

IL CASTELLO DI BEVILACQUA NEL VERONESE



L'INGRESSO STORICO DI PORTOBUFFOLÈ



LA TERRAZZA DEL LUNA BAGLIONI A VENEZIA



# Sposi in Veneto: la guida romantica

Da Venezia alle Dolomiti, dalle Terme alle ville del Brenta: i luoghi e gli itinerari più belli per dire sì

di **Silva Menetto**  
VENEZIA

Business is business, wedding is business. E così anche il giorno più bello di una coppia diventa una ghiotta occasione di affari per il settore del turismo romantico che punta ad attrarre anche in Veneto coloro che aspirano a locations da sogno per il fatidico sì.

Il volume d'affari del settore è a vari zeri e in continua espansione: il dato elaborato per il 2012 (fonte JFC tourism& management) parla di un fatturato globale di oltre 315 milioni di euro per il wedding tourism in Italia, con 6.200 matrimoni di turisti stranieri nel nostro paese, senza contare parenti e amici al seguito.

La graduatoria delle coppie vede in testa gli inglesi (10,5%); seguiti nell'ordine da statunitensi (9,4), russi (9,4), Giapponesi (7,8), Canadesi (7,6), irlandesi (6,4); scozzesi (6,4), sauditi (6,3), olandesi (5,8), australiani (5,2). E se Venezia può già annoverare di aver ospitato matrimoni bollywoodiani e a Verona il mito di Giulietta e Romeo attira coppie da ogni angolo del mondo decise a scambiarsi la promessa d'amore proprio sotto il famoso balcone, perché non allargare l'offerta all'intero territorio regionale, che proprio grazie alla sua eterogeneità è in grado di soddisfare ogni sorta di richiesta.

La Regione Veneto ha deciso di cogliere la palla al balzo e di fare da apripista realizzando, grazie alla collaborazione con la casa editrice Lunargento - ideatrice del più ampio progetto «Love me in Italy» - la prima guida al lato romantico del Veneto e alla sua offerta



La scalinata di Ca' Sagredo a Venezia dove è stata presentata la guida «Love me in Veneto» curata dalla Regione

TURISMO, SEGNALI CONFORTANTI



## Crescono i visitatori nelle città d'arte

VENEZIA - «I pernottamenti in strutture ricettive venete nel gennaio-ottobre 2013 mettono in evidenza il buon risultato delle città d'arte, che fanno registrare un +3,3% degli arrivi e un +2,3% delle presenze, confermando il trend di crescita del segmento del turismo culturale su cui bisogna continuare

a investire. Per il Veneto, infatti, il binomio cultura-turismo è vincente». Così il vicepresidente della Regione Marino Zorzato. Complessivamente, nel periodo gennaio-ottobre si sono registrati 14.701.878 arrivi di turisti (+1% rispetto all'anno precedente) e 58.328.378 presenze (pari a -1,4%).

wedding. «Love me in Veneto» è un agile libretto diviso per aree geografiche, per ora stampato in inglese e russo (ma presto arriveranno le versioni in italiano, cinese, ungherese, spagnolo...): contiene una serie

di indicazioni utili per locations ideali ad organizzare il matrimonio dei sogni, dalle città d'arte alle colline, dalle Dolomiti al Lago di Garda, alle spiagge, alle ville della Riviera del Brenta, dalle terme fino

agli itinerari del Delta del Po. I primi partner per la realizzazione della guida wedding del Veneto sono stati i consorzi territoriali di promozione turistica, cui si sono aggiunti alcuni singoli soggetti - alber-

ghi, locali storici, wedding photografer, esperti di food& wine - suggeriti al cliente come complemento dell'offerta. Love me in Veneto è stata presentata ufficialmente a Ca' Sagredo, a Venezia, alla presenza dell'assessore regionale al Turismo Marino Finozzi e di Serena Obert, wedding planner della casa editrice Lunargento. Assente il Console Onorario di Russia a Venezia, Eligio Paties, che però ha fatto pervenire un breve saluto, ricordando che Venezia e il Veneto sono il sogno con la S maiuscola per ogni coppia russa.

A piedi nudi sulle spiagge di Chioggia, Jesolo o Caorle, in una romantica baita di Cortina o in un castello sulle colline veronesi, in gondola in laguna o tra le coccole delle Terme Euganee, tutto quello che una coppia innamorata può desiderare il Veneto lo può offrire. Col valore aggiunto di uno dei più rinomati panieri enogastronomici della penisola. La guida al wedding in Veneto sarà presto disponibile nelle librerie ad un prezzo di 8 euro oppure in versione e-book; sarà pubblicizzata anche attraverso i social networks e le principali fiere specializzate cui la Regione Veneto partecipa, dalla Bit di Milano alle fiere del turismo di Monaco, Berlino e Mosca.

