



Terme & Turismo: Come cambia una grande tradizione

Edizione 2011

REGIONE
TOSCANA



Unioncamere
Toscana

Gruppo di lavoro:

Mercury
STRATEGIE PER IL TURISMO

Emilio Becheri, coordinatore

Erina Guraziu

Rahele Hagos

Ilaria Nuccio



Andrea Cardosi

Alessia Pacini

Special thanks for statistical data retrieval about Czech Republic and Slovenia to:

Mirko Zemanovič

Jakub Smetana

1	L'INDAGINE	
1.1	Premessa	5
1.2	I curandi	6
1.2.1	Il movimento dei clienti del benessere termale nel periodo 2005-2010	6
1.2.2	Le prestazioni termali	11
2	L'ECONOMIA DELLE TERME	
2.1	Il "Fatturato"	15
2.2	Le imprese	17
2.3	Gli addetti	21
2.4	Benchmark con l'Emilia Romagna	22
3	IL MOVIMENTO TURISTICO NELLE CITTÀ DEL "BENESSERE TERMALE"	
3.1	Gli escursionisti	25
3.2	Il movimento turistico delle destinazioni termali	26
3.2.1	Alcune precisazioni	26
3.2.2	Alberghi, terme e il cambiamento della clientela: verso altri turismi	27
3.3	Il peso dei turismi delle città termali rispetto al movimento complessivo regionale	29
3.4	La stagione del turismo termale 2010	30
3.4.1	Un buon andamento	30
3.4.2	Nazionalità e tipologie ricettive	34
3.5	Grado di internazionalità grado di termalità dei comuni	35
3.5.1	Grado di internazionalità	35
3.5.2	Grado di termalità	38
3.6	La stagionalità delle località termali in Toscana	39
4	IL "BENESSERE TERMALE" DEGLI ALTRI PAESI: REPUBBLICA CECA, GERMANIA E SLOVENIA	
4.1	Il termalismo in Repubblica Ceca	47
4.1.1	L'offerta	47
4.1.2	Le statistiche delle terme in Repubblica Ceca	48
4.2	Il termalismo in Germania	50
4.2.1	Il sistema tedesco ed il ruolo del turismo della salute	50
4.2.2	Il turismo termale (Kurturismus)	52
4.2.3	La struttura e le caratteristiche delle stazioni termali	53
4.3	Il termalismo in Slovenia	54
4.3.1	L'offerta	54
4.3.2	Le statistiche del termalismo in Slovenia	56
4.4	L'European Historical Thermal Town Association	58
	ALCUNE VALUTAZIONI	
1.1	Le domande	61
1.2	Le risposte	64

1 L'INDAGINE

1.1 Premessa

La lunga crisi che da più di un ventennio caratterizza il comparto termale tradizionale è continuata anche nel 2009 e nel 2010; solo nel 2011 si osservano alcuni tenui segnali positivi.

Nel contempo si è verificato il grande sviluppo del benessere e del benessere termale, con ritmi molto elevati e con un rallentamento nello sviluppo degli ultimi anni, come effetto della più generale crisi economica.

L'andamento del benessere, comunque, ha mostrato sempre variazioni complessivamente positive. Le difficoltà economiche generali non sono riuscite a determinare andamenti negativi, ma solo a diminuire il saggio di crescita.

Come l'anno scorso, si è cercato di realizzare una visione d'insieme del sistema termale toscano secondo un'analisi statistica dell'andamento degli stabilimenti termali, per poi considerare anche il movimento turistico e le sue varie componenti.

Precisiamo che per *benessere termale* si intendono le prestazioni che sono praticate all'interno degli stabilimenti termali comprendendo sia quelle termali tradizionali, generalmente convenzionate con il servizio sanitario nazionale, sia quelle propriamente del benessere, anche quando non usano una base termale, purché siano effettuate in un ambiente termale.

Relativamente all'analisi dell'andamento nel 2010, ed alle prime tendenze in corso nel 2011, i relativi dati sono stati raccolti tra i mesi di giugno e luglio 2011; nei mesi di agosto e settembre è stata effettuata una verifica diretta con la somministrazione via e-mail di un questionario agli stabilimenti. In parallelo si sono svolti anche alcuni colloqui con *testimonials* privilegiati per verificare le tendenze nel breve e medio periodo.

È stata svolta anche un'analisi dei bilanci delle società termali.

Hanno collaborato attivamente circa i due terzi delle terme toscane, fra le quali le più grandi. Ovviamente, abbiamo parametrizzato ed esteso all'universo i dati raccolti.

Lo schema di rilevazione della scheda è rimasto praticamente invariato rispetto all'anno precedente, con l'aggiunta solo della sezione specifica sulle piscine termali.

Infatti si è preferito dividere le prestazioni per cure termali e benessere dagli ingressi di coloro che utilizzano la piscina termale, con lo scopo di estrapolare i servizi offerti dagli stabilimenti termali. Ciò per verificare quanto la presenza della piscina influisca sulla scelta dei curandi, e perché il bagno in una piscina aperta al pubblico non è considerato un vero e proprio trattamento termale.

L'indagine

Per il resto il mantenimento di uno schema di rilevazione praticamente uniforme ha reso possibile un confronto con l'anno precedente.

La struttura del questionario è divisa in sei sezioni:

Sezione A – Arrivi, con rilevazione di quelli termali tradizionali e di quelli benessere, esclusi quelli per le piscine termali;

Sezione B – Prestazioni termali e benessere: quelle termali sono state divise nelle singole prestazioni, mentre quelle benessere sono considerate nel loro complesso, in quanto non rilevate in modo evidenziato;

Sezione C – Piscina termale: prestazioni per cure e trattamenti medici e per benessere e trattamenti estetici;

Sezione D – Occupazione, con l'individuazione del numero dei dipendenti a tempo indeterminato, degli stagionali e di altre collaborazioni esterne;

Sezione E – Fatturato, distinto tra termale, benessere e altri introiti;

Sezione F – Percezioni sulla stagione in corso per le attività termali, benessere e in totale.

Le seguenti classificazioni saranno in seguito utilizzate:

Terme e prestazioni tradizionali assistite: mirano alla cura o alla prevenzione di uno stato patologico con il contributo finanziario del servizio sanitario nazionale;

Terme e prestazioni tradizionali private: le stesse di cui sopra, ma a totale carico del cliente;

Clienti per prestazioni di benessere termale: gli arrivi per la cura termale tradizionale e per prestazioni di benessere termale, o di relax o anche solo climatiche.

