerato quello che fanno oggi? È costosissimo.

a. *Potrebbe dire se sia migliore o peggiore il mercato odierno rispetto a quello passato?*

Mah non so se migliore o peggiore, sicuramente più complicato.

15. Vorrebbe aggiungere qualcosa?

No, grazie.

Intervista n°3:

1. Quanto tempo fa è avvenuto il suo matrimonio?

21 anni fa.

a. *La cerimonia è stata civile o religiosa?*

Religiosa

b. *Quanto tempo prima della data del suo matrimonio ha deciso di sposarsi?*

Più o meno un anno e mezzo.

c. *Quanto tempo ha impiegato ad organizzare il suo matrimonio?*

Nove/dieci mesi.

d. *L'organizzazione è avvenuta in autonomia?*

Sì.

2. Quanti invitati contava il suo matrimonio?

Circa cento/centodieci.

a. *In quale momento della giornata si è tenuto il suo matrimonio?*

Il pomeriggio.

b. *Quali sono stati i momenti principali che si sono susseguiti durante la giornata?*

C'è stata la cerimonia, poi si facevano le foto, il pranzo e la festa.

3. Qual era il luogo che ospitava il ricevimento?

Un ristorante.

a. *Si è servito di un catering esterno?*

No, solo per il rinfresco della mattina a casa, ma era organizzato da un bar non era un catering.

4. Quali sono state le qualità principali che hanno caratterizzato il suo matrimonio?

Lungo (ride), divertente ma lungo.

a. *Ha scelto uno stile in particolare per il suo matrimonio?*

No nessuno.

b. *Gli allestimenti seguivano un tema preciso?*

No.

c. *I colori sono stati scelti e abbinati secondo un'idea di estetica particolare?*

No no, le peonie rosa.

d. *Si è affidato a una figura professionale che aveva il compito di curare i dettagli estetici del suo matrimonio?*

No no.

5. Ricorda indicativamente quanti fornitori ha scelto per il suo matrimonio?

Sei o sette.

a. *Se sì, riesce ad elencarli?*

Gli abiti, il ristorante, il fotografo e i fiori, i parrucchieri e l'auto.

6. Come è venuto a conoscenza dei fornitori da lei scelti per il suo matrimonio?

Qualcuno lo conoscevamo già, altri ci sono stati suggeriti.

a. *Oltre alle fonti di cui ha parlato, ha utilizzato altri strumenti per ricercare i fornitori?*

No.

7. Quali sono stati i motivi che l'hanno spinto a scegliere un fornitore piuttosto che un altro?

Il prezzo sicuramente e poi come lavoravano.

8. Qual è stato il costo indicativo del suo matrimonio?

Diecimila euro.

a. *Qual era il budget che aveva messo a disposizione?*

Non ce l'avevamo, abbiamo aggiunto mano a mano.

b. *Il costo del matrimonio è stato in linea con le sue aspettative?*

Non avevo aspettative, ma non mi sono stupito dei prezzi.

9. C'è un servizio a cui ha preferito dedicare un budget più consistente rispetto alla media dei prezzi del mercato in relazione all'importanza che gli attribuisce?

Sì.

a. *Se sì, quale?*

Il ristorante.

b. *Per quale motivo ritiene che questo servizio sia così importante?*

Perché gli ospiti si ricordano del cibo di un matrimonio.

10. Qual è stato il servizio più costoso?

Il ristorante.

11. Il costo del matrimonio è stato coperto interamente da lei?

No, da mia moglie anche.

12. Avrebbe potuto dire di conoscere il mercato dei matrimoni prima dell'organizzazione del suo matrimonio?

No no, per nulla.

a. *Sapeva di quali servizi era composto?*

Li immaginavo.

b. *Sapeva qual era il costo dei servizi?*

No non li conoscevo.

13. Ritiene che il mercato dei matrimoni sia cambiato negli ultimi vent'anni?

Sì ovvio.

a. *Se sì, quali sono i maggiori cambiamenti che evidenzierebbe?*

Non mi metterei a organizzare un matrimonio oggi, ci sono troppe cose da considerare, è anche vero che c'è chi ti aiuta a organizzare ma ha un costo non indifferente credo, no?

14. Se sì, come giudica il cambiamento che è avvenuto?

Radicale, forse è cambiato anche troppo, tante cose sono superflue.

a. *Potrebbe dire se sia migliore o peggiore il mercato odierno rispetto a quello passato?*

Il mercato migliore perché è più ricco, il costo però è più alto e l'organizzazione è più impegnativa.

15. Vorrebbe aggiungere qualcosa?

No.

Intervista n°4:

1. Quanto tempo fa è avvenuto il suo matrimonio?

29 anni fa.

a. *La cerimonia è stata civile o religiosa?*

Religiosa perché un tempo era scontato, ma lo rifarei anche oggi.

b. *Quanto tempo prima della data del suo matrimonio ha deciso di sposarsi?*

Due anni prima, stavamo facendo la casa e calcolando più o meno quando sarebbe stata finita abbiamo deciso di sposarci.

c. *Quanto tempo ha impiegato ad organizzare il suo matrimonio?*

Molto meno di due anni perché eravamo troppo presi dai lavori, un anno circa, anche scarso forse.

d. *L'organizzazione è avvenuta in autonomia?*

Sì sì in autonomia.

2. Quanti invitati contava il suo matrimonio?

Centocinquanta.

a. *In quale momento della giornata si è tenuto il suo matrimonio?*

La mattina, alle undici.

b. *Quali sono stati i momenti principali che si sono susseguiti durante la giornata?*

Beh il rinfresco, la cerimonia, le foto in un parco che era di strada per andare alla villa e poi il pranzo. Una volta si usava anche fare una pausa durante il pomeriggio e poi riprendere la sera, quindi io e mio marito siamo andati a fare un giro in un santuario lì vicino, ci hanno anche fatto una foto e l'hanno messa sul giornale, forse ce l'ho ancora (ride). La sera abbiamo finito di mangiare e poi abbiamo fatto la

festa. E dopo ci sono stati gli scherzi degli amici, abbiamo finito la mattina praticamente.

3. Qual era il luogo che ospitava il ricevimento?

Una villa.

a. Si è servito di un catering esterno?

Sì

b. Se sì, per quale motivo?

In realtà è andata così: un nostro conoscente faceva il cuoco, quindi l'abbiamo contattato quando dovevamo organizzare il matrimonio pensando ci indicasse i ristoranti in cui lavorava, invece ci ha consigliato un catering e una serie di ville tra cui scegliere. Quindi per forza di cose abbiamo fatto così.

4. Quali sono state le qualità principali che hanno caratterizzato il suo matrimonio?

Il divertimento e l'emozione.

a. Ha scelto uno stile in particolare per il suo matrimonio?

No no, figurati non si usava assolutamente.

b. Gli allestimenti seguivano un tema preciso?

No (sorride).

c. I colori sono stati scelti e abbinati secondo un'idea di estetica particolare?

Gli unici colori erano quelli dei fiori (si sofferma e pensa). Erano giallo, rosa e bianco mi pare.

d. Si è affidato a una figura professionale che aveva il compito di curare i dettagli estetici del suo matrimonio?

No.

5. Ricorda indicativamente quanti fornitori ha scelto per il suo matrimonio?

Non mi ricordo, mamma mia... tre o quattro.

a. Se sì, riesce ad elencarli?

Non mi ricordo proprio.

b. Se no, indichi quali sono secondo lei tutti i fornitori che avrebbero potuto essere presenti. Si intendono fornitori come il fiorista, il fotografo, il catering...⁹⁹

Ah, beh i vestiti, i fiori, il fotografo, il catering e la villa. Non avevamo altro, un

⁹⁹ Probing aggiunto per ravvivare l'intervista.

nostro amico ha intrattenuto tutti.

6. Come è venuto a conoscenza dei fornitori da lei scelti per il suo matrimonio?

Erano del paese, li avevamo già visti ad altri matrimoni. Il catering e la villa invece ci sono stati consigliati dal nostro amico cuoco.

a. *Oltre alle fonti di cui ha parlato, ha utilizzato altri strumenti per ricercare i fornitori?*

No.

7. Quali sono stati i motivi che l'hanno spinto a scegliere un fornitore piuttosto che un altro?

Il prezzo.

8. Qual è stato il costo indicativo del suo matrimonio?

Otto o nove milioni (si sofferma) in lire eh (ride).

a. Qual era il budget che aveva messo a disposizione?

Non c'era budget, si sceglieva quello che costava meno.

b. Il costo del matrimonio è stato in linea con le sue aspettative?

Si si.

9. C'è un servizio a cui ha preferito dedicare un budget più consistente rispetto alla media dei prezzi del mercato in relazione all'importanza che gli attribuisce?

Il catering, ma in realtà poi non l'abbiamo pagato tanto di più degli altri.

a. *Per quale motivo ritiene che questo servizio sia così importante?*

Una volta stavamo seduti ore e ore a mangiare ai matrimoni, gli ospiti dovevano mangiare bene per forza.

10. Qual è stato il servizio più costoso?

Il catering.

11. Il costo del matrimonio è stato coperto interamente da lei?

Sì, da me perché mio marito si stava occupando della casa e ci siamo accordati così.

12. Avrebbe potuto dire di conoscere il mercato dei matrimoni prima dell'organizzazione del suo matrimonio?

Circa sì.

a. *Sapeva di quali servizi era composto?*

Sì certo.

b. *Sapeva qual era il costo dei servizi?*

Sì.

13. Ritiene che il mercato dei matrimoni sia cambiato negli ultimi vent'anni?

È completamente cambiato.

a. *Se sì, squali sono i maggiori cambiamenti che evidenzierebbe?*

Tutto, cosa dire... dall'organizzazione al giorno stesso della festa. Adesso c'è tanta più roba.

14. Se sì, come giudica il cambiamento che è avvenuto?

Esagerato.

a. *Potrebbe dire se sia migliore o peggiore il mercato odierno rispetto a quello passato?*

Ma direi che è migliore però, ragazzi, è una fatica organizzare.

15. Vorrebbe aggiungere qualcosa?

No, apposto così.

Intervista n°5:

1. Quanto tempo fa è avvenuto il suo matrimonio?

Trentacinque anni fa.

a. *La cerimonia è stata civile o religiosa?*

Religiosa perché coronava un percorso fatto in preparazione e anche per una visione spirituale della vita, era un passo importante rappresentava un po' il mio credo (si corregge), il nostro credo.

b. *Quanto tempo prima della data del suo matrimonio ha deciso di sposarsi?*

Un anno.

c. *Quanto tempo ha impiegato ad organizzare il suo matrimonio?*

Un anno.

d. *L'organizzazione è avvenuta in autonomia?*

Gli amici ci hanno aiutato.

2. Quanti invitati contava il suo matrimonio?

Centosettanta.

a. *In quale momento della giornata si è tenuto il suo matrimonio?*

La mattina.

b. *Quali sono stati i momenti principali che si sono susseguiti durante la giornata?*

La preparazione a casa, il rinfresco con i miei ospiti, la cerimonia che è stata un momento bellissimo. Dopo fuori dalla chiesa i nostri amici avevano preso in prestito da un abitante del paese un'asinella e ci hanno fatto fare il giro della piazza sopra al carro trainato dall'asina (ride). Poi abbiamo fatto le foto e nel frattempo gli ospiti si sono avviati per andare al ristorante. Non c'era il navigatore quindi ad ogni incrocio si raggruppavano gli amici per indicare la strada agli invitati e fare in modo che nessuno sbagliasse (ride). Dopo le foto siamo arrivati al ristorante, abbiamo mangiato fino a tardi e abbiamo festeggiato.

3. Qual era il luogo che ospitava il ricevimento?

Un ristorante poco distante.

a. *Si è servito di un catering esterno?*

No no.

b. *Se no, per quale motivo?*

Era il nostro ristorante preferito all'epoca, quindi siamo andati sul sicuro.

4. Quali sono state le qualità principali che hanno caratterizzato il suo matrimonio?

La sobrietà ed è stato molto folkloristico, nel senso che gli amici hanno organizzato tutto quello che era da tradizione fare ai matrimoni di una volta. Dal giro sull'asina, alla croce da portare la sera come scherzo a casa.

a. *Ha scelto uno stile in particolare per il suo matrimonio?*

No no, era tutto molto sobrio e no abbiamo guardato allo sfarzo.

b. *Gli allestimenti seguivano un tema preciso?*

No, nessun tema.

c. *I colori sono stati scelti e abbinati secondo un'idea di estetica particolare?*

I fiori erano bianchi e basta.

d. *Si è affidato a una figura professionale che aveva il compito di curare i dettagli estetici del suo matrimonio?*

No.

5. Ricorda indicativamente quanti fornitori ha scelto per il suo matrimonio?

(Fa una pausa e pensa) se ci penso me ne vengono in mente sei.

a. *Se sì, riesce ad elencarli?*

La macchina, il fotografo, il ristorante, i vestiti, i fiori e le bomboniere.

6. Come è venuto a conoscenza dei fornitori da lei scelti per il suo matrimonio?

Il fotografo era conosciuto nel circondario per essere il più bravo, non era il meno costoso ma volevamo che le foto fossero belle, dopo se vuoi te le mostro. Il ristorante lo conoscevamo già, per i vestiti non c'erano tanti posti dove andare, sia io che mia moglie siamo andati dove andavano tutti i nostri conoscenti e amici. I fiori per sentito dire e le bomboniere anche.

a. Oltre alle fonti di cui ha parlato, ha utilizzato altri strumenti per ricercare i fornitori?

No no, nient'altro.

7. Quali sono stati i motivi che l'hanno spinto a scegliere un fornitore piuttosto che un altro?

Li ho già un po' elencati prima no? Perché ci fidavamo dell'opinione dei nostri amici o perché avevamo già visto le cose ad altri matrimoni. Non abbiamo guardato tanto al prezzo, sapevamo più o meno qual era la media.

8. Qual è stato il costo indicativo del suo matrimonio?

Circa dieci milioni di lire.

a. Qual era il budget che aveva messo a disposizione?

Quello quello¹⁰⁰.

b. Il costo del matrimonio è stato in linea con le sue aspettative?

Sì, altri della compagnia si erano già sposati prima di me e sapevamo a cosa andassimo incontro.

