

Si diffonde il business delle nozze

Ad andare a nozze sono però soprattutto commercianti e ristoratori perché attorno all'organizzazione delle nozze si è sviluppato un vero e proprio mercato. Che prevede di tutto, di più. Se le bomboniere appartengono ormai a un passato remoto, così come pure le partecipazioni inviate dai genitori dei futuri sposi o i pranzi senza fine con indigestioni collettive, non è venuta a mancare l'attenzione e la cura all'organizzazione del grande giorno. Organizzazione che viene sempre più affidata a professionisti del settore, i cosiddetti wedding planner i quali curano ogni dettaglio dalla A alla Z. Anche perché, lavorando come dannati da mattina a sera, non si ha tempo né energia per riuscire a occuparsi di tutte le



KEYSTONE

questioni. E poi le nozze non sono più quel rito collettivo che – coinvolgendo le famiglie di origine, ognuna impegnata nei preparativi con i suoi compiti e ruoli ben stabiliti – permetteva agli sposi di arrivare al giorno del matrimonio con l'unica preoccupazione di non ingrassare per starci ancora dentro nel vestito nuziale. Ché altri pensieri non ce n'erano, essendo tutte le spese una volta a carico dei genitori. Oggi non funziona più così. Ci si deve arrangiare, quindi meglio delegare. E poi, dal momento che il matrimonio s'ha da fare, che sia perfetto e con quel tocco in più... Il ristorante tradizionale con i tavoli predisposti a ferro di cavallo? Orrore, che non sia mai. Occorre trovare una «location» originale: un vecchio maniero, una villa in riva al lago con fantasmi compresi, una locomotiva d'epoca, una nave, una mongolfiera, una baita, un castello, attorno a una piscina riempita di petali di fiori, una chiesa sconsacrata: qualunque cosa purché non sia déjà vu. La questione del cibo. Le 38 mila portate per le quali si iniziava con un aperitivo a base di tartine e si passava attraverso risotti, tris di paste,

polpettoni, fagiani ripieni, involtini, per finire fra sorbetti e torte sommerse di panna e crema pasticciera? Per fortuna un lontano ricordo, o meglio un incubo mai più a ripetersi. Il rischio è però quello di consumare il pasto nuziale in piedi rimpinzandosi (si fa per dire) di bocconcini salati e dolci che saranno pur belli da vedere ma che riempiono fino a un certo punto... Dimenticavamo: da mangiare rigorosamente senza posate ma con il solo tocco delle dita, come impone il «finger food», ultima moda gastronomica. Pure l'album delle fotografie non è più quello di una volta, né lo sono gli addobbi floreali. Alla prima fiera per sposi che si è tenuta a Lugano lo scorso mese di gennaio abbiamo visto proposti allestimenti con fiori e candele talmente elaborati e scenografici (perché tali erano) da lasciare di stucco. Altro che fuochi d'artificio: ma non sappiamo quanto il tutto potesse costare. La lista di nozze si è invece fatta più pratica: addio ai quadrupli servizi da caffè o all'esercito di batterie che impegnavano di un'infinità di pignatte e pentole anche le generazioni che non erano ancora nate. Oggi si è più pragmatici e a parenti e amici si chiede uno specchietto, una porta, il cofano, i freni, le marce: insomma, pezzo per pezzo si mette assieme la propria nuova automobile familiare. Il fatto che anche in Ticino si sia tenuta la prima fiera del settore (in Italia da anni si tengono con successo nella maggiori città) dimostra il potenziale giro d'affari prodotto dai matrimoni e la sua progressiva managerializzazione. Non c'è di che stupirsi: è americana l'origine del wedding planner, figura nata negli Stati Uniti vent'anni fa. La gestione dei matrimoni non è fatto sentimentale, ma è un investimento da inserire in un business plan da gonfiare a dismisura, inserendo voci inutili (come la maglietta con la foto degli sposi) e al limite del kitsch (le colombelle segnaposto in cristallo sui tavoli). Meno male che l'evento avendo perso la sua aura di formalità e il rigido protocollo permette a chi se ne infischia di location, finger food e amenità varie, di organizzarsi un matrimonio semplice, senza tanti fronzoli. Come una coppia di nostri amici che il prossimo luglio festeggeranno il coronamento del loro amore con una grigliata nel loro giardino. Semplicità, amici, parenti, «effetti sensazionali» costruiti sulle emozioni e sull'autenticità dei gesti.

Raffaella Brignoni

Azione – Martedì 27 maggio 2008