Clienti per prestazioni benessere non termali: gli arrivi negli stabilimenti termali per la cura della propria salute, per il miglioramento del proprio "star bene" fisico e psichico, per le quali non è previsto il contributo del servizio sanitario nazionale;

1.2 I curandi

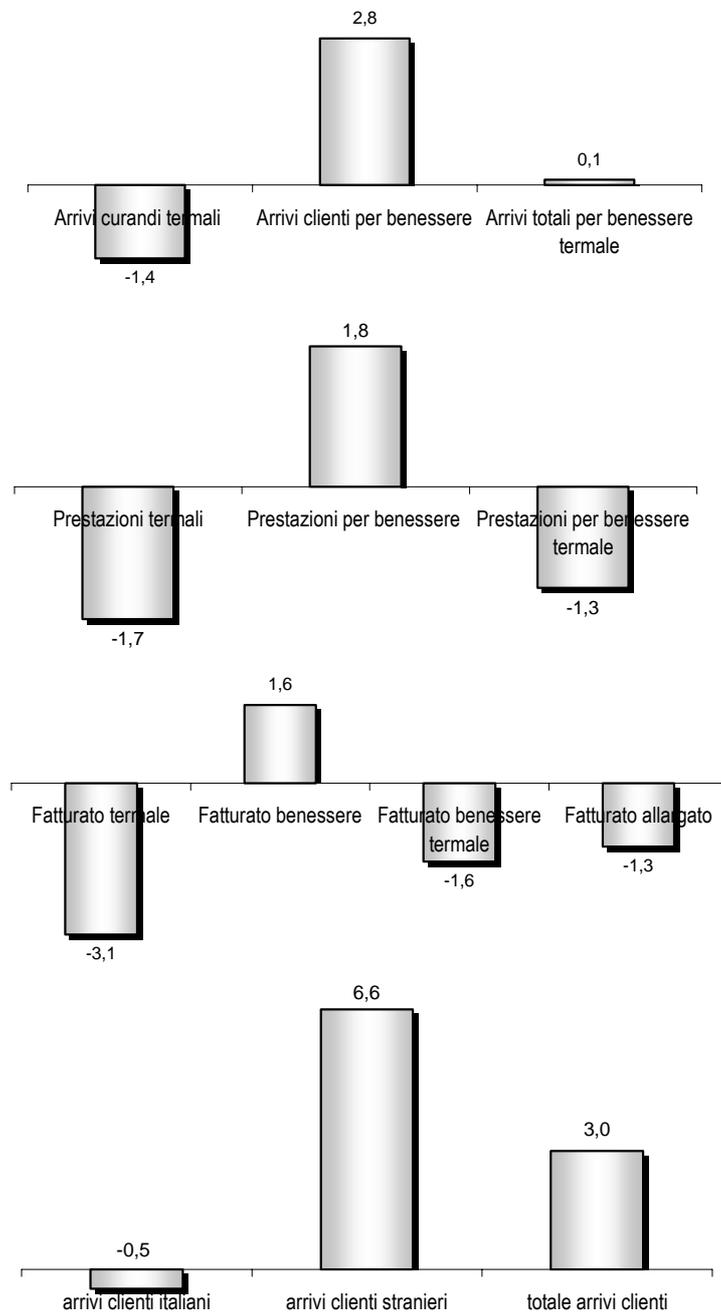
1.2.1 Il movimento dei clienti del benessere termale nel periodo 2005-2010

Analizzando il trend dell'assetto termale toscano nel medio termine, dal 2005 ad oggi si verifica una costante tendenza alla riduzione del numero degli arrivi di curandi termali contro un aumento di quelli benessere.

Si precisa che sono esclusi da questa analisi gli arrivi per la frequentazione delle piscine, termali.

Anche il 2010 conferma la tendenza, in corso da anni, con variazione negativa delle prestazioni termali rispetto all'anno precedente di -1,4%, e positiva delle prestazioni

Grafico 1 Benessere termale e turismo termale nel 2010. Dati di sintesi. Variazioni percentuali sull'anno precedente



Fonte: Sitet 2011

L'indagine

benessere di 2,8%, per un andamento complessivo che risulta poco più che stazionario, con un aumento dello 0,1%.

Anche nel 2009 rispetto al 2008 l'andamento complessivo era rimasto quasi invariato, mentre era diminuito leggermente tra il 2008 e il 2007.

Gli arrivi per cure termale tradizionali hanno avuto un andamento complessivamente contrario rispetto a quello degli arrivi per benessere; i primi diminuiscono mentre i secondi aumentano con percentuali elevate.

La riduzione del numero di arrivi per cure termali trova un riscontro nella variazione del numero di prestazioni termali tradizionali, diminuite del - 1,7% nel 2010 rispetto al 2009.

Parallelamente le prestazioni benessere sono aumentate dell'1,8%, ma in modo meno che proporzionale rispetto al numero degli arrivi perchè la clientela ha ridotto la sua permanenza media.

Rispetto alle altre regioni, la Toscana si rivela peculiare perchè il comparto del benessere supera di circa il 5%, quello dei trattamenti convenzionati, mentre corrisponde al 58%, degli arrivi totali di tutti i curandi tradizionali.

Appare assai elevato rispetto ad altre regioni anche il numero degli arrivi privati presso le terme, perchè identifica il 45% della clientela tradizionale.

Complessivamente continua l'aumento della quota percentuale degli arrivi per benessere termale, che hanno raggiunto il 37% de totale; ciò significa che il 63% degli arrivi è determinato da motivazioni tradizionali.

Da notare che la quota di coloro che pagano in proprio le cure termali è abbastanza elevata perchè il SSN non riconosce la seconda e le altre prestazioni, per cui queste sono rilevate come se fossero effettuate da operatori privati; in altre parole, diversi clienti sono contemporaneamente convenzionati ed assistiti. Tuttavia, la tendenza alla prestazione benessere ha favorito anche l'aumento di clienti privati che frequentano le terme per effettuare prestazioni tradizionali.

Considerando il quinquennio 2005-2010 la tendenza alla diminuzione degli arrivi termali sembra inarrestabile, con un tasso medio annuo del -1,2%; in particolare diminuiscono gli arrivi per prestazioni assistite (-3,4%), mentre aumentano quelle private (1,9).