9. C'è un servizio a cui ha preferito dedicare un budget più consistente rispetto alla media dei prezzi del mercato in relazione all'importanza che gli attribuisce?

Sì, c'è sempre qualcosa a cui tieni.

a. Se sì, quale?

Il ristorante.

b. Per quale motivo ritiene che questo servizio sia così importante?

La qualità del cibo è troppo importante a un matrimonio, tutti dopo avrebbero parlato di quello.

¹⁰⁰ Intente dieci milioni di lire.

10. Qual è stato il servizio più costoso?

Il ristorante.

11. Il costo del matrimonio è stato coperto interamente da lei?

Da me e mia moglie.

12. Avrebbe potuto dire di conoscere il mercato dei matrimoni prima dell'organizzazione del suo matrimonio?

Non tanto il mercato, però sapevo come si organizzava e cosa fare. Poi ovviamente ha scelto la maggior parte delle cose mia moglie (ride).

a. Sapeva di quali servizi era composto?

Sì, quelli più tradizionali sì.

b. In che senso tradizionali?¹⁰¹

All'epoca iniziavano i primi filmati dei matrimoni, quello era il massimo dell'innovazione e non rientrava nei servizi normali.

c. Sapeva qual era il costo dei servizi?

Sapevo quanto avevano speso gli amici, quindi sì.

13. Ritieni che il mercato dei matrimoni sia cambiato negli ultimi vent'anni?

Completamente.

a. Se sì, quali sono i maggiori cambiamenti che evidenzierebbe?

Ora si guarda tanto all'apparenza e poco alla sostanza. I matrimoni sono bellissimi certo, ma manca il percorso umano dietro al sacramento.

14. Se sì, come giudica il cambiamento che è avvenuto?

Positivo per l'estetica, negativo per il lato spirituale.

a. Potrebbe dire se sia migliore o peggiore il mercato odierno rispetto a quello passato?

Il mercato è senz'altro migliore, offre tante possibilità di organizzare quello che a tutti gli effetti è un evento.

15. Vorrebbe aggiungere qualcosa?

No no, non mi viene in mente altro.

Intervista n°6:

1. Quanto tempo fa è avvenuto il suo matrimonio?

¹⁰¹ Rilancio inserito per approfondire l'opinione del soggetto.

Venticinque anni fa.

a. *La cerimonia è stata civile o religiosa?*

Religiosa,

b. *Quanto tempo prima della data del suo matrimonio ha deciso di sposarsi?*

Quattro mesi prima.

c. *Quanto tempo ha impiegato ad organizzare il suo matrimonio?*

Quattro mesi, avevo poco tempo. In realtà il mio matrimonio l'avrei organizzato quattro anni prima. Però nel frattempo si è ammalata mia mamma, allora dovevo sposarmi in settembre pensando che la mamma riuscisse ad arrivare a settembre, invece è morta a luglio. Sicché a settembre ho rinviato tutto. Poi basta, chiuso, ho mollato il moroso e tutto. Dopo ci siamo rimessi insieme e dopo ho detto "o in quattro mesi mi sposo o basta". E là abbiamo finito la casa in fretta.

d. *L'organizzazione è avvenuta in autonomia?*

Praticamente sì.

e. *Se è stato aiutato da qualcuno, chi?*

L'unico che mi ha aiutato tanto è stato mio papà, lui ha un posto speciale. Mi ha dato una grande mano.

2. Quanti invitati contava il suo matrimonio?

Eh cento... centotrenta.

a. *In quale momento della giornata si è tenuto il suo matrimonio?*

Di domenica mattina.

b. *Quali sono stati i momenti principali che si sono susseguiti durante la giornata?*

Dopo la cerimonia c'è stato il pranzo nuziale, il momento principale con tutti i parenti e amici, ogni tanto mi veniva in mente la mamma ma non importa, è stata una bellissima giornata. Dopo c'era la festa e finito tutto siamo andati a fare un giro in centro al paese.

3. Qual era il luogo che ospitava il ricevimento?

Un ristorante appena aperto, il mio matrimonio è stato il primo che hanno fatto. Mio papà era amico del proprietario che aveva già un locale, e allora dato che è stato lui a organizzarmi il pranzo perché io non avevo tempo, ha deciso che il primo matrimonio del nuovo ristorante del suo amico sarebbe stato il mio.

a. *Si è servito di un catering esterno?*

No no, l'unica cosa è che mio papà ha voluto il cuoco del ristorante vecchio del suo amico, perché sapeva come cucinava e faceva cose sofisticate per l'epoca.

4. Quali sono state le qualità principali che hanno caratterizzato il suo matrimonio?

Fuori dal comune rispetto alle tradizioni dell'epoca.

a. *Ha scelto uno stile in particolare per il suo matrimonio?*

No.

b. *Gli allestimenti seguivano un tema preciso?*

No.

c. *I colori sono stati scelti e abbinati secondo un'idea di estetica particolare?*

No, i fiori erano gialli e bianchi.

d. *Si è affidato a una figura professionale che aveva il compito di curare i dettagli estetici del suo matrimonio?*

No.

5. Ricorda indicativamente quanti fornitori ha scelto per il suo matrimonio?

Il rinfresco è stato organizzato dalla pasticceria qui vicino, erano anche miei parenti, il ristorante, il fotografo, il dj per la festa e pochissimi fiori. La bomboniera anche.

a. *Gli abiti?*

Gli abiti ce li ha fatti una mia amica sarta con sua mamma, che poi ce li ha regalati per il matrimonio. Ma io non sono mai stata tradizionale, mi sono fatta fare un abito corto sotto al ginocchio, la gonna era fatta da un unico pezzo plissettato che non era stato tagliato. L'ho fatto così perché si potesse disfare dopo il matrimonio per riutilizzare la stoffa. Era un pizzo macramè svizzero tutto fatto a mano. L'ho conservato e se mio figlio si sposa la colorerò e ci farò un nuovo abito per l'occasione.

6. Come è venuto a conoscenza dei fornitori da lei scelti per il suo matrimonio?

Amicizie.

a. *Oltre alle fonti di cui ha parlato, ha utilizzato altri strumenti per ricercare i fornitori?*

No nessun altro strumento, non c'era internet (ride)

7. Quali sono stati i motivi che l'hanno spinto a scegliere un fornitore piuttosto che un altro?

Il ristorante appunto lo conoscevamo, essendo appena aperto era una location

bellissima con un parco bellissimo, quindi le foto non le ho fatte in giro, sono stata lì. Per i fiori avevo un'amica che iniziava a fare le prime cose particolari quindi mi sono affidata a lei. Quindi ecco sì, mi sono tanto affidata alle amicizie perché sapevo cosa mi aspettava, non avevo tanto tempo e alla fine è andato tutto bene. Anche le bomboniere le ho scelte sempre da amici di famiglia che avevano argenteria e ho fatto fare una foglia di argento che faceva da posacenere. Ho scelto solo la confezione e la bomboniera, poi si è arrangiato mio papà ad andarle a prendere e mi ha aiutato anche lì. Resterà sempre nel mio cuore.

8. Qual è stato il costo indicativo del suo matrimonio?

Ho preso quello che mi piaceva, non ho guardato quanto costava, sono così, se una cosa mi piace la prendo. Se dovessi fare un conto a grandi linee credo quindici o venti milioni, ma non ricordo di preciso.

a. Qual era il budget che aveva messo a disposizione?

Non avevo un budget, come dicevo guardavo quello che mi piaceva.

b. Il costo del matrimonio è stato in linea con le sue aspettative?

Sì certo.

9. C'è un servizio a cui ha preferito dedicare un budget più consistente rispetto alla media dei prezzi del mercato in relazione all'importanza che gli attribuisce?

Il pranzo, perché la gente deve stare bene, in un posto in cui sta bene e che mangi bene. E anche la bomboniera. Adesso è meno importante ma venticinque anni fa era proprio usanza che restasse il ricordo del matrimonio.

10. Qual è stato il servizio più costoso?

Penso il pranzo, sì.

11. Il costo del matrimonio è stato coperto interamente da lei?

No assolutamente.

a. Se no, chi ha provveduto?

Mio papà, ha pagato lui, voleva che il mio giorno fosse bello per me e proprio perché mancava anche la mamma non ha badato a spese. Infatti ricordo che il pranzo è costato tanto, ma non ha guardato¹⁰² davvero.

12. Avrebbe potuto dire di conoscere il mercato dei matrimoni prima

¹⁰² Intente "non ha badato alla cifra".

dell'organizzazione del suo matrimonio?

No.

- a. Sapeva di quali servizi era composto?

No.

- b. Sapeva qual era il costo dei servizi?

Ci immaginavamo i prezzi, sapevo quanto costa tutto il matrimonio.

13. Ritiene che il mercato dei matrimoni sia cambiato negli ultimi vent'anni?

Certo.

- a. *Se sì, quali sono i maggiori cambiamenti che evidenzierebbe?*

Adesso c'è tutta un'organizzazione e ci si affida a degli specialisti no? che propongono tutto, dal vestito al viaggio di nozze. Ecco l'unica cosa che mi sono pagata io è stato il viaggio di nozze, siamo andati alle Maldive. Oggi si viaggia di più e in modo più economico ma all'epoca di pensava che il viaggio di nozze fosse il classico "una volta nella vita" quindi si organizzava un gran viaggio.

14. Se sì, come giudica il cambiamento che è avvenuto?

Credo sia una bella cosa, c'è più cura nelle cose, se dovessi sposarmi adesso anch'io mi affiderei a un'organizzatrice, ci sono anche meno pensieri per decidere, cioè loro ti propongono di seguire una linea che magari è dettata da te all'inizio e poi da lì ti propongono cose meravigliose basta solo scegliere e avere i soldi per pagarle. Perché i ragazzi di oggi... (sospira) un matrimonio penso costi tanto e con gli stipendi che ci sono adesso e con le case che si comprano è fatica.

- a. *Potrebbe dire se sia migliore o peggiore il mercato odierno rispetto a quello passato?*

Migliore per me.

15. Vorrebbe aggiungere qualcosa?

No, apposto, grazie per avermi fatto ricordare cose belle.

Intervista n°7:

1. Quanto tempo fa è avvenuto il suo matrimonio?

Ventinueve anni fa, era il 18 settembre 1993

- a. *La cerimonia è stata civile o religiosa?*

Religiosa perché rispecchia il mio credo.

b. *Quanto tempo prima della data del suo matrimonio ha deciso di sposarsi?*

Un anno e mezzo.

c. *Quanto tempo ha impiegato ad organizzare il suo matrimonio?*

L'organizzazione fisica pochissimo, ho fermato il ristorante e il fotografo un anno prima e ho trovato l'abito. Il problema era la casa in costruzione, dovevamo finire quella entro la data del matrimonio.

d. *L'organizzazione è avvenuta in autonomia?*

No

e. *Se è stato aiutato da qualcuno, chi?*

Dai miei genitori e dalla nonna.

2. Quanti invitati contava il suo matrimonio?

Un centinaio.

a. *In quale momento della giornata si è tenuto il suo matrimonio?*

Nel pomeriggio, alle 15:30.

b. *Quali sono stati i momenti principali che si sono susseguiti durante la giornata?*

Il rinfresco a casa, la cerimonia, il ristorante, le foto e la festa con gli amici.

3. Qual era il luogo che ospitava il ricevimento?

Un ristorante.

a. *Si è servito di un catering esterno?*

No appunto perché abbiamo scelto di andare in ristorante.

4. Quali sono state le qualità principali che hanno caratterizzato il suo matrimonio?

Era molto semplice ma ci siamo divertiti.

a. *Ha scelto uno stile in particolare per il suo matrimonio?*

No no, non era come adesso.

b. *Gli allestimenti seguivano un tema preciso?*

No.

c. *I colori sono stati scelti e abbinati secondo un'idea di estetica particolare?*

No, i fiori erano bianchi e rosa ma li abbiamo accordati insieme a una coppia che si sposava nella stessa chiesa prima di noi, la mattina, così il fiorista ha allestito tutto una sola volta e abbiamo diviso a metà il prezzo.

d. *Si è affidato a una figura professionale che aveva il compito di curare i dettagli*

estetici del suo matrimonio?

No no.

5. Ricorda indicativamente quanti fornitori ha scelto per il suo matrimonio?

La parrucchiera, la macchina ma ci è stata regalata, il ristorante, il fotografo, i fiori e il vestito

6. Come è venuto a conoscenza dei fornitori da lei scelti per il suo matrimonio?

Il fiorista era del paese ed era tra i più bravi, il fotografo ci è stato consigliato... tutto per passa parola comunque.

a. Oltre alle fonti di cui ha parlato, ha utilizzato altri strumenti per ricercare i fornitori?

Non direi.

7. Quali sono stati i motivi che l'hanno spinto a scegliere un fornitore piuttosto che un altro?

La qualità e il prezzo.

8. Qual è stato il costo indicativo del suo matrimonio?

Facendo due conti, otto o nove milioni di lire.

a. Qual era il budget che aveva messo a disposizione?

Non avevamo budget, sceglievamo quello che costava meno e ci piaceva, a parte per l'abito.

b. Il costo del matrimonio è stato in linea con le sue aspettative?

Sì sì.

9. C'è un servizio a cui ha preferito dedicare un budget più consistente rispetto alla media dei prezzi del mercato in relazione all'importanza che gli attribuisce?

Il mio vestito.

a. Per quale motivo ritiene che questo servizio sia così importante?

Era il sogno di tutta la vita, mia nonna dava a tutte le nipoti una cifra per l'abito da sposa, io ho aggiunto il resto perché lo volevo davvero bellissimo.

10. Qual è stato il servizio più costoso?

Il vestito, è costato anche più del ristorante.

11. Il costo del matrimonio è stato coperto interamente da lei?

No, i progetti erano quelli di dividere tra me e mio marito, poi i miei genitori hanno

deciso di pagare la mia parte di ristorante.

12. Avrebbe potuto dire di conoscere il mercato dei matrimoni prima dell'organizzazione del suo matrimonio?

Sapevo cosa dovevo prenotare ma non posso dire che conoscevo il mercato.

a. *Sapeva qual era il costo dei servizi?*

No, potevo immaginarli ma l'ho scoperto organizzando.