A questa prima edizione di Love me in Veneto, realizzata come prototipo del progetto editoriale-turistico, ne seguiranno presto altre, via via più ampie e complete, che accoglieranno nuovi partners da segnalare, sempre però corrispondenti agli alti standard qualitativi richiesti dalla casa editrice Lunargento e dalla Regione.

CONFERENZA TRIVENETA

## I vescovi: la famiglia è l'unione stabile di uomo e donna

VENEZIA

Nell'imminenza del 2 febbraio, Giornata mondiale per la vita, i vescovi del Triveneto hanno pubblicato una Nota pastorale relativa a «Vita, famiglia, libertà di educazione. Il documento si intitola «Il compito educativo è una missione chiave». Il testo, approvato all'unanimità, intende offrire a tutti una riflessione autorevole, in comunione col magistero di papa Francesco, e un contributo positivo al bene comune affrontando «questioni educative che riguardano aspetti fondamentali e delicatissimi dell'essere umano, con numerose e preoccupanti ricadute in ambito culturale, formativo, educativo e, quindi, politico della nostra società, che toccano e coinvolgono in modo diretto la vita delle persone, delle famiglie e della scuola». La nota, dopo aver evidenziato i molteplici aspetti legati alla difesa e alla promozione della vita nell'attuale contesto, riconosce «la ricchezza insostituibile della differenza», specialmente quella fondamentale tra maschile e femminile, e la specificità assoluta della famiglia come «unione stabile dell'uomo e della donna nel matrimonio. Essa nasce dal loro amore, dal riconoscimento e dell'accettazione della bontà della differenza sessuale, per cui i coniugi possono unirsi in una sola carne e sono capaci di generare una nuova vita». Per la Conferenza episcopale triveneta la famiglia «è la cellula fondamentale della società, luogo dove si impara a convivere nella differenza». I vescovi invitano a continuare a utilizzare termini come «padre», «madre», «marito», «moglie».

# Arriva l'occhiale di lusso targato Cipriani

La linea «Blackfin» nasce dalla sinergia tra il ristoratore veneziano e l'azienda bellunese Pramaor



Dogliani, Del Din, Cipriani e Recchia con i nuovi occhiali

TAIBON AGORDINO

Dalla sinergia tra un'occhialeria bellunese e uno dei più noti ristoratori italiani nasce «Blackfin», il marchio di occhiali in titanio 100% made in Italy. Sarà prodotto a Taibon Agordino dalla Pramaor e d'è il frutto dell'accordo stilato con Arrigo Cipriani, celebre proprietario dell'Harry's Bar di Venezia, oltre che dei più noti ristoranti italiani di New York. Un'intesa di co-marketing per la produzione della limited luxury edition «Blackfin with Arrigo Cipriani». Parliamo di modelli da sole

da vista in edizione limitata, numerata e personalizzati con il nome dell'acquirente, che rappresenteranno nel mondo l'immagine di un made in Italy autentico e vincente per altissima qualità ed esclusività: «Il lusso è l'espressione di una semplicità complessa», spiega Arrigo Cipriani. «Un oggetto diventa lussuoso solo quando è concepito e realizzato con amore dal pensiero e dalla capacità sapiente dell'uomo. Questi sono gli ingredienti degli occhiali Blackfin, realizzati con la nobiltà del titanio e con una cura infinita dei particolari. Un prodotto che

parla solo italiano, la lingua della nostra storia. Il lusso vero delle cose». «Siamo onorati di collaborare con Arrigo Cipriani, il cui nome nel mondo è sinonimo di stile e buongusto nella cucina italiana», commenta Nicola Del Din, Ceo di Pramaor, «Blackfin e Cipriani, nei loro rispettivi settori, sono due esempi di eccellenza del vero made in Italy. A differenza di molti prodotti sul mercato, che di italiano hanno forse solo il sounding, Blackfin e Cipriani rappresentano un binomio che ha ancora la sostanza e la forza per portare con vi-

gore e lustro nel mondo la vera capacità artigianale del nostro paese». L'accordo è stato siglato tra Nicola Del Din e Arrigo Cipriani nell'Harry's Bar di Venezia, alla presenza di Paolo Dogliani, «brand Ambassador» del nuovo prodotto: «Presenteremo i modelli «Blackfin with Arrigo Cipriani» e tutti i dettagli dell'operazione in occasione della fiera Mido a Milano. Poi ci sposteremo alla fiera dell'occhiale di New York», spiega Dogliani. «Il nostro obiettivo è esportare il made in Veneto con prodotti legati al lusso. Abbiamo allo studio un prodotto in titanio e oro, che andrà per la maggiore in tutti i paesi del mondo, in particolare laddove ci sono gli Harry's bar di Arrigo Cipriani. Perché questi prodotti saranno proposti e pubblicizzati nei locali di questo famoso gruppo».