In termini di raffronto fra l'inizio e la fine del quinquennio le terme vedono un diminuzione degli arrivi del -6%, determinata da una diminuzione del 15,9% di quelli per prestazioni convenzionate e da un aumento del 9,9% di quelle non convenzionate (private), nel comparto del benessere si verifica un aumento del 77,2%. Gli arrivi complessivi negli stabilimenti fra inizio e fine del periodo aumentano del 13,6% esclusivamente a causa del comparto del benessere termale.

Tale aumento prova la mancata connessione fra gli arrivi per cure convenzionate e quelli per cure benessere, mentre questi ultimi possono avere influito positivamente sulle prestazioni private.

Tabella 1. Arrivi di curandi termali e di cliente benessere negli stabilimenti termali della Toscana. V. a. 2005-2010 e variazione % rispetto all'anno precedente

	Assistiti	Privati	Termale Totale	Benessere	Totale generale
	Valori assoluti				
2005	109.472	67.689	177.161	54.611	231.772
2006	104.915	70.085	175.000	63.414	238.414
2007	100.960	75.010	175.970	88.500	264.470
2008	95.811	74.568	170.379	91.359	261.738
2009	94.236	74.645	168.881	94.148	263.029
2010	92.050	74.421	166.471	96.784	263.255
	Variazione percentuale				
2006/2005	-4,2	3,5	-1,2	16,1	2,9
2007/2006	-3,8	7	0,6	39,6	10,9
2008/2007	-5,1	-0,6	-3,2	3,2	-1,0
2009/2008	-1,6	0,1	-0,9	3,1	0,5
2010/2009	-2,3	-0,3	-1,4	2,8	0,1
2010/2005 vma	-3,4	1,9	-1,2	12,1	2,6
2010/2005 va	-15,9	9,9	-6,0	77,2	13,6
	Composizione percentuale (totale generale = 100,0%)				
2005	47,2	29,2	76,4	23,6	100,0
2006	44	29,4	73,4	26,6	100,0
2007	38,2	28,4	66,5	33,5	100,0
2008	36,6	28,5	65,1	34,9	100,0
2009	35,8	28,4	64,2	35,8	100,0
2010	35,0	28,3	63,2	36,8	100,0
	Composizione percentuale (totale termale = 100,0%)				
2005	61,8	38,2	100,0		
2006	60,0	40,0	100,0		
2007	57,4	42,6	100,0		
2008	56,2	43,8	100,0		
2009	55,8	44,2	100,0		
2010	55,3	44,7	100,0		

Fonte: nostra elaborazioni su dati degli stabilimenti termali

Appare eccezionalmente elevato lo sviluppo del comparto del benessere, con un tasso medio annuo del quinquennio pari al 12,1%, determinato in gran parte dalla crescita dei primi due anni, quando sono stati attivati diversi centri benessere presso le varie terme regionali.

Lo sviluppo che si è verificato, dunque, è l'effetto di una tendenza generale ma anche di una specificità regionale identificabile con i diversi investimenti effettuati nei centri di benessere termali.

Alcuni operatori notano che i centri benessere sono frequentati non solo da turisti ma anche dalla popolazione locale e dei dintorni; tipico è, in tal senso, il richiamo delle piscine termali fruite in prevalenza dai residenti di un'area che si estende intorno per un raggio di una cinquantina di km. Le piscine, tuttavia, non sono considerate nel core dell'analisi.

L'indagine

Comunque il comparto del benessere continua ad assumere un'importanza sempre maggiore nell'assetto termale regionale continuando a crescere nei cinque anni considerati, fino ad eguagliare nel 2009 il numero di arrivi termali assistiti e superarlo nel 2010.

Resta inteso che la durata delle cure benessere è molto più ridotta, per cui il numero delle prestazioni effettuate risulta ancora considerevolmente inferiore, anche se può essere stimato solo con molta approssimazione per l'eterogeneità delle tipologie e le diverse metodologie di raccolta dei relativi dati.

L'incidenza degli arrivi benessere sul totale di tutti gli arrivi degli stabilimenti è passata da 23,6% nel 2005, a più di un terzo nel 2007 ed al 36,8 nel 2010.

Tabella 2. Distribuzione fra sessi degli arrivi negli stabilimenti termali della Toscana. Anni 2008, 2009 e 2010

	Termale			Benessere			Totale		
	2008	2009	2010	2008	2009	2010	2008	2009	2010
Fammine	60,2	59,7	59,0	66,3	65,6	65,5	62,3	62,1	62,1
Maschi	39,8	40,3	41,0	33,7	34,4	34,5	37,7	37,9	37,9
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: nostra elaborazioni su dati degli stabilimenti termali

Nella distinzione tra sessi, la domanda femminile resta tuttora superiore rispetto a quella maschile per entrambe le componenti termali, con un andamento stabile nei tre anni considerati. La domanda maschile continua la leggera crescita in atto diminuendo lentamente ma continuamente la distanza rispetto alla quota attribuibile alle femmine.

La componente straniera della domanda continua ad assumere una maggiore rilevanza, ma resta sempre molto ridotta.

Ad inizio del quinquennio determinava il 7,0 degli arrivi totali negli stabilimenti, con una quota del 3,8% nel comparto termale tradizionale, ed una quota del 17,2% in quello del benessere. Alla fine del quinquennio la quota di stranieri è pari al 10,5%, determinata da una percentuale del 6,9% nel termale tradizionale e da una del 16,6% nel comparto del benessere.

In questo ultimo comparto il numero degli stranieri è aumentato ma la quota relativa è leggermente diminuita per la crescita esponenziale della componente nazionale.

Confrontando l'inizio con la fine del biennio, appare evidente che la componente straniera aumenta di più del 70% le proprie presenze negli stabilimenti termali (per terme e per benessere), mentre la componente nazionale per il 9,3% per una media totale, come già visto, del 13,6%.

Appare confermato il paradosso che condiziona il comparto termale: mentre si sviluppa l'attenzione alla salute, sia sotto l'aspetto fisico che quello psichico e psicologico e, quindi, aumenta la frequenza dei centri benessere, delle palestre e delle piscine,

diminuisce il numero dei fruitori delle cure propriamente termali, sostituite dalla medicina tradizionale e dalla assunzione di farmaci.

Abbiamo più volte spiegato tale tendenza con il fatto che in passato, quando le prestazioni benessere chiedevano un diritto di cittadinanza presso gli stabilimenti termali, sono state osteggiate, per cui, in molti casi, hanno trovato sfogo ed applicazione altrove.

Solo con gli anni duemila si è cominciato a vedere terme e benessere come un unico sistema salutare.