13. Ritiene che il mercato dei matrimoni sia cambiato negli ultimi vent'anni?

Sì tantissimo.

a. *Se sì, squali sono i maggiori cambiamenti che evidenzierebbe?*

Adesso si spende tanto di più per niente. Non vedo perché non si possa semplicemente andare al ristorante come una volta. Ci sono tante cose inutili a cui si bada.

14. Se sì, come giudica il cambiamento che è avvenuto?

Esagerato e inutile.

a. *Potrebbe dire se sia migliore o peggiore il mercato odierno rispetto a quello passato?*

Migliore perché c'è più scelta, uno può decidere di più, c'è più qualità dei servizi, ma non capiscono che sono soldi buttati al vento, non è un investimento quindi non ha senso dedicarci decine di migliaia di euro. Pochi invitati e pochi fronzoli per me.

15. Vorrebbe aggiungere qualcosa?

No no, grazie.

Intervista n°8

1. Quanto tempo fa è avvenuto il suo matrimonio?

26 anni fa.

a. *La cerimonia è stata civile o religiosa?*

Civile, eravamo tra i pochi che lo facevano.

b. *Quanto tempo prima della data del suo matrimonio ha deciso di sposarsi?*

Un anno e qualche mese.

c. *Quanto tempo ha impiegato ad organizzare il suo matrimonio?*

Abbiamo iniziato poco dopo, quindi un anno circa.

d. *L'organizzazione è avvenuta in autonomia?*

Sì prevalentemente.

e. *Se è stato aiutato da qualcuno, chi?*

Famigliari e amici.

2. Quanti invitati contava il suo matrimonio?

Circa ottanta.

a. *In quale momento della giornata si è tenuto il suo matrimonio?*

La mattina, alle dieci e mezza.

b. *Quali sono stati i momenti principali che si sono susseguiti durante la giornata?*

Una volta non c'erano grosse differenze tra matrimoni, noi ci siamo sposati in comune la mattina con i testimoni, il resto degli invitati è andato direttamente in ristorante. Si faceva il pranzo e alcuni lo dividevano in due, nel mezzo c'era una pausa di un paio d'ore, c'era chi andava a casa a riposare. Poi si riprendeva fino a notte tarda.

3. Qual era il luogo che ospitava il ricevimento?

Un ristorante di fiducia.

a. *Si è servito di un catering esterno?*

No, c'era la ristorazione della location.

b. *Se no, per quale motivo?*

Si risparmiava qualcosa con il ristorante.

4. Quali sono state le qualità principali che hanno caratterizzato il suo matrimonio?

Semplice.

a. *Ha scelto uno stile in particolare per il suo matrimonio?*

No non lo faceva nessuno una volta.

b. *Gli allestimenti seguivano un tema preciso?*

No nessuno.

c. *I colori sono stati scelti e abbinati secondo un'idea di estetica particolare?*

I fiori erano bianchi e azzurri.

d. *Si è affidato a una figura professionale che aveva il compito di curare i dettagli estetici del suo matrimonio?*

No no.

5. Ricorda indicativamente quanti fornitori ha scelto per il suo matrimonio?

La parrucchiera, i fiori, il ristorante e il fotografo. Il vestito era quello che aveva usato mia mamma.

6. Come è venuto a conoscenza dei fornitori da lei scelti per il suo matrimonio?

Tramite le conoscenze delle mie sorelle che si erano sposate prima.

a. *Oltre alle fonti di cui ha parlato, ha utilizzato altri strumenti per ricercare i fornitori?*

No, non c'erano tante tecnologie come oggi.

7. Quali sono stati i motivi che l'hanno spinto a scegliere un fornitore piuttosto che un altro?

Solo le conoscenze, ci siamo affidati tutti agli stessi fornitori, quindi sapevo anche i prezzi più o meno.

8. Qual è stato il costo indicativo del suo matrimonio?

Vado a memoria perché sono passati tanti anni, più o meno sedici milioni di lire.

a. *Qual era il budget che aveva messo a disposizione?*

Quello che ho speso.

b. *Il costo del matrimonio è stato in linea con le sue aspettative?*

Sì, appunto perché le mie sorelle si sono sposate prima di me.

9. C'è un servizio a cui ha preferito dedicare un budget più consistente rispetto alla media dei prezzi del mercato in relazione all'importanza che gli attribuisce?

Il ristorante.

a. *Per quale motivo ritiene che questo servizio sia così importante?*

Perché volevo che gli invitati mangiassero tanto e bene e poi di parlava sempre del cibo il giorno dopo.

10. Qual è stato il servizio più costoso?

Il ristorante.

11. Il costo del matrimonio è stato coperto interamente da lei?

No.

a. *Se no, chi ha provveduto?*

I miei genitori davano una cifra uguale per tutte le sorelle, quindi una parte è stata coperta da loro.

12. Avrebbe potuto dire di conoscere il mercato dei matrimoni prima

dell'organizzazione del suo matrimonio?

Sì, perché ero la terza in famiglia che si sposava.

a. *Sapeva di quali servizi era composto?*

Sì.

b. *Sapeva qual era il costo dei servizi?*

Sì.

13. Ritiene che il mercato dei matrimoni sia cambiato negli ultimi vent'anni?

Sì.

a. *Se sì, quali sono i maggiori cambiamenti che evidenzierebbe?*

C'è una migliore organizzazione e una maggiore attenzione ai dettagli adesso.

14. Se sì, come giudica il cambiamento che è avvenuto?

Positivo.

a. *Potrebbe dire se sia migliore o peggiore il mercato odierno rispetto a quello passato?*

Migliore direi.

15. Vorrebbe aggiungere qualcosa?

No grazie.

Intervista n°9:

1. Quanto tempo fa è avvenuto il suo matrimonio?

Trentatre anni fa.

a. *La cerimonia è stata civile o religiosa?*

Religiosa.

b. *Quanto tempo prima della data del suo matrimonio ha deciso di sposarsi?*

Un anno.

c. *Quanto tempo ha impiegato ad organizzare il suo matrimonio?*

Beh un anno prima ho confermato il ristorante, poi il resto in sei mesi l'ho fatto.

d. *L'organizzazione è avvenuta in autonomia?*

Sì, con mio marito.

e. *Se è stato aiutato da qualcuno, chi?*

Ci siamo arrangiati noi due.

2. Quanti invitati contava il suo matrimonio?

Centoquaranta circa.

a. *In quale momento della giornata si è tenuto il suo matrimonio?*

Di pomeriggio.

b. *Quali sono stati i momenti principali che si sono susseguiti durante la giornata?*

Il rinfresco, la cerimonia, le foto, la cena lunga senza interruzioni dato che siamo sposati di pomeriggio e poi la festa. Ma non come quelle di oggi con il dj, c'era un po' di musica e tutti si divertivano così, era parte integrante della cena.

3. Qual era il luogo che ospitava il ricevimento?

Un ristorante, una volta non erano tanti quelli che avevano il catering.

a. *Si è servito di un catering esterno?*

No no. C'era il ristorante.

4. Quali sono state le qualità principali che hanno caratterizzato il suo matrimonio?

Era serio rispetto a quelli di oggi, più inquadrato e teso diciamo.

a. *Ha scelto uno stile in particolare per il suo matrimonio?*

No, nessuno.

b. *Gli allestimenti seguivano un tema preciso?*

No.

c. *I colori sono stati scelti e abbinati secondo un'idea di estetica particolare?*

Gli unici colori scelti erano quelli dei fiori, l'azzurro degli iris e i gigli bianchi. Poi il mio bouquet aveva le orchidee viola.

d. *Si è affidato a una figura professionale che aveva il compito di curare i dettagli estetici del suo matrimonio?*

No.

5. Ricorda indicativamente quanti fornitori ha scelto per il suo matrimonio?

Il fiorista, il fotografo, il ristorante, la macchina era di un amico quindi no, i vestiti, la parrucchiera, le bomboniere e l'estetista che mi ha truccata.

6. Come è venuto a conoscenza dei fornitori da lei scelti per il suo matrimonio?

Il ristorante era quello in cui si erano sposati dei nostri amici, tutti gli altri li conoscevamo per passa parola.

a. *Oltre alle fonti di cui ha parlato, ha utilizzato altri strumenti per ricercare i fornitori?*

No.

7. Quali sono stati i motivi che l'hanno spinto a scegliere un fornitore piuttosto che un altro?

Beh è una domanda difficile (ci pensa). Ci fidavamo delle opinioni che sentivamo in giro, valutavamo il costo e andavamo per esclusione.

8. Qual è stato il costo indicativo del suo matrimonio?

Con i mobili o senza mobili?

a. In che senso con o senza mobili?

Ah intendi il costo del matrimonio in sé? Perché una volta sposarsi voleva dire anche fare la casa, comprare i mobili e tutto, quindi non si calcolava il costo di quel giorno ma il totale dei lavori (ride). Se contiamo anche la casa saremo sui trenta milioni, il matrimonio sarà costato dieci milioni circa.

b. Qual era il budget che aveva messo a disposizione?

Non c'era, si andava avanti mano a mano.

c. Il costo del matrimonio è stato in linea con le sue aspettative?

Sì sì.

9. C'è un servizio a cui ha preferito dedicare un budget più consistente rispetto alla media dei prezzi del mercato in relazione all'importanza che gli attribuisce?

Il ristorante.

a. Per quale motivo ritiene che questo servizio sia così importante?

Perché volevo che gli ospiti stessero bene.

10. Qual è stato il servizio più costoso?

Il ristorante.

11. Il costo del matrimonio è stato coperto interamente da lei?

Da e mio marito.

12. Avrebbe potuto dire di conoscere il mercato dei matrimoni prima dell'organizzazione del suo matrimonio?

Il mercato no, sapevo cosa fare quando ho dovuto organizzare perché sono la più piccola di quattro fratelli, quindi avevo già vissuto l'organizzazione tramite loro.

a. Sapeva di quali servizi era composto?

Sì sì.

b. *Sapeva qual era il costo dei servizi?*

Sì.

13. Ritiene che il mercato dei matrimoni sia cambiato negli ultimi vent'anni?

Sì completamente.

a. *Se sì, quali sono i maggiori cambiamenti che evidenzierrebbe?*

Mah una volta quando avevi contattato il ristorante, preso il vestito e fermato la chiesa eri a posto. Oggi c'è molto di più da fare, devi pensare all'allestimento, all'intrattenimento, al dj, ai cocktail, tutto questo non esisteva. I matrimoni erano tutti molto simili. E poi erano molto più impostati, oggi organizzzi una festa, una volta erano più seriosi, lo vivevi come un momento importante quindi si caricava di tensione. Oggi rimane l'importanza ma è diversa. C'è più gioia.

14. Se sì, come giudica il cambiamento che è avvenuto?

Bello, se lo rifacessi mi divertirei di più.

a. *Potrebbe dire se sia migliore o peggiore il mercato odierno rispetto a quello passato?*

Migliore quello di oggi.

15. Vorrebbe aggiungere qualcosa?

Nulla.

Intervista n°10:

1. Quanto tempo fa è avvenuto il suo matrimonio?

Ventisette anni fa.

a. *La cerimonia è stata civile o religiosa?*

Religiosa.

b. *Quanto tempo prima della data del suo matrimonio ha deciso di sposarsi?*

Pochissimo, sei mesi.

c. *Quanto tempo ha impiegato ad organizzare il suo matrimonio?*

Sei mesi.

d. *L'organizzazione è avvenuta in autonomia?*

Sì ho fatto tutto da sola. I miei genitori erano contro il matrimonio tra me e mio marito quindi ho dovuto arrangiarmi, mia mamma non ha mai partecipato a niente, nemmeno a una prova dell'abito. Oggi adorano mio marito ma un tempo erano

irremovibili. La cosa positiva è che ho potuto fare quello che volevo (ride). Volevo un abito corto, ma siccome non si poteva ho fatto fare una gonna che dopo la cerimonia potevo staccare. Volevo anche la schiena scoperta, ma non mi avrebbero fatto entrare in chiesa, quindi ho fatto mettere una serie di fili di perle che oscillavano quando mi muovevo. Mia mamma non me l'avrebbe mai permesso.

2. Quanti invitati contava il suo matrimonio?

Vista la situazione abbiamo fatto una cosa ristretta rispetto ai matrimoni che si usava fare, una volta bastava essere parenti alla lontana per essere invitati, noi eravamo in settanta circa.

a. *In quale momento della giornata si è tenuto il suo matrimonio?*

Nel pomeriggio.

b. *Quali sono stati i momenti principali che si sono susseguiti durante la giornata?*

Ovviamente niente rinfresco perché i miei non hanno voluto mettere a disposizione la casa, la cerimonia – i nostri non ci hanno accompagnati all'altare, siamo arrivati da soli –, le foto e la cena. Poi abbiamo festeggiato con gli amici.

3. Qual era il luogo che ospitava il ricevimento?

Un ristorante, il proprietario era un amico.

a. *Si è servito di un catering esterno?*

No, se avessi avuto una villa l'avremmo preso, ma avremmo dovuto pagare anche l'affitto quindi abbiamo preferito il ristorante.

4. Quali sono state le qualità principali che hanno caratterizzato il suo matrimonio?

C'era un po' di tensione, è ovvio che avremmo voluto avere la felicità anche di mamma e papà ma abbiamo cercato di goderci la giornata lo stesso.

a. *Ha scelto uno stile in particolare per il suo matrimonio?*

No no.

b. *Gli allestimenti seguivano un tema preciso?*

No.

c. *I colori sono stati scelti e abbinati secondo un'idea di estetica particolare?*

No. Il rosa dei fiori.

d. *Si è affidato a una figura professionale che aveva il compito di curare i dettagli estetici del suo matrimonio?*

No.

5. Ricorda indicativamente quanti fornitori ha scelto per il suo matrimonio?

L'abito, i capelli, il trucco, mio marito ha un'officina quindi la macchina non mancava (ride), il fotografo e il ristorante. Cinque. Sei con le bomboniere.

6. Come è venuto a conoscenza dei fornitori da lei scelti per il suo matrimonio?

Abbiamo girato un po' di posti e poi abbiamo deciso, erano cose che conoscevamo un po' per i clienti di mio marito, un po' per consigli di amici e conoscenti.

a. *Oltre alle fonti di cui ha parlato, ha utilizzato altri strumenti per ricercare i fornitori?*

No no.