Tabella 3 Arrivi di clienti stranieri ed italiani negli stabilimenti termali. Valori assoluti, quote di mercato e variazioni percentuali. Anni 2005-2010.

	terme			benessere			totale		
	italiani	stranieri	totali	italiani	stranieri	totali	italiani	stranieri	totali
2005	170.429	6.732	177.161	45.218	9.393	54.611	215.647	16.125	231.772
2006	167.125	7.875	175.000	52.760	10.654	63.414	219.885	18.529	238.414
2007	166.996	8.974	175.970	74.252	14.249	88.500	241.247	23.223	264.470
2008	162.030	8.349	170.379	76.924	14.435	91.359	238.955	22.783	261.738
2009	159.086	9.795	168.881	78.990	15.158	94.148	238.076	24.953	263.029
2010	154.984	11.486	166.471	80.750	16.034	96.784	235.734	27.520	263.255
	Composizione percentuale								
2005	96,2	3,8	100,0	82,8	17,2	100,0	93,0	7,0	100,0
2006	95,5	4,5	100,0	83,2	16,8	100,0	92,2	7,8	100,0
2007	94,9	5,1	100,0	83,9	16,1	100,0	91,2	8,8	100,0
2008	95,1	4,9	100,0	84,2	15,8	100,0	91,3	8,7	100,0
2009	94,2	5,8	100,0	83,9	16,1	100,0	90,5	9,5	100,0
2010	93,1	6,9	100,0	83,4	16,6	100,0	89,5	10,5	100,0
	variazioni percentuali su anno precedente								
2006	-1,9	17,0	-1,2	16,7	13,4	16,1	2,0	14,9	2,9
2007	-0,1	14,0	0,6	40,7	33,7	39,6	9,7	25,3	10,9
2008	-3,0	-7,0	-3,2	3,6	1,3	3,2	-1,0	-1,9	-1,0
2009	-1,8	17,3	-0,9	2,7	5,0	3,1	-0,4	9,5	0,5
2010	-2,6	17,3	-1,4	2,2	5,8	2,8	-1,0	10,3	0,1
2010/2005vma	-1,9	11,3	-1,2	12,3	11,3	12,1	1,8	11,3	2,6
2010/2005va	-9,1	70,6	-6,0	78,6	70,7	77,2	9,3	70,7	13,6

Fonte: nostre elaborazioni su dati degli stabilimenti termali

1.2.2 Le prestazioni termali

La situazione degli arrivi si riflette anche nel campo delle prestazioni complessivamente considerate, tenuto conto del diverso peso che queste assumono per il comparto terme tradizionali e per il comparto benessere.

Anche in questo caso sono escluse le frequentazioni delle piscine termali e non termali presenti presso gli stabilimenti, per le quali, generalmente, ad ogni arrivo corrisponde una prestazione.

Si stima che la frequentazione delle piscine determini almeno 430.000 ingressi e che in molti casi gli introiti finanziari corrispondenti siano una delle principali voci del fatturato delle imprese, pur se si tratta di un fatturato non termale. Tale ipotesi si verifica per le

L'indagine

Terme di Saturnia, le Terme Antica Querciolaia, le Terme di Montecatini, Fonteverde, Grotta Giusti e altre.

Le frequenze delle piscine termali sono in aumento di circa il 5% anche per l'apertura di nuove strutture.

Nel caso del termale tradizionale si verifica un ciclo di quasi 14 prestazione per ogni arrivo, mentre per il benessere ogni arrivo dà luogo a circa 3 prestazioni.

Per questo motivo gli arrivi per benessere pur rappresentando il 36,8% delle presenze, determinano solo il 10,8% delle prestazioni.

Per questo stesso motivo a fronte di un calo delle prestazioni termali che corrisponde al -1,7%, si verifica un aumento dell'1,8% di quelle benessere, con una diminuzione complessiva del -1,3%, più attenuata rispetto al numero degli arrivi ed anche più ridotta rispetto agli anni precedenti.

Nel quinquennio considerato, il numero delle prestazioni termali tradizionali non è mai aumentato; se si rapporta la fine del quinquennio con l'inizio sono diminuite del -13,8%, ad un tasso medio del -2,9%.

Quelle benessere, invece, sono aumentate del 39,3% ad un tasso medio annuo del 6,9%.

Considerando le singole prestazioni relativamente all'ultimo triennio, continua la caduta libera delle cure idropiniche e di quelle inalatorie, anche se per le prime il tasso è più rallentato rispetto all'anno precedente.

Tabella 4. Prestazioni termali, prestazioni benessere e totali negli anni indicati. Variazioni e composizioni percentuali e numero medio prestazioni ad arrivo. Anni 2005-2010

	Termali	Benessere	Totale		Termali	Benessere	Totale
	<i>Valori assoluti</i>				<i>Variazione percentuale su anno precedente</i>		
2005	2.745.168	204.808	2.949.976	2006	-1,8	7,2	-1,2
2006	2.695.200	219.611	2.914.811	2007	-1,9	18,7	-0,3
2007	2.644.390	260.730	2.905.120	2008	-4,8	6,3	-3,8
2008	2.517.459	277.180	2.794.639	2009	-4,4	1,1	-3,9
2009	2.405.865	280.345	2.686.210	2010	-1,7	1,8	-1,3
2010	2.365.654	285.374	2.651.028	2010-2005 va	-13,8	39,3	-10,1
				2010-2005 vma	-2,9	6,9	-2,1
	<i>Composizione percentuale</i>				<i>Prestazioni medie per arrivo</i>		
2005	93,1	6,9	100,0	2005	15,5	3,8	12,7
2006	92,5	7,5	100,0	2006	15,4	3,5	12,2
2007	91,0	9,0	100,0	2007	15,0	2,9	11,0
2008	90,1	9,9	100,0	2008	14,8	3,0	10,7
2009	89,6	10,4	100,0	2009	14,2	3,0	10,2
2010	89,2	10,8	100,0	2010	14,2	2,9	10,1

Fonte: nostre elaborazioni su dati degli stabilimenti termali

Da notare anche che sono queste due tipologie di cure a determinare un effetto di trascinarsi negativo dal momento che tutte le altre mostrano, nel 2010, un andamento positivo, con una sola eccezione.

La crescita delle altre prestazioni oscilla da un massimo del 4,8% per i bagni propriamente termali e del 3,3% per le cure fisioterapiche, ad un minimo dello 0,3% per i massaggi termali ed al -0,6% per la sordità rinogena.

Le prestazioni termali tradizionali sono stimate circa 2,4 milioni di unità.