7. Quali sono stati i motivi che l'hanno spinto a scegliere un fornitore piuttosto che un altro?

La qualità del servizio e il costo.

8. Qual è stato il costo indicativo del suo matrimonio?

Dai dieci ai quindici milioni.

a. *Qual era il budget che aveva messo a disposizione?*

Quelli che abbiamo speso erano i soldi che ci sono rimasti una volta fatta la casa (ride).

b. *Il costo del matrimonio è stato in linea con le sue aspettative?*

Sì certo.

9. C'è un servizio a cui ha preferito dedicare un budget più consistente rispetto alla media dei prezzi del mercato in relazione all'importanza che gli attribuisce?

Ma in realtà no, abbiamo preso tutto di qualità, di solito si cerca di far mangiare bene la gente ma essendo il ristorante di un amico non abbiamo speso di più rispetto alla media e il cibo era buonissimo comunque. Tutto era importante, anche il fotografo.

10. Qual è stato il servizio più costoso?

Il ristorante.

11. Il costo del matrimonio è stato coperto interamente da lei?

Me e mio marito.

12. Avrebbe potuto dire di conoscere il mercato dei matrimoni prima

dell'organizzazione del suo matrimonio?

No assolutamente.

- a. *Sapeva di quali servizi era composto?*

Qualcuno, ma poco.

- b. *Sapeva qual era il costo dei servizi?*

No.

13. Ritiene che il mercato dei matrimoni sia cambiato negli ultimi vent'anni?

Sì per fortuna.

- a. *Se sì, quali sono i maggiori cambiamenti che evidenzierebbe?*

Una volta era quasi un peso sposarsi, c'erano schemi e regole a cui attenersi. Oggi è una grande festa piena di cose belle. Forse è più costoso ma è molto più bello.

14. Se sì, come giudica il cambiamento che è avvenuto?

Positivamente.

- a. *Potrebbe dire se sia migliore o peggiore il mercato odierno rispetto a quello passato?*

Migliore certo.

15. Vorrebbe aggiungere qualcosa?

No no.

Le interviste: consumatori il cui matrimonio è avvenuto da meno di dieci anni.

Intervista n°11:

1. Quanto tempo fa è avvenuto il suo matrimonio?

Nel 2019, quindi tre anni fa.

- a. *La cerimonia è stata civile o religiosa?*

Posso definirla civile ma in realtà è stata simbolica. Ci siamo sposati in comune qualche giorno prima e poi abbiamo ripetuto il rito nella location con gli invitati.

Non era casa comunale, quindi abbiamo dovuto fare così.

- b. *Quanto tempo prima della data del suo matrimonio ha deciso di sposarsi?*

Un anno, un anno e mezzo circa.

- c. *Quanto tempo ha impiegato ad organizzare il suo matrimonio?*

Volevamo essere tranquilli quindi abbiamo iniziato quasi subito dopo la proposta.

Quindi un anno circa, è stato il periodo di tempo perfetto credo.

d. *L'organizzazione è avvenuta in autonomia?*

No, lavoriamo entrambi, non avremmo avuto il tempo di stare dietro a tutto, ci siamo fatti aiutare.

e. *Se è stato aiutato da qualcuno, chi?*

Ci siamo rivolta a una wedding planner, è stata un grandissimo supporto.

2. Quanti invitati contava il suo matrimonio?

Erano 130 circa.

a. *In quale momento della giornata si è tenuto il suo matrimonio?*

Ci siamo sposati alle 17:00, quindi tardo pomeriggio.

b. *Quali sono stati i momenti principali che si sono susseguiti durante la giornata?*

Ho fatto un piccolo pranzo con i miei testimoni, nel pomeriggio ci siamo preparati e siamo andati in location, c'è stata la cerimonia, abbiamo fatto le foto e poi la cena. Dopo il taglio della torta è iniziata la festa.

3. Qual era il luogo che ospitava il ricevimento?

Una villa a mezz'ora da casa nostra.

a. *Si è servito di un catering esterno?*

Si sì, certo

b. *Se sì, per quale motivo?*

Era da anni che volevamo sposarci in quella villa, non eravamo disposti a cambiare per andare al ristorante, quindi abbiamo scelto un catering.

4. Quali sono state le qualità principali che hanno caratterizzato il suo matrimonio?

È stato dinamico, non siamo rimasti seduti a tavola ore e ore, c'era tanto intrattenimento anche per i bambini, in modo che i genitori potessero godersi la festa.

a. *Ha scelto uno stile in particolare per il suo matrimonio?*

Sì, la villa è rustico di campagna, quindi i dettagli che abbiamo scelto erano in linea con lo stile della villa. C'erano decorazioni in legno e paglia.

b. *Gli allestimenti seguivano un tema preciso?*

Non c'era un vero e proprio tema, i tavoli avevano i nomi dei sentimenti dell'amore, come gioia, felicità, gratitudine...

c. *I colori sono stati scelti e abbinati secondo un'idea di estetica particolare?*

Si sì, beige e azzurro, aspettavamo il nostro primo figlio e abbiamo pensato di festeggiarlo anche così.

d. *Si è affidato a una figura professionale che aveva il compito di curare i dettagli estetici del suo matrimonio?*

Non nello specifico, la wedding planner si è occupata di seguire questo aspetto, poi il catering e il fiorista hanno fatto il resto.

5. Ricorda indicativamente quanti fornitori ha scelto per il suo matrimonio?

Parecchi, quindici forse.

a. *Se sì, riesce ad elencarli?*

La wedding planner, le sartorie per gli abiti, trucco e capelli, l'auto, la villa, il catering, la grafica per gli inviti e il sito web, il fiorista, il dj e la cantante, l'intrattenimento per i bambini, il fotografo e il videomaker.

b. *Ha fatto realizzare anche un sito web?¹⁰³*

Sì, quando i nostri invitati ci chiedevano che cosa avremmo voluto come regalo non ci sembrava carino chiedere esplicitamente la busta che sarebbe servita per il viaggio di nozze. Così abbiamo fatto fare un piccolo sito web dove, in modo discreto, spiegavamo i nostri desideri. È stato davvero utile.

6. Come è venuto a conoscenza dei fornitori da lei scelti per il suo matrimonio?

Alcuni tramite la conoscenza diretta, altri tramite internet.

a. *Oltre alle fonti di cui ha parlato, ha utilizzato altri strumenti per ricercare i fornitori?*

Beh sì, ci sono tanti strumenti.

b. *Se sì, quali?*

Abbiamo usato tanto i social per vedere i lavori dei fornitori, soprattutto il fiorista che mia moglie ha faticato a scegliere e il fotografo. Poi matrimonio.com è utile per tutti gli altri. Leggevamo le recensioni online e ci basavamo su quelle.

7. Quali sono stati i motivi che l'hanno spinto a scegliere un fornitore piuttosto che un altro?

La disponibilità nel risponderci, che non tutti hanno. Poi appunto le recensioni sono state un indicatore, le opinioni dei nostri amici che avevano già visto altri

¹⁰³ Rilancio aggiunto nel corso dell'intervista per approfondire un aspetto rilevante emerso.

matrimoni.

8. Qual è stato il costo indicativo del suo matrimonio?

Circa trentamila euro.

a. Qual era il budget che aveva messo a disposizione?

Era più basso, pensavamo di stare sui venticinque¹⁰⁴ ma effettivamente in corso d'opera abbiamo aggiunto tanti servizi in più.

b. Il costo del matrimonio è stato in linea con le sue aspettative?

Si più o meno sì.

9. C'è un servizio a cui ha preferito dedicare un budget più consistente rispetto alla media dei prezzi del mercato in relazione all'importanza che gli attribuisce?

Il catering e la location.

a. Per quale motivo ritiene che questo servizio sia così importante?

Il catering perché il cibo è fondamentale, la location perché era quella che sognavamo da tanto, siamo stati disposti a pagarla parecchio rispetto alle altre che abbiamo visto per farci un'idea.

10. Qual è stato il servizio più costoso?

Quello più costoso in totale il catering, quello che secondo noi abbiamo pagato parecchio i fiori e appunto la location.

11. Il costo del matrimonio è stato coperto interamente da lei?

No.

a. Se no, chi ha provveduto?

I nostri genitori ci hanno regalato gli abiti e hanno pagato metà del ricevimento.

12. Avrebbe potuto dire di conoscere il mercato dei matrimoni prima dell'organizzazione del suo matrimonio?

No no, assolutamente, è un altro dei motivi per cui ci siamo rivolti alla wedding planner.

a. Sapeva di quali servizi era composto?

Solo i principali, fosse per me avrei preso gli abiti, il catering e il fotografo (ride).

b. Sapeva qual era il costo dei servizi?

Non dei singoli servizi, sapevo più o meno quanto costa un matrimonio in generale.

¹⁰⁴ Il consumatore intende venticinquemila euro.

13. Ritiene che il mercato dei matrimoni sia cambiato negli ultimi vent'anni?

(sorride) tantissimo.

a. Se sì, quali sono i maggiori cambiamenti che evidenzierebbe?

Ah, se penso ai racconti dei miei genitori del loro matrimonio (si sofferma)... credo avessero molti meno fornitori, era tutto più semplice e meno costoso. Addirittura mi dicevano che per il loro ricevimento pagavano un terzo rispetto a quello che paghiamo noi oggi. Forse è più facile trovare quello che ci piace, fare cose esteticamente più belle e curate, però gestire tutto è un grosso stress.

14. Se sì, come giudica il cambiamento che è avvenuto?

Ha i suoi pro e i suoi contro.

a. Potrebbe dire se sia migliore o peggiore il mercato odierno rispetto a quello passato?

Il mercato è sicuramente migliore, offre una scelta che una volta non si immaginava nemmeno, ma tutto costa di più e con la vita che facciamo oggi i giovani faticano a trovare i soldi anche per sposarsi. Quindi il mercato è migliore ma le circostanze sono peggiori.

15. Vorrebbe aggiungere qualcosa?

No.

Intervista n°12:

1. Quanto tempo fa è avvenuto il suo matrimonio?

Cinque anni fa.

a. La cerimonia è stata civile o religiosa?

Religiosa.

b. Quanto tempo prima della data del suo matrimonio ha deciso di sposarsi?

Un anno.

c. Quanto tempo ha impiegato ad organizzare il suo matrimonio?

Un anno.

d. L'organizzazione è avvenuta in autonomia?

No no, figurati, con i parenti.

e. Se è stato aiutato da qualcuno, chi?

Soprattutto la mamma, è una grande organizzatrice.

16. Quanti invitati contava il suo matrimonio?

Centocinquanta.

a. *In quale momento della giornata si è tenuto il suo matrimonio?*

La mattina.

b. *Quali sono stati i momenti principali che si sono susseguiti durante la giornata?*

La mattina c'è stata la cerimonia, le fotografie e il pranzo. Abbiamo fatto qualche altra foto al tramonto e poi sono arrivati alcuni amici la sera, e poi la festa con il dj.

2. Qual era il luogo che ospitava il ricevimento?

Una villa.

c. *Si è servito di un catering esterno?*

Sì sì.

d. *Se sì, per quale motivo?*

Perché abbiamo un hotel in famiglia quindi si sono occupati loro del ricevimento.

3. Quali sono state le qualità principali che hanno caratterizzato il suo matrimonio?

Festaiolo, romantico, movimentato.

e. *Ha scelto uno stile in particolare per il suo matrimonio?*

Moderno, semplice.

f. *Gli allestimenti seguivano un tema preciso?*

Lavoro con i colori, quindi il tema era quello.

g. *I colori sono stati scelti e abbinati secondo un'idea di estetica particolare?*

Appunto essendo il tema principale erano importanti. Per la stationary ho scelto colori pastello, il giallo e il rosa. Le mie damigelle erano abbinata al resto.

h. *Si è affidato a una figura professionale che aveva il compito di curare i dettagli estetici del suo matrimonio?*

No no, mi sono occupata io di questo insieme a mia mamma, siamo portate lavorando nella moda.

4. Ricorda indicativamente quanti fornitori ha scelto per il suo matrimonio?

Una decina, forse anche di più.

i. *Se sì, riesce ad elencarli?*

Allora provo ad andare per ordine di organizzazione. Gli inviti quindi il grafico, il fiorista, il fotografo e il video maker, la villa, il catering dell'hotel, trucco e capelli,

abiti, il dj e la cantante, in chiesa avevamo l'arpa e il violino, le baby sitter, i fuochi d'artificio e il pasticciere. La torta l'ho fatta fare a parte perché volevo una cosa particolare.

5. Come è venuto a conoscenza dei fornitori da lei scelti per il suo matrimonio?

Appena abbiamo deciso di sposarci ho iniziato a informarmi dagli amici perché non sapevo da dove iniziare, loro mi hanno consigliato di guardare su matrimonio.com che è un portale che racchiude un po' tutti i fornitori. Lì vedevo le recensioni i costi a grandi linee. Non erano tantissimi quelli che usavano già i social come vetrina, però qualcosina c'era e ho guardato anche lì. Per il resto ho scelto tramite i consigli di chi si era già sposato.

j. Oltre alle fonti di cui ha parlato, ha utilizzato altri strumenti per ricercare i fornitori?

Mi pare di aver detto tutto.

6. Quali sono stati i motivi che l'hanno spinto a scegliere un fornitore piuttosto che un altro?

La qualità assolutamente.

7. Qual è stato il costo indicativo del suo matrimonio?

Circa trentamila euro.

a. Qual era il budget che aveva messo a disposizione?

Venticinque¹⁰⁵ circa.

b. Il costo del matrimonio è stato in linea con le sue aspettative?

Sì sì, capita di sforare un po', in realtà sono stata molto fortunata perché il catering era di famiglia, è stato un grosso risparmio.

8. C'è un servizio a cui ha preferito dedicare un budget più consistente rispetto alla media dei prezzi del mercato in relazione all'importanza che gli attribuisce?

L'estetica. Per il catering ero sicura del risultato essendo di famiglia, quindi ho preferito dare un po' più di attenzione ai dettagli.

a. Per quale motivo ritiene che questo servizio sia così importante?

Ovvio che non lo definirei importante, ma lavoro con la bellezza e volevo portarla anche al mio matrimonio. Ci si sposa una volta sola no? In teoria (ride). Sono

¹⁰⁵ Intende venticinquemila euro.

fortunata perché ho potuto permettermi di scegliere quello che volevo, so che per molti di questi tempi non è così.

9. Qual è stato il servizio più costoso?

Se togliamo il catering direi tutto l'allestimento.

10. Il costo del matrimonio è stato coperto interamente da lei?

No, metà del matrimonio l'abbiamo pagata io e mio marito, l'altra metà l'hanno divisa i nostri genitori,

11. Avrebbe potuto dire di conoscere il mercato dei matrimoni prima dell'organizzazione del suo matrimonio?

No per nulla.

a. Sapeva di quali servizi era composto?

Solo qualcuno.

b. Sapeva qual era il costo dei servizi?

L'ho scoperto via via che mi informavo, prima non lo sapevo.

12. Ritiene che il mercato dei matrimoni sia cambiato negli ultimi vent'anni?

Sì molto.

a. Se sì, quali sono i maggiori cambiamenti che evidenzierebbe?

Il costo di certo. Il numero delle persone che sono coinvolte nell'organizzazione, sono diventata matta a fare tutto. Poi non ci pensi, ma ai fornitori devi dedicare un tavolo e pagare anche per loro giustamente. Ci sono tanti costi nascosti voglio dire. Ma più di tutto la complessità dell'organizzazione.

13. Se sì, come giudica il cambiamento che è avvenuto?

È bello, complicato ma bello.

a. Potrebbe dire se sia migliore o peggiore il mercato odierno rispetto a quello passato?

Migliore, ho davvero potuto fare quello che volevo. Ci ha rispecchiato al 100% il nostro matrimonio.

14. Vorrebbe aggiungere qualcosa?

No.

Intervista n°13:

1. Quanto tempo fa è avvenuto il suo matrimonio?

Un anno fa.

a. *La cerimonia è stata civile o religiosa?*

Civile.

b. *Quanto tempo prima della data del suo matrimonio ha deciso di sposarsi?*

Otto mesi prima.

c. *Quanto tempo ha impiegato ad organizzare il suo matrimonio?*

Quattro o cinque mesi.

d. *L'organizzazione è avvenuta in autonomia?*

No, mi ha aiutato la mia famiglia e gli amici.

2. Quanti invitati contava il suo matrimonio?

Circa 60.

a. *In quale momento della giornata si è tenuto il suo matrimonio?*

Ci siamo sposati in comune la sera e il giorno dopo abbiamo fatto la festa con gli amici e i famigliari.

b. *Quali sono stati i momenti principali che si sono susseguiti durante la giornata?*

Beh in comune è stata una cosa veloce e dopo siamo usciti a cena con i testimoni. Il giorno dopo c'è stato un lungo pranzo intervallato dagli scherzi degli amici e dai video, le foto e la festa serale.

3. Qual era il luogo che ospitava il ricevimento?

Una villa.

a. *Si è servito di un catering esterno?*

No.

b. *Se no, per quale motivo?*

La villa aveva la ristorazione interna, lo chef è rinomato.

4. Quali sono state le qualità principali che hanno caratterizzato il suo matrimonio?

È stato un po' diverso dal solito dato che era diviso in due giornate, ma crediamo che sia stato più leggero per gli ospiti, non ci piaceva l'idea di un matrimonio infinito.

a. *Ha scelto uno stile in particolare per il suo matrimonio?*

Era elegante e raffinato.

b. *Gli allestimenti seguivano un tema preciso?*

Il viaggio, i tavoli erano nominati con i paesi che abbiamo visitato insieme prima del matrimonio. Il nostro tavolo invece era chiamato come la destinazione dei nostri sogni, l'Africa.

c. *I colori sono stati scelti e abbinati secondo un'idea di estetica particolare?*

Abbiamo deciso il bianco e il verde salvia, ci piaceva come abbinamento, non aveva un'idea particolare dietro.

d. *Si è affidato a una figura professionale che aveva il compito di curare i dettagli estetici del suo matrimonio?*

No, ci siamo arrangiati.

5. Ricorda indicativamente quanti fornitori ha scelto per il suo matrimonio?

Una decina più o meno.

a. *Se sì, riesce ad elencarli?*

Capelli e trucco per mia moglie, i vestiti, la macchina, i video e le foto, la villa, i fiori, l'intrattenimento e il servizio bar che non era compreso nel preventivo della villa.

6. Come è venuto a conoscenza dei fornitori da lei scelti per il suo matrimonio?

Internet prevalentemente.

a. *Oltre alle fonti di cui ha parlato, ha utilizzato altri strumenti per ricercare i fornitori?*

Mia moglie ha anche chiesto pareri ad amiche e conoscenti.

7. Quali sono stati i motivi che l'hanno spinto a scegliere un fornitore piuttosto che un altro?

Prima di tutto il prezzo in relazione alla qualità, poi direi anche la gentilezza e la passione, soprattutto per il fotografo. Deve essere anche simpatico dato che ci passi un'intera giornata.

8. Qual è stato il costo indicativo del suo matrimonio?

Avremo speso diciotto o ventimila euro.

a. *Qual era il budget che aveva messo a disposizione?*

Pensavamo di rimanere sui quindicimila.

b. *Il costo del matrimonio è stato in linea con le sue aspettative?*

Insomma, non proprio.

9. C'è un servizio a cui ha preferito dedicare un budget più consistente rispetto

alla media dei prezzi del mercato in relazione all'importanza che gli attribuisce?

Il cibo.

a. Per quale motivo ritiene che questo servizio sia così importante?

Perché avevamo piacere che i nostri ospiti fossero trattati molto bene, era la cosa più importante.

10. Qual è stato il servizio più costoso?

Il cibo appunto.

11. Il costo del matrimonio è stato coperto interamente da lei?

Da noi, io e mia moglie. Poi in realtà con i soldi delle buste è stato quasi ripagato.

12. Avrebbe potuto dire di conoscere il mercato dei matrimoni prima dell'organizzazione del suo matrimonio?

Io no, mi appoggiavo completamente a mia moglie che era più ferrata di me (ride).

a. Sapeva di quali servizi era composto?

Avrei saputo solo del ristorante e degli abiti, nient'altro.

b. Sapeva qual era il costo dei servizi?

Non credevo fosse così alto per certe cose, soprattutto il fiorista.

13. Ritiene che il mercato dei matrimoni sia cambiato negli ultimi vent'anni?

Certo, è innegabile.

a. Se sì, quali sono i maggiori cambiamenti che evidenzierebbe?

Noi abbiamo fatto cose abbastanza semplici rispetto ai matrimoni di amici a cui siamo andati, ci siamo arrangiati in tantissime cose per poter investire di più sui servizi che invece abbiamo delegato. Ma il lavoro è tanto e il tempo è sempre meno. Il nostro è stato un matrimonio piccolo ma se avessimo avuto più invitati probabilmente ci saremmo rivolti a una wedding planner. Rispetto a una volta ci sono sicuramente tante cose in più a cui pensare. Il cambiamento segue l'evoluzione anche dei nostri stili di vita credo. Non siamo più abituati a rinunciare a determinate cose che un tempo potevano essere superflue.

14. Se sì, come giudica il cambiamento che è avvenuto?

Molto buono per certi versi. Molto dispendioso in termini di tempo e denaro.

a. Potrebbe dire se sia migliore o peggiore il mercato odierno rispetto a quello passato?

Migliore, è sempre buono avere tanta scelta, basta riuscire a gestire lo stress dell'organizzazione.

15. Vorrebbe aggiungere qualcosa?

Mmh no.

Intervista n° 14:

1. Quanto tempo fa è avvenuto il suo matrimonio?

Tre mesi fa, fresco fresco.

a. La cerimonia è stata civile o religiosa?

Religiosa.

b. Quanto tempo prima della data del suo matrimonio ha deciso di sposarsi?

A Natale ho ricevuto la proposta, ci siamo sposati a luglio.

c. Quanto tempo ha impiegato ad organizzare il suo matrimonio?

Sette mesi ma sono stati pochi lavorando entrambi otto ore al giorno, mio marito ha anche un secondo lavoro quindi è stata dura, ho dovuto fare tanto da sola ed ero anche incinta.

d. L'organizzazione è avvenuta in autonomia?

No, non ce l'avrei fatta.

e. Se è stato aiutato da qualcuno, chi?

Le mie amiche sono state fondamentali. Una di loro aveva esperienza nel campo dei matrimoni e mi è stata di supporto, l'altra invece è una persona molto manuale quindi mi ha aiutata per i preparativi materiali come le bomboniere, gli inviti, i segna posto.

2. Quanti invitati contava il suo matrimonio?

Centoquindici.

a. In quale momento della giornata si è tenuto il suo matrimonio?

Ci siamo sposati alle 17:00.

b. Quali sono stati i momenti principali che si sono susseguiti durante la giornata?

La giornata è stata dedicata ai preparativi, la cerimonia, l'aperitivo per gli ospiti mentre noi facevamo le foto, la cena cantata, il taglio della torta e la festa finale. Dormivamo in villa perché era abbastanza lontana, i nostri amici più cari sono rimasti fino a tardi.

3. Qual era il luogo che ospitava il ricevimento?

Una villa nel veneziano.

a. Si è servito di un catering esterno?

Sì.

b. Se sì, per quale motivo?

Ho deciso per la villa e il catering perché mi piaceva l'idea di poter mettere insieme due fornitori diversi e personalizzare al massimo l'ambiente, avevo un'idea precisa in mente da realizzare.

4. Quali sono state le qualità principali che hanno caratterizzato il suo matrimonio?

È stato elegante e ci siamo divertiti tantissimo, tanto movimentato, tra ogni portata gli ospiti si alzavano a ballare, è stato bello così.

a. Ha scelto uno stile in particolare per il suo matrimonio?

Sì, era tutto in stile un po' retrò ma molto raffinato.

b. Gli allestimenti seguivano un tema preciso?

Il tema del matrimonio era Venezia, io ho origini veneziane quindi mi piaceva richiamare questo elemento. E da lì tutto ha seguito il filo logico, quindi c'erano lampadari a goccia, velluti verdi, candele, non volevo fiori, i tavoli si chiamavano come le calli e i campi più belli di Venezia.

c. I colori sono stati scelti e abbinati secondo un'idea di estetica particolare?

I colori del matrimonio erano sabbia e pesca.

d. Si è affidato a una figura professionale che aveva il compito di curare i dettagli estetici del suo matrimonio?

Sì, una decoratrice si è occupata dell'allestimento della chiesa e della villa. Non volevo i classici fiori quindi il fiorista non mi avrebbe aiutata, l'ho semplicemente sostituito con una designer.

5. Ricorda indicativamente quanti fornitori ha scelto per il suo matrimonio?

Parecchi.

a. Se sì, riesce ad elencarli?

Se si considerano anche loro, i parrucchieri e la truccatrice, il vestito, dj e cantante, fotografo, la mia amica ha fatto le grafiche quindi ho solo dovuto stamparle in tipografia, la decoratrice, la babysitter, catering e villa. Le bomboniere le abbiamo

confezionate a casa ma le ho prese in Puglia.

6. Come è venuto a conoscenza dei fornitori da lei scelti per il suo matrimonio?

Internet, ho cercato su matrimonio.com, la villa è stata la prima che ho visto e l'ho confermata subito, il fotografo è famoso nella mia zona e dopo aver valutato altre opzioni ho scelto lui. Direi quindi la internet, i social e la conoscenza per sentito dire.

a. Oltre alle fonti di cui ha parlato, ha utilizzato altri strumenti per ricercare i fornitori?

No no.

7. Quali sono stati i motivi che l'hanno spinto a scegliere un fornitore piuttosto che un altro?

Abbiamo cercato di risparmiare sulle cose che per noi non erano particolarmente importanti per investire sulla qualità dei fornitori. Quindi direi proprio quella, la qualità.

8. Qual è stato il costo indicativo del suo matrimonio?

L'ammontare preciso è difficile da dire, ma non meno di trentacinquemila euro.

a. Qual era il budget che aveva messo a disposizione?

Non avevamo messo a disposizione un budget preciso.

b. Il costo del matrimonio è stato in linea con le sue aspettative?

No per nulla, pensavo costasse tutto molto meno.

9. C'è un servizio a cui ha preferito dedicare un budget più consistente rispetto alla media dei prezzi del mercato in relazione all'importanza che gli attribuisce?

Il catering e il fotografo.

a. Per quale motivo ritiene che questo servizio sia così importante?

Il catering è sempre importantissimo, hanno tutti mangiato bene ed era giusto così, il fotografo l'abbiamo pagato parecchio ma i ricordi sono la cosa più bella.

10. Qual è stato il servizio più costoso?

Il catering.

11. Il costo del matrimonio è stato coperto interamente da lei?

Io e mio marito.

12. Avrebbe potuto dire di conoscere il mercato dei matrimoni prima

dell'organizzazione del suo matrimonio?

No zero.

- a. *Sapeva di quali servizi era composto?*

Alcuni.

- b. *Sapeva qual era il costo dei servizi?*

No.

13. Ritiene che il mercato dei matrimoni sia cambiato negli ultimi vent'anni?

Sì tanto anche.

- a. *Se sì, quali sono i maggiori cambiamenti che evidenzierebbe?*

Una volta un matrimonio era una messa con un ricevimento lungo al ristorante, oggi se organizzi un matrimonio organizzi un evento. Hai tanti dettagli da seguire e se ci tieni diventa anche molto costoso.

14. Se sì, come giudica il cambiamento che è avvenuto?

In positivo, rifarei le stesse scelte, è stato bellissimo.

- a. *Potrebbe dire se sia migliore o peggiore il mercato odierno rispetto a quello passato?*

Migliore.

15. Vorrebbe aggiungere qualcosa?

No.

Intervista n°15:

1. Quanto tempo fa è avvenuto il suo matrimonio?

Ci siamo sposati nel 2016.

- a. *La cerimonia è stata civile o religiosa?*

Religiosa, volevo che fosse un giuramento più profondo di una firma in comune.

- b. *Quanto tempo prima della data del suo matrimonio ha deciso di sposarsi?*

Un anno e mezzo prima mio marito mi ha fatto la proposta, stavamo facendo casa e avremmo voluto entrarci da sposati. Non si usa più, prima si convive, ma col senno di poi lo rifarei.