Per le prestazioni benessere, stimate in circa 285 mila, non è possibile distinguere fra le varie tipologie perchè spesso non sono rilevate o fanno parte di un pacchetto tutto compreso dal quale non è possibile enunciarle.

Inoltre spesso vi sono trattamenti *fai da te* che non è possibile quantificare come nel caso dei percorsi della salute, o anche della applicazione diretta di alcuni prodotti da parte del cliente.

Se alle prestazioni benessere si aggiungessero gli ingressi nelle piscine si raggiungerebbero 715.000 unità.

Tabella 5 Prestazioni effettuate nelle terme toscane. Valori assoluti, variazioni percentuali, composizione percentuale. Anni 2008, 2009 e 2010

	Valori assoluti			Variazioni perc.			Composizione perc.		
	2008	2009	2010	2008	2009	2010	2008	2009	2010
Idropiniche	884.155	803.562	764.642	-9,6	9,1	-4,8	35,1	33,4	32,3
Inalatorie	739.399	719.620	699.367	-9,7	-2,7	-2,8	29,4	29,9	29,6
Fanghi	261.908	263.635	270.200	16,9	0,7	2,5	10,4	11,0	11,4
Bagni	148.415	146.378	153.385	17,5	-1,4	4,8	5,9	6,1	6,5
Massaggi	114.867	110.349	110.672	3,7	-3,9	0,3	4,6	4,6	4,7
Vasculopatie	62.531	55.783	57.476	18,5	10,8	3,0	2,5	2,3	2,4
Fisioterapia	32.766	32.800	33.881	19,2	0,1	3,3	1,3	1,4	1,4
Sordità rinogena	41.887	40.348	40.100	-1,4	-3,7	-0,6	1,7	1,7	1,7
Stufe o grotte	36.631	37.201	37.867	10,5	1,6	1,8	1,5	1,5	1,6
Ventilazioni polmonari	10.988	10.345	10.645	-4,5	-5,9	2,9	0,4	0,4	0,4
Riabilitazione motoria	11.505	11.704	11.904	-6,6	1,7	1,7	0,5	0,5	0,5
Riabilitazione respiratoria	2.996	3.004	3.054	16,1	0,3	1,7	0,1	0,1	0,1
Irrigazione vaginale	1.424	1.356	1.389	-18	-4,8	2,4	0,1	0,1	0,1
Altro	167.987	169.780	171.072	2	1,1	0,8	6,7	7,1	7,2
Totale	2.517.459	2.405.865	2.365.654	-4,8	-4,4	-1,7	100,0	100,0	100,0

Fonte: nostre elaborazioni su dati degli stabilimenti termali

Il rapporto in atto fra prestazioni tradizionali e benessere è spiegato dal relativo grafico (graf. 2) che evidenzia come, nella realtà, in media, la singola prestazione benessere valga più di 4 volte quella tradizionale, ma questa fa parte di un ciclo più lungo che porta ad un maggiore valore complessivo delle prestazioni tradizionali.

2 L'ECONOMIA DELLE TERME

2.1 Il "Fatturato"

L'economia delle terme si deduce in primo luogo dalla spesa per le prestazioni di *benessere termale* effettuate, con successiva estensione al comparto indiretto (alberghi piscine ecc.).

Tabella 6 Fatturato per benessere termale delle terme toscane. Anni 2009 e 2010. Valori assoluti, variazioni percentuali annue e medie, distribuzioni. Anni 2005-2010

	Termale assistiti	di cui: ticket	Termale privati	Termale Totale	Benessere totale	Totale termale e benessere
2005	10.837.431	1.457.180	10.994.665	21.832.096	8.324.476	30.156.572
2006	10.502.300	1.741.643	12.057.593	22.559.894	9.133.459	31.693.353
2007	10.614.931	1.850.000	13.181.336	23.796.267	10.354.748	34.151.015
2008	10.041.725	1.744.550	12.983.616	23.025.341	11.152.581	34.177.922
2009	10.685.973	1.746.459	13.015.234	23.701.207	11.345.654	35.046.861
2010	10.186.349	1.680.675	12.768.539	22.954.888	11.523.712	34.478.600
<i>Variazione percentuale su anno precedente</i>						
2006	-3,1	19,5	9,7	3,3	9,7	5,1
2007	1,1	6,2	9,3	5,5	13,4	7,8
2008	-5,4	-5,7	-1,5	-3,2	7,7	0,1
2009	6,4	0,1	0,2	2,9	1,7	2,5
2010	-4,7	-3,8	-1,9	-3,1	1,6	-1,6
2010-1005 va	-6,0	15,3	16,1	5,1	38,4	14,3
2010-2005 vma	-1,2	2,9	3,0	1,0	6,7	2,7
<i>Composizione percentuale termale</i>						
2005	49,6	6,7	50,4	100,0		
2006	46,6	7,7	53,4	100,0		
2007	44,6	7,8	55,4	100,0		
2008	43,6	7,6	56,4	100,0		
2009	45,1	7,4	54,9	100,0		
2010	44,4	7,3	55,6	100,0		
<i>Composizione percentuale totale</i>						
2005	35,9	4,8	36,5	72,4	27,6	100,0
2006	33,1	5,5	38,0	71,2	28,8	100,0
2007	31,1	5,4	38,6	69,7	30,3	100,0
2008	29,4	5,1	38,0	67,4	32,6	100,0
2009	30,5	5,0	37,1	67,6	32,4	100,0
2010	29,5	4,9	37,0	66,6	33,4	100,0
<i>Resa media per prestazione (costo in Euro)</i>						
	<i>termali</i>	<i>benessere</i>	<i>totali</i>			
2005	8,0	40,6	10,2			
2006	8,4	41,6	10,9			
2007	9,0	39,7	11,8			
2008	9,1	40,2	12,2			
2009	9,9	40,5	13,0			
2010	9,9	40,9	13,2			

Fonte: indagine 2011

Il fatturato complessivo degli stabilimenti termali della regione, limitatamente al valore della produzione specifica del benessere termale, per la prima volta risulta negativo

L'economia delle Terme

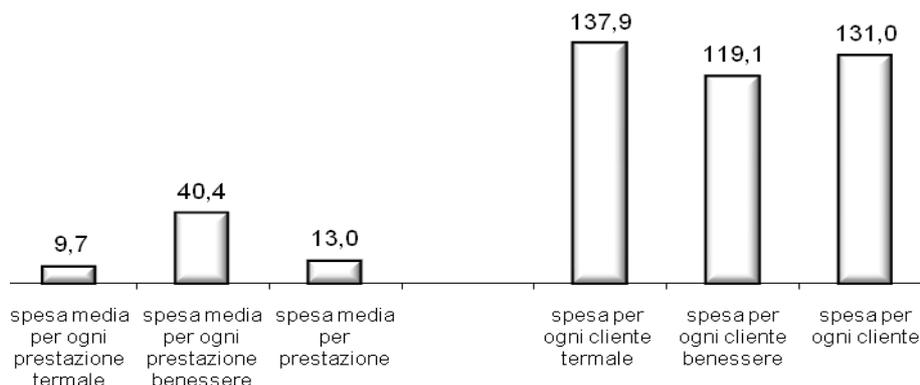
rispetto a quello dell'anno precedente, dopo quattro anni che avevano visto un andamento comunque positivo.