- c. *Quanto tempo ha impiegato ad organizzare il suo matrimonio?*

Un anno circa.

- d. *L'organizzazione è avvenuta in autonomia?*

Sì, mi piaceva tanto l'idea di realizzare finalmente i tanti progetti che ho fatto fin da piccolina.

e. *Se è stato aiutato da qualcuno, chi?*

Ovvio che mia mamma mi ha aiutato tanto, mio fratello anche, le mie amiche... avevo tanto aiuto.

2. Quanti invitati contava il suo matrimonio?

I miei erano una novantina, era mio marito che faceva salire il conto (ride), in totale eravamo centosessanta più o meno.

a. *In quale momento della giornata si è tenuto il suo matrimonio?*

Dopo alcuni matrimoni di amici abbiamo scoperto la bellezza del matrimonio serale, ha una bellissima atmosfera oltre a stancare meno gli ospiti.

b. *Quali sono stati i momenti principali che si sono susseguiti durante la giornata?*

La mattina ho passato un po' di tempo con la mia famiglia, abbiamo iniziato i preparativi e pranzato al volo. Alle 17:00 ero in chiesa, quasi quasi avevo paura di arrivare prima dello sposo (ride). Dopo dalla chiesa abbiamo fatto aperitivo con i testimoni e alcuni amici, siamo andati a fare qualche foto al tramonto e poi in location. Abbiamo cenato e festeggiato. Dopo i nostri amici sono venuti a casa nostra per gli scherzi ed è finita con una pasta per tutti alle quattro del mattino.

3. Qual era il luogo che ospitava il ricevimento?

Non è stato facile sceglierlo ma era una villa, non molto distante da casa nostra, volevamo gli invitati fossero comodi.

a. *Si è servito di un catering esterno?*

Sì.

b. *Se sì, per quale motivo?*

La villa offriva la possibilità di usufruire della loro ristorazione o di fare venire un proprio catering, non sono in tanti a farlo infatti l'abbiamo decisa anche per questo. Volevamo un catering nostro perché conoscevamo la qualità dopo averlo visto al matrimonio di amici.

4. Quali sono state le qualità principali che hanno caratterizzato il suo matrimonio?

Rilassato, caciario¹⁰⁶, curato.

¹⁰⁶ Termine dialettico, intende divertente, festaiolo.

a. *Ha scelto uno stile in particolare per il suo matrimonio?*

Sì ma non saprei come definirlo, volevo che fosse elegante ma non troppo, c'era l'atmosfera di tante candele e i fiori erano molto semplici.

b. *Gli allestimenti seguivano un tema preciso?*

Non ho scelto un tema ma c'era un nesso logico in tutto. I tavoli avevano il nome di canoni d'amore italiane anni '60 e '70, le stesse che sono state inserite tra le canzoni della serata. Le bomboniere le ho fatte io, erano saponi e candele con la stessa fragranza dei fiori del matrimonio, rosa, peonia e camomilla. Quindi se non c'era un tema, c'era un nesso tra tutto.

c. *I colori sono stati scelti e abbinati secondo un'idea di estetica particolare?*

Ho scelto l'avorio e i dettagli erano dorati.

d. *Si è affidato a una figura professionale che aveva il compito di curare i dettagli estetici del suo matrimonio?*

No, mi piace tanto pensare personalmente a queste cose.

5. Ricorda indicativamente quanti fornitori ha scelto per il suo matrimonio?

Sette o otto (tono interrogativo).

a. *Se sì, riesce ad elencarli?*

Trucco e parrucchiere, l'estetista, l'abito, il fiorista, l'auto, il dj, la cantante per la chiesa, il grafico, la villa e il catering, il fotografo e il videomaker e un intrattenimento per i bambini. Più di sette/otto (ride).

6. Come è venuto a conoscenza dei fornitori da lei scelti per il suo matrimonio?

Ho chiesto consiglio in giro e mi sono affidata tanto anche alle recensioni online.

Se non avevo pareri da amici erano l'unica cosa che mi aiutava a scegliere.

a. *Oltre alle fonti di cui ha parlato, ha utilizzato altri strumenti per ricercare i fornitori?*

No non credo.

7. Quali sono stati i motivi che l'hanno spinta a scegliere un fornitore piuttosto che un altro?

Volevo che mi rispecchiassero e che capissero esattamente cosa avevo in mente.

Poi quelli che dovevano essere presenti con gli ospiti volevo che fossero anche persone piacevoli, come il dj e il fotografo. Devo dire che abbiamo scelto bene, ovviamente tutto doveva essere nel budget altrimenti si escludeva.

8. Qual è stato il costo indicativo del suo matrimonio?

Circa ventimila euro.

a. Qual era il budget che aveva messo a disposizione?

Onestamente meno spendevo meglio era, non mettevo io tutti i soldi quindi mi sentivo in colpa a spendere troppo. Il tetto massimo era proprio ventimila.

b. Il costo del matrimonio è stato in linea con le sue aspettative?

Sì certo.

9. C'è un servizio a cui ha preferito dedicare un budget più consistente rispetto alla media dei prezzi del mercato in relazione all'importanza che gli attribuisce?

Il cibo, il catering.

a. Per quale motivo ritiene che questo servizio sia così importante?

Non si va via da un matrimonio con la fame, è parte integrante della festa. Abbiamo previsto alternative per tutti i gusti e per le intolleranze.

10. Qual è stato il servizio più costoso?

Il catering.

11. Il costo del matrimonio è stato coperto interamente da lei?

No, io e mio marito ci stavamo facendo la casa non avevamo i soldi per sposarci, ho chiesto ai miei. I suoi ci avevano già dato una mano per la casa.

12. Avrebbe potuto dire di conoscere il mercato dei matrimoni prima dell'organizzazione del suo matrimonio?

Abbastanza bene, mi piaceva molto informarmi quindi ero preparata.

a. Sapeva di quali servizi era composto?

Sì.

b. Sapeva qual era il costo dei servizi?

Sì.

13. Ritiene che il mercato dei matrimoni sia cambiato negli ultimi vent'anni?

Sì.

a. Se sì, quali sono i maggiori cambiamenti che evidenzierebbe?

Beh non credo esistessero i videomaker o le baby sitter, ma anche solo la wedding planner di oggi una volta era impensabile, mentre ora è un servizio quasi fondamentale. E poi i matrimoni erano più o meno tutti molto simili, oggi c'è

proprio la ricerca del mai visto e le opportunità di crearlo sono infinite per ogni budget.

14. Se sì, come giudica il cambiamento che è avvenuto?

Decisamente in modo positivo.

a. *Potrebbe dire se sia migliore o peggiore il mercato odierno rispetto a quello passato?*

Migliore, anche se costa di più.

15. Vorrebbe aggiungere qualcosa?

No no.

Intervista n°16:

1. Quanto tempo fa è avvenuto il suo matrimonio?

Un mese fa.

a. *La cerimonia è stata civile o religiosa?*

Religiosa.

b. *Quanto tempo prima della data del suo matrimonio ha deciso di sposarsi?*

Erano undici mesi prima.

c. *Quanto tempo ha impiegato ad organizzare il suo matrimonio?*

Otto o nove mesi.

d. *L'organizzazione è avvenuta in autonomia?*

Ha fatto mia moglie.

e. *Se è stato aiutato da qualcuno, chi?*

Dalle famiglie di entrambi e anche gli amici.

2. Quanti invitati contava il suo matrimonio?

Centosessantacinque durante la giornata, trenta la sera.

a. *In quale momento della giornata si è tenuto il suo matrimonio?*

La mattina alle undici.

b. *Quali sono stati i momenti principali che si sono susseguiti durante la giornata?*

Il rinfresco, la cerimonia, le foto, il pranzo intervallato da scherzi e video, altre foto, l'arrivo degli invitati della sera, il taglio della torta, il buffet dei dolci e la festa, durante la festa abbiamo preparato per gli invitati un altro piccolo buffet di porchetta e birra.

3. Qual era il luogo che ospitava il ricevimento?

Non era una villa, era un rustico, un'ex fornace.

a. Si è servito di un catering esterno?

Sì, non avevamo la ristorazione interna.

4. Quali sono state le qualità principali che hanno caratterizzato il suo matrimonio?

Gioviale e festoso.

a. Ha scelto uno stile in particolare per il suo matrimonio?

Rustico.

b. Gli allestimenti seguivano un tema preciso?

Il Giappone era il tema che legava tutto, la meta del nostro viaggio di nozze.

c. I colori sono stati scelti e abbinati secondo un'idea di estetica particolare?

Abbiamo usato per tutti i dettagli il colore preferito della sposa, il blu.

d. Si è affidato a una figura professionale che aveva il compito di curare i dettagli estetici del suo matrimonio?

No no, mia moglie ha fatto tutto, dai centro tavola alle bomboniere, anche il tableau.

5. Ricorda indicativamente quanti fornitori ha scelto per il suo matrimonio?

Una decina.

a. Se sì, riesce ad elencarli?

Parrucchiere, abito, macchina, grafico, tipografia, catering e location, il fotografo e il video maker e l'animazione, c'erano tanti bambini.

6. Come è venuto a conoscenza dei fornitori da lei scelti per il suo matrimonio?

Internet, mia moglie si affidava a matrimonio.com e io mi affidavo a lei (ride).

a. Oltre alle fonti di cui ha parlato, ha utilizzato altri strumenti per ricercare i fornitori?

Il passa parola sicuramente, il catering era lo stesso di vari matrimoni a cui siamo stati, il fotografo era un amico, quindi se non usavamo internet, ci affidavamo alle conoscenze.

7. Quali sono stati i motivi che l'hanno spinto a scegliere un fornitore piuttosto che un altro?

Qualità dei servizi.

8. Qual è stato il costo indicativo del suo matrimonio?

Poco meno di trenta mila euro, avevamo tanti invitati quindi il costo è salito per quello.

a. *Qual era il budget che aveva messo a disposizione?*

Circa quello, un po' meno.

b. *Il costo del matrimonio è stato in linea con le sue aspettative?*

Sì sì, quello del catering ha superato leggermente l'aspettativa ma perché varia in base alla quantità di vino che viene bevuto.

9. C'è un servizio a cui ha preferito dedicare un budget più consistente rispetto alla media dei prezzi del mercato in relazione all'importanza che gli attribuisce?

Sì, il catering, abbiamo alzato un pochino il budget per garantire che ci fosse tanto cibo e che non mancasse niente.

a. *Per quale motivo ritiene che questo servizio sia così importante?*

La giornata è lunga e non volevamo che gli ospiti non mangiassero abbastanza.

10. Qual è stato il servizio più costoso?

Il catering.

11. Il costo del matrimonio è stato coperto interamente da lei?

Da noi e dalle nostre famiglie.

12. Avrebbe potuto dire di conoscere il mercato dei matrimoni prima dell'organizzazione del suo matrimonio?

No per niente.

a. *Sapeva di quali servizi era composto?*

I principali, a grandi linee.

b. *Sapeva qual era il costo dei servizi?*

No, potevo immaginarlo ma non avrei saputo dirlo con certezza.

13. Ritiene che il mercato dei matrimoni sia cambiato negli ultimi vent'anni?

Sì sì.

a. *Se sì, quali sono i maggiori cambiamenti che evidenzierebbe?*

Se parliamo di mercato in sé e non del senso del matrimonio, ci sono più fornitori e più possibilità di scegliere i vari servizi. Ogni matrimonio è diverso dall'altro anche per questo.

14. Se sì, come giudica il cambiamento che è avvenuto?

Positivo.

- a. Potrebbe dire se sia migliore o peggiore il mercato odierno rispetto a quello passato?

Migliore quello di oggi.

15. Vorrebbe aggiungere qualcosa?

No.

Intervista n°17:

1. Quanto tempo fa è avvenuto il suo matrimonio?

Quattro mesi fa.

- a. *La cerimonia è stata civile o religiosa?*

Civile.

- b. *Quanto tempo prima della data del suo matrimonio ha deciso di sposarsi?*

Tre anni (ride). Dovevamo farlo prima del covid ma abbiamo rimandato a quando eravamo sicuri che avremmo potuto sposarci senza problemi.

- c. *Quanto tempo ha impiegato ad organizzare il suo matrimonio?*

Io sono un caso a parte perché appunto i rinvii hanno allungato i tempi, se dovessi rispondere direi tre anni ma ovviamente credo che in condizioni normali in qualche mese si possa fare tutto.

- d. *L'organizzazione è avvenuta in autonomia?*

No, per via della situazione mi sono affidata a una wedding planner che gestisse i fornitori e i vari rinvii purtroppo.

- e. *Se è stato aiutato da qualcuno, chi?*

Oltre alla wedding planner anche dalla mia famiglia.

2. Quanti invitati contava il suo matrimonio?

Centocinquanta. Erano tanti.

- a. *In quale momento della giornata si è tenuto il suo matrimonio?*

La mattina.

- b. *Quali sono stati i momenti principali che si sono susseguiti durante la giornata?*

Il buffet a casa, la cerimonia è stata sotto le mura della città in cui abitiamo. Il pranzo, le foto e il taglio della torta.

- c. *Non c'è stata una festa successivamente?¹⁰⁷*

¹⁰⁷ Rilancio aggiunto nel corso dell'intervista.

Ah sì certo.

3. Qual era il luogo che ospitava il ricevimento?

Era una villa.

a. Si è servito di un catering esterno?

Allora avevo un catering ma non era esterno alla villa, nel senso che quella location aveva l'esclusiva per quel catering.

b. Se sì, per quale motivo?

È stata una scelta un po' costretta dalla location diciamo. Ma è stato anche comodo perché si sono occupati anche dell'allestimento che era molto bello.

4. Quali sono state le qualità principali che hanno caratterizzato il suo matrimonio?

Bagnato (ride), c'era la pioggia, ma divertentissimo, movimentato, per niente noioso.

a. Ha scelto uno stile in particolare per il suo matrimonio?

La villa ha uno stile classico.

b. Gli allestimenti seguivano un tema preciso?

Non un tema, no.

c. I colori sono stati scelti e abbinati secondo un'idea di estetica particolare?

Sì, il grigio e il rosa.

d. Si è affidato a una figura professionale che aveva il compito di curare i dettagli estetici del suo matrimonio?

Non nello specifico, la wedding fa anche questo, poi il catering allestiva la villa.

5. Ricorda indicativamente quanti fornitori ha scelto per il suo matrimonio?

Oddio difficile dire una cifra.

a. Se no, indichi quali sono secondo lei tutti i fornitori che avrebbero potuto essere presenti.

La wedding, la grafica, il dj, le babysitter, la villa e il catering, le foto, il video, i vestiti e la parrucchiera, c'erano anche i fuochi.

6. Come è venuto a conoscenza dei fornitori da lei scelti per il suo matrimonio?

La wedding planner ci proponeva cinque fornitori per ogni cosa, poi noi guardavamo i loro lavori sui social e sceglievamo.

a. Oltre alle fonti di cui ha parlato, ha utilizzato altri strumenti per ricercare i

fornitori?

Il negozio di abiti da sposa era lo stesso dove è andata mia mamma quando si è sposata lei.

7. Quali sono stati i motivi che l'hanno spinto a scegliere un fornitore piuttosto che un altro?

Noi avevamo dato delle indicazioni di prezzo alla wedding planner quindi lei ci ha proposto solo quelli che stavano nel budget, poi dall'estetica di quello che vedevamo tramite le loro foto sui social abbiamo scelto.

8. Qual è stato il costo indicativo del suo matrimonio?

Avrebbe potuto essere più basso se non avessimo perso le caparre iniziali per colpa del covid, alla fine sono stati circa trentamila euro.

a. Qual era il budget che aveva messo a disposizione?

Non volevamo spendere più di venticinquemila euro. Ne abbiamo persi circa duemila, altro motivo per cui abbiamo scelto di ingaggiare la wedding, le abbiamo dato un budget e lei l'ha rispettato, comprendendo anche il costo del suo servizio.

b. Il costo del matrimonio è stato in linea con le sue aspettative?

Sì.

9. C'è un servizio a cui ha preferito dedicare un budget più consistente rispetto alla media dei prezzi del mercato in relazione all'importanza che gli attribuisce?

La wedding planner.

a. Per quale motivo ritiene che questo servizio sia così importante?

Eravamo davvero stanchi di rinviare i fornitori, stavamo perdendo soldi e la pazienza. L'organizzazione stava diventando più uno stress che altro. È stata fondamentale per rimetterci in carreggiata davvero.

10. Qual è stato il servizio più costoso?

Il catering credo, anche se in realtà seguendo in modo esclusivo la villa ci hanno proposto un pacchetto che comprendeva tutto o quasi. Quindi non ricordo il costo preciso.

11. Il costo del matrimonio è stato coperto interamente da lei?

No, i nostri genitori ci hanno regalato gli abiti e mio papà ha fuso l'oro di alcune vecchie medaglie che aveva per farci le fedi. È stato un gesto bellissimo. I testimoni

ci hanno regalato il fotografo. Poi in realtà con i soldi delle buste abbiamo ripagato quasi tutto il ricevimento.

12. Avrebbe potuto dire di conoscere il mercato dei matrimoni prima dell'organizzazione del suo matrimonio?

No ma con questa situazione posso dire di averlo conosciuto molto bene (ride).

a. Sapeva di quali servizi era composto?

Solo i più scontati. Il cibo, i vestiti, il fotografo, non avevo mai pensato al resto.

b. Sapeva qual era il costo dei servizi?

A grandi linee lo immaginavo.

13. Ritiene che il mercato dei matrimoni sia cambiato negli ultimi vent'anni?

Sì mamma mia.

a. Se sì, squali sono i maggiori cambiamenti che evidenzierebbe?

Oggi ci sono diverse figure che possono supportarti, noi avevamo la wedding ma volendo anche la villa aveva un'organizzatrice. La differenza stava nel fatto che la nostra non riceveva *fee*¹⁰⁸ dai fornitori, mentre quella della struttura sì. Noi ci siamo fidati della nostra perché ci sembrava più trasparente nel proporci i vari servizi. Sicuramente una volta non avevano tutte queste cose. Ogni fornitore ti propone alternative di tutto, ha veramente mille possibilità.

14. Se sì, come giudica il cambiamento che è avvenuto?

Costoso ma direi più bello.

a. Potrebbe dire se sia migliore o peggiore il mercato odierno rispetto a quello passato?

Migliore quello odierno.

15. Vorrebbe aggiungere qualcosa?

(ci pensa) non credo.

Intervista n°18:

1. Quanto tempo fa è avvenuto il suo matrimonio?

Nel 2019, tre anni fa.

a. La cerimonia è stata civile o religiosa?

¹⁰⁸ In questo contesto si intende una percentuale di profitto che un fornitore riceve da un altro fornitore per aver procurato lui un acquirente.

Religiosa.

b. *Quanto tempo prima della data del suo matrimonio ha deciso di sposarsi?*

Due anni.

c. *Quanto tempo ha impiegato ad organizzare il suo matrimonio?*

Un anno e mezzo.

d. *L'organizzazione è avvenuta in autonomia?*

Sì, ci siamo arrangiati a fare tutto.

e. *Se è stato aiutato da qualcuno, chi?*

Dalle famiglie e dagli amici.

2. Quanti invitati contava il suo matrimonio?

Centoventi di giorno e venti sono arrivati la sera.

a. *In quale momento della giornata si è tenuto il suo matrimonio?*

Di mattina.

b. *Quali sono stati i momenti principali che si sono susseguiti durante la giornata?*

Preparazione con le testimoni, buffet con i miei invitati, cerimonia in chiesa, foto sulle mura storiche della città in cui viviamo, pranzo e festa, arrivo degli amici meno stretti la sera, foto al tramonto in location, taglio torta con i fuochi d'artificio e festa che poi è continuata a casa nostra.

3. Qual era il luogo che ospitava il ricevimento?

Una villa che fa anche da ristorante.

a. *Si è servito di un catering esterno?*

No, non potevamo portare il nostro catering.

4. Quali sono state le qualità principali che hanno caratterizzato il suo matrimonio?

C'era tanta gioia, forse il divertimento è stato un po' spento dai proprietari della location che erano molto severi.

a. *Ha scelto uno stile in particolare per il suo matrimonio?*

Boho chic¹⁰⁹.

b. *Gli allestimenti seguivano un tema preciso?*

Io lavoro in una pasticceria, quindi ho riportato qualche dettaglio di questo, ma non

¹⁰⁹ Uno stile rustico, che richiama dettagli dal profumo provenzale, il colore dominante è il bianco accompagnato normalmente da colori pastello e materiali naturali, come legno, corda e tessuti rustici.

direi che c'era un tema.

- c. *I colori sono stati scelti e abbinati secondo un'idea di estetica particolare?*

Il lilla e i dettagli dorati erano i colori del matrimonio.

- d. *Si è affidato a una figura professionale che aveva il compito di curare i dettagli estetici del suo matrimonio?*

No no.

5. Ricorda indicativamente quanti fornitori ha scelto per il suo matrimonio?

Considerando che mi sono arrangiata a fare molto ho risparmiato su alcuni fornitori, non avevo la fiorista ad esempio perché ho fatto io le decorazioni per la chiesa e il centro tavola, anche le bomboniere ho fatto con mia mamma. La grafica mi ha preparato la stationary e poi sono riuscita a stamparmela a casa. Restano la villa, il fotografo, il dj, gli abiti e la parrucchiera che mi ha anche truccata e i fuochi. Ovviamente la torta l'ho fatta io a lavoro. Non avevamo la macchina perché siamo arrivati entrambi con la nostra Vespa.

6. Come è venuto a conoscenza dei fornitori da lei scelti per il suo matrimonio?

Da matrimonio.com e dai social.

- a. *Oltre alle fonti di cui ha parlato, ha utilizzato altri strumenti per ricercare i fornitori?*

Per alcuni servizi abbiamo chiesto consiglio agli amici che si erano sposati poco tempo prima.

7. Quali sono stati i motivi che l'hanno spinto a scegliere un fornitore piuttosto che un altro?

Oltre ai pareri positivi degli amici, guardavamo tanto le recensioni online.

8. Qual è stato il costo indicativo del suo matrimonio?

Ventimila euro circa.

- a. *Qual era il budget che aveva messo a disposizione?*

Non ho messo a disposizione una cifra, ho cercato di arrangiarmi più possibile per fare una cosa che parlasse di noi e poi ho scelto i fornitori in base alla qualità e al prezzo.

- b. *Il costo del matrimonio è stato in linea con le sue aspettative?*

Sì direi di sì.

9. C'è un servizio a cui ha preferito dedicare un budget più consistente rispetto

alla media dei prezzi del mercato in relazione all'importanza che gli attribuisce?

L'abito, mia mamma me l'ha regalato e davvero me l'ha fatto scegliere senza guardare il prezzo.

a. *Per quale motivo ritiene che questo servizio sia così importante?*

Forse era più importante per lei che per me, era un regalo che voleva farmi ed è stato più che apprezzato.

10. Qual è stato il servizio più costoso?

Il ristorante.

11. Il costo del matrimonio è stato coperto interamente da lei?

Del matrimonio in sé da me e mio marito, alcuni dettagli ce li hanno regalati i genitori.

12. Avrebbe potuto dire di conoscere il mercato dei matrimoni prima dell'organizzazione del suo matrimonio?

No non lo conoscevo per niente.

a. *Sapeva di quali servizi era composto?*

Non tutti sicuramente, non mi sono mai interessata.

b. *Sapeva qual era il costo dei servizi?*

No.

13. Ritiene che il mercato dei matrimoni sia cambiato negli ultimi vent'anni?

Sì.

a. *Se sì, quali sono i maggiori cambiamenti che evidenzerebbe?*

Oggi sono molto più personalizzabili, puoi scegliere anche quanto vuoi accollarti l'organizzazione. Se ti piace, come a me, ti arrangi a fare tutto, altrimenti ti fai aiutare. Quindi oltre a differenziarsi dai matrimoni di una volta, oggi si differenziano anche l'uno dall'altro. Il mio è stato completamente diverso da quelli delle mie amiche che si sono sposate nello stesso anno. Una volta questa diversità non c'era.

14. Se sì, come giudica il cambiamento che è avvenuto?

Positivamente, sicuramente non lo farei come quello di mia mamma.

a. *Potrebbe dire se sia migliore o peggiore il mercato odierno rispetto a quello passato?*

Migliore.

15. Vorrebbe aggiungere qualcosa?

No grazie.

Intervista n° 19:

1. Quanto tempo fa è avvenuto il suo matrimonio?

Sette maggio di quest'anno.

a. *La cerimonia è stata civile o religiosa?*

Religiosa.

b. *Quanto tempo prima della data del suo matrimonio ha deciso di sposarsi?*

Un anno e mezzo.

c. *Quanto tempo ha impiegato ad organizzare il suo matrimonio?*

Cinque mesi.

d. *L'organizzazione è avvenuta in autonomia?*

Sì.

e. *Se è stato aiutato da qualcuno, chi?*

No, da nessuno.

2. Quanti invitati contava il suo matrimonio?

Una settantina.

a. *In quale momento della giornata si è tenuto il suo matrimonio?*

Dal mattino.

b. *Quali sono stati i momenti principali che si sono susseguiti durante la giornata?*

Rinfresco, cerimonia, pranzo, un po' di festa la sera e rientro a casa con gli amici.

3. Qual era il luogo che ospitava il ricevimento?

Un ristorante della zona.

a. *Si è servito di un catering esterno?*

No, c'era il cuoco interno.

4. Quali sono state le qualità principali che hanno caratterizzato il suo matrimonio?

Divertente, sobrio, normale.

a. *Ha scelto uno stile in particolare per il suo matrimonio?*

No no.

b. *Gli allestimenti seguivano un tema preciso?*

I cartoni anni '80.

c. *I colori sono stati scelti e abbinati secondo un'idea di estetica particolare?*

Il colore che ci piaceva era l'azzurro.

d. *Si è affidato a una figura professionale che aveva il compito di curare i dettagli estetici del suo matrimonio?*

No.

5. Ricorda indicativamente quanti fornitori ha scelto per il suo matrimonio?

Fiorista, ristorante, vestito da sposa, fotografo, il rinfresco, grafica e tipografia, la macchina, il cantante e il dj.

6. Come è venuto a conoscenza dei fornitori da lei scelti per il suo matrimonio?

Internet più che altro.

a. *Oltre alle fonti di cui ha parlato, ha utilizzato altri strumenti per ricercare i fornitori?*

Il ristorante perché ci siamo stati una volta.

7. Quali sono stati i motivi che l'hanno spinto a scegliere un fornitore piuttosto che un altro?

Abbiamo scelto i primi che abbiamo trovato perché ci sono piaciuti subito.

8. Qual è stato il costo indicativo del suo matrimonio?

Dodicimila euro circa.

a. *Qual era il budget che aveva messo a disposizione?*

Nessuno.

b. *Il costo del matrimonio è stato in linea con le sue aspettative?*

Sì.

9. C'è un servizio a cui ha preferito dedicare un budget più consistente rispetto alla media dei prezzi del mercato in relazione all'importanza che gli attribuisce?

Il ristorante.

a. *Per quale motivo ritiene che questo servizio sia così importante?*

Perché la gente deve mangiare bene e deve stare bene per quattro o cinque ore.

10. Qual è stato il servizio più costoso?

Il ristorante.

11. Il costo del matrimonio è stato coperto interamente da lei?

Da me e da mio marito, a parte l'abito di mio marito che l'hanno pagato i miei suoceri.

12. Avrebbe potuto dire di conoscere il mercato dei matrimoni prima dell'organizzazione del suo matrimonio?

No.

a. Sapeva di quali servizi era composto?

No per niente.

b. Sapeva qual era il costo dei servizi?

Sapevamo qual era il costo totale medio di un matrimonio, ma non dei singoli servizi.

13. Ritieni che il mercato dei matrimoni sia cambiato negli ultimi vent'anni?

Non saprei, credo sì ma il nostro si avvicinava molto a quelli di una volta. È stato classico, siamo vecchi (ride).

a. Se sì, quali sono i maggiori cambiamenti che evidenzierebbe?

Non saprei rispondere dato che ci siamo attenuti a uno stile classico, forse c'è più scelta e ci sono più dettagli da guardare.