È da specificare, tuttavia, che nel 2009 aveva contribuito all'aumento dello stesso l'adeguamento delle tariffe delle prestazioni termali da parte del Ministero della Sanità.

Nel 2010 si registra un fatturato di circa 34,5 milioni di euro per il totale delle prestazioni di benessere termale, escludendo le piscine termali e la spesa per il soggiorno in diversi alberghi termali.

Il prezzo medio per prestazione termale è di circa 10 euro, a fronte di 138 euro ad arrivo; per le prestazioni benessere il prezzo medio è di 40 euro a fronte di 119 euro per ogni arrivo.

Grafico 2 Spesa media per prestazione e per arrivo dei clienti di benessere termale nell'anno 2010



Fonte: elaborazione su indagine Thermae 2011

Rispetto al 2009 si verifica una diminuzione complessiva del -1,6% del *benessere termale* determinata da una diminuzione delle prestazioni tradizionali assistite del -4,7% e delle prestazioni private del -1,9%, per un totale termale di -3,1%, a fronte di un aumento delle prestazioni benessere dell'1,6%.

Nel corso del quinquennio le prestazioni termali assistite sono diminuite del 6,0%, ad un tasso medio del -1,2%, mentre sono aumentate del 16,1% quelle private ad un tasso medio del 3,0%; l'aumento totale è stato del 5,1%, ad un tasso medio annuo dell'1,0%. Nel frattempo il comparto del benessere praticato presso le terme è aumentato del 38,4% ad un tasso medio annuo del 6,7%.

Considerando il totale del benessere termale si è verificato un aumento del 14,3% ad un tasso medio annuo del 2,7%. Il fatturato per benessere incide sul totale per circa un terzo (33,4%), con una quota un po' inferiore a quella degli arrivi (36,8%).

La resa media per prestazione effettuata è notevolmente superiore nel comparto benessere rispetto a quello propriamente termale: più di quattro volte superiore. La spesa

per arrivo termale è, invece, superiore nel caso delle cure termali tradizionali a causa del maggiore numero di prestazioni effettuate e per la durata del ciclo.

Nell'anno 2009, rispetto al 2008, si era verificato l'aumento della tariffa delle prestazioni termali da parte del SSN, con una variazione percentuale del comparto termale che è stata maggiore di quella rilevata nel comparto benessere.

I 34,5 milioni di euro di spese dirette 77,1 milioni di euro se si tiene conto anche degli ingressi nelle piscine e delle gestioni alberghiere e di altre gestioni, come la vendita di prodotti termali.

Si stima che di questo differenziale, di circa 42,6 milioni, il movimento attivato dalle piscine determini un fatturato di circa 5,5 milioni di euro, supponendo una spesa media di 12,9 euro per ogni ingresso in piscina.

Se ne deduce che alle gestioni esterne al benessere termale è imputabile quasi la metà del valore della produzione, cioè dei ricavi delle vendite e delle prestazioni.

2.2 Le imprese

Presentiamo un prospetto relativo al fatturato delle imprese termali includendo, oltre ai ricavi per le prestazioni dei clienti del benessere termale, i ricavi per gli ingressi nelle piscine, i ricavi degli alberghi gestiti dalle terme, sia per i clienti termali che agli altri clienti; sono inclusi anche i ricavi di altre gestioni come la vendita dei prodotti termali e quelli dei bar e ristoranti termali.

La situazione relativamente al 2010 ed al 2009 è dedotta dai valori dei bilanci depositati presso il registro delle imprese delle camere di commercio.

Precisiamo che rispetto alla edizione 2010 sono stati analizzati i bilanci di altre nove terme: Antiche terme acqua di Sorano, Nuove Terme di San Filippo, Terme di San Giovanni isola d'Elba, Antico albergo terme Srl di Bagni di Lucca, Sorgente Sant'Elena Spa, Terme e Sorgenti S Carlo, Terme di Equi Spa, Parco termale di Uliveto Terme, Terme santa Caterina Srl.

Emerge che relativamente al valore della produzione (inclusiva anche delle attività connesse alle terme) il fatturato complessivo delle strutture considerate è pari circa 77,1 milioni di euro, cioè 2,2 volte la spesa diretta per prestazioni.

Può considerarsi questo il fatturato diretto delle imprese termali per il *core business* e le attività collaterali connesse, piscine e alberghi compresi.

Sono escluse alcune attività svolte da imprese non classificate come termali, per cui si può stimare che si possa valutare in quasi 90 milioni di euro il fatturato direttamente riconducibile al comparto termale.

Relativamente ai dati riportati due gruppi termali si collocano nettamente al primo posto come valore della produzione (ricavi delle vendite e delle prestazioni) diretta ed indiretta:

L'economia delle Terme

Saturnia con circa 19,1 milioni di fatturato e il gruppo STB con circa 18,0 milioni di fatturato.

Però fanno parte del gruppo STB anche le terme di Bagni di Pisa, per cui considerando insieme le tre strutture che ne fanno parte il fatturato del gruppo STB sale a 21,1 milioni di euro; è il gruppo termale più importante in Toscana ed uno dei più rilevanti in Italia.

La STB (Società Terme e Benessere) gestisce tre resort: Fonteverde a San Casciano dei Bagni in provincia di Siena, con piscina aperta al pubblico, la Grotta Giusti a Monsummano Terme in provincia di Pistoia, con piscina aperta al pubblico, e Bagni di Pisa a San Giuliano Terme, vicino alla città di Pisa.

Negli ultimi anni, quando STB ne ha assunto la gestione, le Terme di San Giuliano hanno cambiato denominazione in Bagni di Pisa.

Il gruppo Terme di Saturnia Spa gestisce un resort a Manciano, in provincia di Grosseto, con albergo, quattro piscine termali ed una attività golfistica.

Nel 2010, rispetto all'anno precedente, il valore dei ricavi per vendite e prestazioni delle Terme di Saturnia è diminuito del 5,9%, quello della STB del -3,8%.

In terza posizione Chianciano con 6,4 milioni di euro di fatturato ed un segno positivo dello 0,8% rispetto all'anno precedente. Le Terme di Chianciano non gestiscono altre strutture ma solamente quelle termali e del benessere, con la innovazione di pochi anni fa rappresentata dalle Terme sensoriali.

Nel caso specifico si ha la conferma dell'andamento divergente fra prestazioni tradizionali, che diminuiscono di circa il 15% e quelle benessere che invece aumentano del 35,8%.

In quarta pozione si collocano le Terme di Casciana con 5,9 milioni di euro ed una diminuzione del -0,5% rispetto all'anno precedente. Queste terme sono specializzate per le cure di riabilitazione che determinano quasi la metà del fatturato. Le Terme gestiscono anche una RTA (Residenza turistico alberghiera).

Per dimensione del fatturato seguono le Terme di San Giovanni in Rapolano con un fatturato di 5,9 milioni di euro, compresa la connessa attività alberghiera, ed un aumento dello 0,6% rispetto all'anno precedente.

Solo in sesta posizione si collocano le Terme di Montecatini con 4,5 milioni, con il maggiore incremento percentuale (4,8%) rilevato rispetto all'anno precedente.

Questo incremento, a fronte della tenuta del comparto tradizionale (+0,42), e di uno sviluppo del comparto benessere (16,8%) rappresenta un segnale positivo, che speriamo si traduca in una inversione di tendenza.

Le terme dei primi due gruppi determinano più della metà del ricavi delle vendite e delle prestazioni per benessere termale, alberghi, piscine e altro compreso, della regione; le prime cinque i due terzi.

Le terme nelle ultime dieci posizioni per valore del fatturato rappresentano circa il 5,4% del totale.

Un caso particolare è quello di Villa Undulna che è articolata in due strutture uno stabilimento termale ed un albergo. Nell'albergo sul litorale di Montignoso, le presenze sono in grande prevalenza dovute alla motivazione balneare, con chiusura invernale.

Le terme, che fanno parte di una gestione separata, sono aperte tutto l'anno.

Abbiamo considerato solo l'attività della società di gestione termale Undulna Srl, Terme della Versilia. Precisiamo che si è in presenza di un caso particolare perchè esistono solo prestazioni private, senza alcuna cura assistita. Nel 2010, rispetto all'anno precedente, ha registrato un aumento delle prestazioni di benessere termale del 10,5%. Se si tenesse conto del fatturato del resort il fatturato dovrebbe essere aumentato di circa 1,5 milioni.

Tabella 7 Fatturato (ricavi delle vendite e delle prestazioni) delle aziende termali della Toscana inclusivo delle piscine, dei soggiorni presso alberghi termali e di altri servizi. Anni 2009 e 2010. Valori in euro.

Nome	Provincia	Valore della produzione per vendite e prestazioni		Var. perc.
		2009	2010	
1 Terme di Saturnia S.p.A. - Manciano	Grosseto	20.264.455	19.065.519	-5,9
2 STB Società delle terme e del benessere Spa	Pistoia, Siena	18.754.951	18.043.904	-3,8
3 Terme di Chianciano Spa	Siena	6.307.310	6.359.382	0,8
4 Bagni di Casciana Srl	Pisa	5.976.404	5.945.231	-0,5
5 Terme di S. Giovanni di Rapolano	Siena	5.833.390	5.869.332	0,6
6 Terme di Montecatini Spa	Pistoia	4.335.400	4.534.638	4,6
7 Bagni di Pisa - San Giuliano Terme	Pisa	3.065.438	3.363.621	9,7
8 Terme di Montepulciano	Siena	3.279.897	3.271.775	-0,2
9 Terme Antica Querciolaia - Rapolano	Siena	2.937.017	2.887.358	-1,7
10 Bagno Santo - Sarteano	Siena	1.456.514	1.411.221	-3,1
11 Terme di Venturina - Campiglia marittima	Livorno	989.741	1.276.334	29,0
12 Terme della Versilia - Montignoso	Massa C.	491507	579315	17,9
13 Terme di Petriolo Spa - Monticiano	Siena	145.972	75.343	-48,4
Totale parziale		73.837.996	72.682.973	-1,6
Terme inserite nelle edizione 2011				
13 Antiche Terme Acqua di Sorano S.	Firenze	899.094	964.607	7,3
14 Nuove Terme di S. Filippo Srl - Castiglione d'Orcia	Siena	922.356	921.816	-0,1
15 Terme di S. Giovanni Isola d'Elba - Portoferraio	Livorno	509.079	580.225	14,0
16 Antico Albergo Terme Srl - Bagni di Lucca	Lucca	573.285	547.792	-4,4
17 Sorgente Sant'Elena S.p.A.- Chianciano	Siena	534.275	445.500	-
				16,6
18 A. Bonini Terme e Sorgenti San Carlo - Massa	Massa C-	262.405	393.049	49,8
19 Terme di Equi S.p.A. - Fivizzano	Massa C.	414.778	382.447	-7,8
20 Parco Termale di Uliveto Terme	Pisa	146.285	135.863	-7,1
21 Terme S. Caterina Srl - San Quirico d'Orcia	Siena	59.987	66.532	10,9
Totale parziale		4.321.544	4.437.831	2,7
Totale generale		78.159.540	77.120.804	-1,3

Fonte: Unioncamere, Centrale dei Bilanci

Un altro caso è quello di Villa Adler con l'Hotel Adler Thermae Srl, di Bagno Vignoni, che complessivamente dichiara circa 15 milioni di Euro di fatturato nel 2010, ma il dato è

L'economia delle Terme

relativo all'intero gruppo Adler che ha sede a Ortisei in provincia di Bolzano; l'Hotel di Bagno Vignoni si configura come unità locale.

Il gruppo degli attori termali è molto variegato, con una composizione molto cambiata rispetto ad un quarto di secolo fa, quando Chianciano e Montecatini terme identificano il termalismo regionale. Anche per questo motivo non abbiamo considerato la distinzione fra *grandi terme* ed *altre terme* adottata l'anno precedente.