14. Se sì, come giudica il cambiamento che è avvenuto?

In linea con il cambiamento dello stile di vita. Cambiamo noi e cambia anche il mercato, vogliamo più scelta e il mercato si adatta.

a. Potrebbe dire se sia migliore o peggiore il mercato odierno rispetto a quello passato?

Migliore.

15. Vorrebbe aggiungere qualcosa?

No.

Intervista n° 20:

1. Quanto tempo fa è avvenuto il suo matrimonio?

Nel 2018, quattro anni fa.

a. La cerimonia è stata civile o religiosa?

Religiosa.

b. Quanto tempo prima della data del suo matrimonio ha deciso di sposarsi?

Otto mesi prima.

c. *Quanto tempo ha impiegato ad organizzare il suo matrimonio?*

Quattro o cinque mesi, ci siamo sposati in bassa stagione quindi non avevamo problemi a trovare la location e gli altri fornitori.

d. *L'organizzazione è avvenuta in autonomia?*

Sì sì, ci hanno dato una mano solo alcune persone vicine.

e. *Se è stato aiutato da qualcuno, chi?*

I testimoni e mia mamma.

2. Quanti invitati contava il suo matrimonio?

Centotrenta.

a. *In quale momento della giornata si è tenuto il suo matrimonio?*

La mattina, era inverno quindi sarebbe stato buio troppo presto per farlo di pomeriggio anche se lo avrei preferito.

b. *Quali sono stati i momenti principali che si sono susseguiti durante la giornata?*

Il buffet, la cerimonia, le foto, il pranzo, il taglio della torta, abbiamo fatto un ulteriore buffet con l'atmosfera delle candele e la festa.

3. Qual era il luogo che ospitava il ricevimento?

Una filanda adibita a location per matrimoni.

a. *Si è servito di un catering esterno?*

No perché la villa aveva ristorazione interna.

4. Quali sono state le qualità principali che hanno caratterizzato il suo matrimonio?

È stato bellissimo, divertente, familiare, suggestivo.

a. *Ha scelto uno stile in particolare per il suo matrimonio?*

Uno stile classico.

b. *Gli allestimenti seguivano un tema preciso?*

Ci siamo sposati il ventuno dicembre, quindi il tema era il Natale, lo amiamo sia io che mio marito.

c. *I colori sono stati scelti e abbinati secondo un'idea di estetica particolare?*

Erano i colori tipici natalizi, quindi il rosso e il dorato con qualche dettaglio verde pino.

d. *Si è affidato a una figura professionale che aveva il compito di curare i dettagli*

estetici del suo matrimonio?

No, solo il service delle luci ha curato in modo particolare l'estetica, per il resto si è arrangiata la villa con la fiorista.

5. Ricorda indicativamente quanti fornitori ha scelto per il suo matrimonio?

Il service, la villa, la fiorista, i parrucchieri, la truccatrice, la macchina, gli abiti, il fotografo, il video, e basta credo.

6. Come è venuto a conoscenza dei fornitori da lei scelti per il suo matrimonio?

La villa ci ha indirizzati sulla fiorista e sul service delle luci. Poi per il resto abbiamo usato internet e i social.

a. Oltre alle fonti di cui ha parlato, ha utilizzato altri strumenti per ricercare i fornitori?

No.

7. Quali sono stati i motivi che l'hanno spinto a scegliere un fornitore piuttosto che un altro?

Avevamo uno stile molto particolare in mente, il tema del Natale ci ha spinti a scegliere i fornitori in base allo stile che avevano. Il fotografo, per esempio, doveva usare colori soft e caldi, la location doveva prestarsi. E poi doveva stare tutto nel budget ma essendo in bassa stagione si risparmiava parecchio.

8. Qual è stato il costo indicativo del suo matrimonio?

Quindicimila euro.

a. Qual era il budget che aveva messo a disposizione?

Quindicimila euro.

b. Il costo del matrimonio è stato in linea con le sue aspettative?

Sì in pieno.

9. C'è un servizio a cui ha preferito dedicare un budget più consistente rispetto alla media dei prezzi del mercato in relazione all'importanza che gli attribuisce?

Il fotografo.

a. Per quale motivo ritiene che questo servizio sia così importante?

Abbiamo risparmiato su tante cose ma foto e video in ricordo della giornata erano troppo importanti. I ricordi sono l'unica cosa che restano alla fine.

10. Qual è stato il servizio più costoso?

Il cibo.

11. Il costo del matrimonio è stato coperto interamente da lei?

Da mio marito.

12. Avrebbe potuto dire di conoscere il mercato dei matrimoni prima dell'organizzazione del suo matrimonio?

Sì abbastanza.

a. Sapeva di quali servizi era composto?

Sì li conoscevo.

b. Sapeva qual era il costo dei servizi?

Certo, non si preciso ovviamente.

13. Ritiene che il mercato dei matrimoni sia cambiato negli ultimi vent'anni?

Sì in meglio.

a. Se sì, quali sono i maggiori cambiamenti che evidenzierebbe?

Il nostro matrimonio parlava di noi, tutti i fornitori erano capaci di venirci incontro nelle nostre esigenze e hanno fatto stare bene tutti gli ospiti. C'erano alcuni disabili che hanno avuto tutte le attenzioni necessarie. Davvero credo che tutti siano molto più competenti oggi, anche in ragione dell'esigenza di soddisfare tante aspettative diverse. Un fiorista non fa mai gli stessi fiori per tutti per dire. Segue idee nuove, mode, stili. È tutto diverso radicalmente.

14. Se sì, come giudica il cambiamento che è avvenuto?

Molto positivo.

a. Potrebbe dire se sia migliore o peggiore il mercato odierno rispetto a quello passato?

È sicuramente migliore quello di oggi.

15. Vorrebbe aggiungere qualcosa?

No no.

BIBLIOGRAFIA

- AROSIO L., *Sociologia del matrimonio*, Roma, Carocci Editore, 2008.
- BARRETTA E., *Wedding planner & event manager. Strumenti e strategie per diventare un vero professionista*, FrancoAngeli, Milano, 2015.
- BERNARDI LORENZO, *Percorsi di ricerca sociale. Conoscere, decidere, valutare*, Roma, Carocci editore, 2005
- BIANCO A., *George Simmel: le forme dell'amore*, Firenze University press, 2011
- BRUNI L., PORTA L., *Felicità ed economia: quando il benessere è ben vivere*, Milano, Guerini, 2004.
- CAMERA DI COMMERCIO MILANO MONZABRIANZA LODI, *Il business dei matrimoni. In Italia dire "sì" vale 15 miliardi di euro. 6 miliardi in Lombardia. Dati risalenti al 31/12/2017*
- COLOMBO E., *De-scrivere il sociale. Stili di scrittura e ricerca empirica*. In Melucci, *Verso una sociologia riflessiva*, Il Mulino, Bologna, 1998.
- CONFARTIGIANATO IMPRESE, *Settore del wedding: la crisi in tempo di COVID-19 e possibili interventi di politica economica*, Udine, 31 dicembre 2020.
- CORBETTA P., *Metodologia e tecniche della ricerca sociale*, Bologna, Il Mulino, 1999
- CARDANO M., *La ricerca qualitativa*”, il Mulino, Bologna, 2011
- DE ROSE C., *L'indagine campionaria e il sondaggio d'opinione. Metodi quantitativi della ricerca sociale*, Carocci editore, Roma, 2018
- DI CAPUA V., *La regolazione del rischio di emergenza e la regolazione del «panico del rischio» nella pandemia COVID-19*, Università degli Studi di Napoli Federico II, 31 dicembre 2020.
- DONATI P., *Manuale di sociologia della famiglia*, Editori Laterza, Bari, 2006
- ESPOSITO F., *Il cerchio d'oro. Wedding Planner 4.0. segreti e tecniche per creare, comunicare e gestire un personal brand di successo, nel mondo del matrimonio*, 2020.
- FEDERMEP, *federmatrimoni ed eventi privati, Bilancio di previsione dello Stato per l'anno finanziario 2022 e bilancio pluriennale per il triennio 2022-2024*.

ISTAT, 18 febbraio 2021, Matrimoni, unioni civili, separazioni e divorzi (anno 2019), Roma

ISTAT, 21 febbraio 2022, Matrimoni, unioni civili, separazioni e divorzi (anno 2020), Roma

ISTAT, Rapporto annuale 2021. La situazione del Paese, 9 luglio 2021, Roma

MCKINSEY&COMPANY, The state of Fashion: Watches and Jewellery, giugno 2021.

MICHEL A., Sociologia della famiglia, Il Mulino, Bologna, 1973

PESCE I., Wedding marketing professionale. Manuale step by step per costruire e definire il tuo marketing mix vincente, Dario Flaccovio Editore, Palermo, 2019

SALERNO A. Vivere insieme. Tendenze e trasformazioni della coppia moderna. Il Mulino, Bologna, 2010.

SARACENO C., Sociologia della Famiglia, il Mulino; Bologna, 1996.

SBALCHIERO S., Dal metodo all'esperienza. Fare ricerca con la sociologia comprendente, Padova University Press; Padova, 2021.

SBRAGA L., Erba G. R., Ristorazione. Rapporto annuale 2019, Confcommercio, Fipe 2019. Report elaborato con informazioni disponibili al 31 dicembre 2019.

TROBIA A., La ricerca sociale quali-quantitativa, FrancoAngeli, Milano 2005

SITOGRAFIA

Università degli Studi di Bari Aldo Moro

https://w3.uniba.it/ricerca/dipartimenti/scienze-politiche/docenti/archivio-cartelle-docenti/tanucci-giancarlo/tanucci-a.a.-2014-2015/LucidiCap5_LerelazionisocialiPSSOCIALEAA14_15SCIENZEPOLITICHE.pdf

ISTAT, *in Italia sempre meno matrimoni*. Dal 2008 raddoppiate le unioni di fatto, La Repubblica, 21 novembre 2015,

https://www.repubblica.it/cronaca/2015/11/12/news/istat_in_italia_sempre_meno_matrimoni_rad_doppiate_coppie_di_fatto-127170898/?ref=search

BEGHELLI C., *Ilsole24ore.com*, Abiti da sposa e cerimonia, un business da 600

milioni di euro in Italia, 30 marzo 2019, https://www.ilsole24ore.com/art/abiti-sposa-e-cerimonia-business-600-milioni-euro-italia-AEI4NwPE?refresh_ce=1

<https://www.ismeamercati.it/flex/cm/pages/ServeBLOB.php/L/IT/IDPagina/988>

Florovivaismo nella morsa della crisi, 13 settembre. 2022, Cuoreeconomico.com, <https://www.cuoreeconomico.com/caro-prezzi-confagricoltura-florovivaismo-nella-morsa-della- crisi/>

Spanu B., Quanto costa un matrimonio in Italia, Tasse-fisco.com 26 ottobre 2021, <https://www.tasse-fisco.com/famiglia-e-matrimonio/quanto-costa-matrimonio-italia/56286/>

Quanto costa il matrimonio perfetto. Servono circa 24mila per coronare il sogno di una vita. Un business miliardario che per le aziende del settore è destinato a crescere. 19 maggio 2018, <https://www.wired.it/economia/business/2018/05/19/matrimonio-costo-italia/>

Businesscoot.com, Il mercato della gioielleria. Italia, <https://www.businesscoot.com/it/studio-di-mercato/il-mercato-della-gioielleria-italia>

<https://www.confartigianato.it/2021/05/studi-wedding-nei-settori-interessati-attive-562-mila-impres-38-sono-artigiane-con-covid-19-matrimoni-dimezzati-46/>

Confartigianato Imprese, Wedding, nei settori interessati attive 562 mila imprese, 38% sono artigiane. Con Covid-19 matrimoni dimezzati (-47%), 19 maggio 2021, <https://www.confartigianato.it/2021/05/studi-wedding-nei-settori-interessati-attive-562-mila-impres-38-sono-artigiane-con-covid-19-matrimoni-dimezzati-46/>

Il Post, Il 2022 sarà l'anno dei matrimoni? È quello che ci si aspetterebbe dopo due anni di restrizioni, ma in Italia la ripresa sembra lenta e le abitudini delle coppie stanno cambiando, 17 aprile 2022, <https://www.ilpost.it/2022/04/17/matrimoni-2022/>

Ansa.it, Wedding Tourism, il 2022 l'anno della rinascita. Osservatorio Jfc, verso 1 mln di presenze, 273 mln di fatturato, https://www.ansa.it/canale_viaggiart/it/regione/sicilia/2022/05/04/wedding-tourism-il-2022-lanno-della-rinascita_add6615a-98e3-47db-bb80-72311ec03c3e.html

Dire, agenzia di stampa nazionale, "Professione matrimonio": nel settore wedding aumentano le richieste di competenze sempre più specifiche. Oggi il wedding è la frontiera delle nuove professioni in ambito comunicazione: ecco l'analisi di Ines Pesce, esperta del settore, 6 agosto 2019. <https://www.dire.it/06-08-2019/359301-professione-matrimonio-nel-settore-wedding-aumentano-le-richieste-di-competenze-sempre-piu-specifiche/>

Pesce I., Personal branding: significato nel wedding, <https://www.inespesce.it/personal-branding-significato-nel-wedding/>

RINGRAZIAMENTI

Al Professor Stefano Sbalchiero, con cui ho avuto il piacere di costruire questa tesi. I suoi consigli e il suo supporto in quanto relatore sono stati preziosi.

A Chiara, che ha ispirato questa tesi e a cui devo molto. L'affetto che mi lega a lei è speciale.

A tutta la mia famiglia e a tutti i miei amici, non so dire quanto siate stati fondamentali.

Al nonno, che il suo unico grande sogno per me era proprio questo. Sono felice di averlo reso realtà per lui.

A Luca, che sono orgogliosa di avere accanto, dell'amore che ogni giorno mi dà, del sostegno che dimostra in ogni occasione. Al futuro che stiamo costruendo insieme. Grazie.

A Matteo, il mio complice, sempre a fianco a me per rendermi felice, sgridarmi, litigare, farmi ridere, consigliarmi. Nessun regalo è più prezioso di un fratello come te.

Ai miei genitori, che nel corso della vita sono stati terra accogliente, sostegno costante, linfa per crescere, radici solide. Grazie di aver ambito per me anche quando ero la prima a dubitare di farcela. È scontato dire che senza di voi niente si sarebbe realizzato.