Sul cambiamento delle posizioni che ora vedono leader STB e Saturnia ha certamente influito il fatto che per prime queste imprese hanno orientato l'attività al comparto benessere integrandolo con l'attività termale tradizionale.

Rispetto alla edizione precedente del SITET la novità di questo anno per la valutazione del valore della produzione è la esplicita presa in considerazione di alcune terme minori e di alcune destinazioni non considerate nella precedente edizione.

Per questa scelta la tabella di riferimento è stata distinta in due parti, la prima con le stesse terme dell'anno scorso e la seconda con le terme aggiunte in questa stessa edizione.

Gli stabilimenti termali considerati sono rispettivamente 13 nella prima parte e 9 nella seconda.

Da notare come in termini di fatturato le nove terme aggiunte determinano circa il 5,8% del fatturato totale, mostrando una dinamica migliore delle altre con un aumento medio del 2,7% a fronte di una diminuzione del -1,6% delle altre terme, per una media generale di -1,3%%.

Sul fatturato 2010 rispetto a quello dell'anno precedente incide la temporanea chiusura di alcune attività per ristrutturazione ed il fatto che alcune strutture sono in fase di start up, dopo gli investimenti realizzati.

A titolo comparativo si propone anche il fatturato delle due grandi aziende termali di Salsomaggiore e Tabiano e delle Terme e Grandi Alberghi di Sirmione.

Il risultato è contrastante perchè nel primo caso si rileva una diminuzione dei ricavi del -6,7%, nel secondo un aumento del 6,1%.

Nel caso di Sirmione è notevole il peso dell'attività alberghiera collegata al Lago di Garda.

Tabella 8 Fatturato (ricavi delle vendite e delle prestazioni) delle aziende termali di Salsomaggiore e Tabiano Terme e di Terme e Grandi Alberghi di Sirmione. Anni 2009 e 2010. Valori in euro.

Nome	Provincia	Valore della produzione per vendite e prestazioni		
		2009	2010	Var. %
Terme di Salsomaggiore e Tabiano Spa	Parma	24.390.712	22.739.220	-6,77
Terme e Grandi Alberghi di Sirmione Spa	Brescia	24.528.959	26.019.336	6,08

Fonte: Unioncamere

2.3 Gli addetti

Per quanto riguarda il numero degli occupati l'andamento riflette la diversa tendenza delle prestazioni termali tradizionali rispetto a quelle benessere, ma la tenuta è stata considerevole se confrontata con quella di altri comparti.

Inoltre è da tenere presente che:

in alcune realtà termali piccole e medie una stessa figura può svolgere funzioni sia per le cure termali che per quelle benessere, come talvolta avviene nelle *reception*;

per le prestazioni benessere sono molto presenti contratti di tipo professionale con operatori specializzati nelle diverse tipologie di massaggi ed in fisioterapia. In altre parole sta avvenendo invece una trasformazione dei rapporti stagionali in consulenza o collaborazioni, con un aumento di queste ultime;

che durante la fase recessiva le imprese hanno cercato di preservare il rapporto con il contratto a tempo indeterminato, cioè con il personale più qualificato ed esperto, trasformando, specialmente nel 2006 e nel 2007 alcuni lavoratori stagionali in lavoratori a tempo indeterminato. Questa tendenza rivela la peculiarità del comparto termale, evidenziando che si tende alla ricerca della qualità delle prestazioni.

Tabella 9 Addetti al comparto termale in Toscana. Valori assoluti, variazioni percentuali, composizione. Anni 2005-2010

	Dipendenti a tempo indeterminato	Dipendenti stagionali	Collaborazioni	Totale
<i>Valori assoluti</i>				
2005	427	576	190	1.193
2006	445	556	183	1.184
2007	425	573	210	1.208
2008	452	528	231	1.211
2009	450	461	243	1.154
2010	441	445	245	1.131
<i>Variazione percentuale su anno precedente</i>				
2006	4,2	-3,5	-3,7	-0,8
2007	-4,5	3,1	14,8	2
2008	6,4	-7,9	10	0,2
2009	-0,4	-12,7	5,2	-4,7
2010	-2,0	-3,5	0,8	-2,0
2010/2005 va	3,3	-22,7	28,9	-5,2
2010/2005 vma	0,6	-5,0	5,2	-1,1
<i>Composizione percentuale</i>				
2005	35,8	48,3	15,9	100,0
2006	37,6	47	15,5	100,0
2007	35,2	47,4	17,4	100,0
2008	37,3	43,6	19,1	100,0
2009	39	39,9	21,1	100,0
2010	39,0	39,3	21,7	100,0

Fonte: nostre elaborazioni su dati degli stabilimenti termali

Nel 2010 questa tendenza ha determinato, come già nel 2009 rispetto all'anno precedente, ma in modo più attenuato, una riduzione complessiva del numero degli addetti del -2,0%.

La variazione è l'effetto di una variazione genitiva del -2,0% dei lavoratori a tempo indeterminato, del -3,5% dei lavoratori stagionali e di un aumento dello 0,8% delle consulenze.

Raffrontando il 2005 con il 2010 la diminuzione in valore assoluto dei lavoratori è del -5,2% determinata quasi tutta dal calo dei lavoratori stagionali, mentre quelli fissi vedono aumentare le loro unità del 3,3%.

Se si escludono le consulenze e si considerano i fissi e gli stagionali, la diminuzione è stata del -11,7% ad un tasso medio annuo del -2,5%.

Come già si rilevava lo scorso anno all'interno delle consulenze sono compresi molti rapporti professionali che vanno dalle prestazioni benessere individualizzate alla figura dell'esperto di web marketing. In particolare continua la tendenza a dotarsi dell'esperto di web marketing, interna o esterna alle aziende.

Alcune di queste figure operano contemporaneamente per il comparto termale e per quello ricettivo.

2.4 Benchmark con l'Emilia Romagna

Proponiamo il tradizionale benchmark con l'Emilia Romagna, che presenta una struttura termale simile a quella della Toscana, con più di venti stabilimenti diffusi su tutto il territorio regionale.

L'orientamento delle terme regionali è più verso il termalismo tradizionale, con una maggiore quota di residenti e pendolari.

In termini di arrivi di clienti termali tradizionali l'Emilia Romagna presenta un mercato assai più ampio, molto orientato al comparto termale, ove si concentrano i

tre quarti (75,2%) della clientela; i clienti benessere rappresentano un quinto della clientela.

In Toscana, invece, la clientela benessere è più di un terzo, maggiore di circa il 35% rispetto a quella rilevata in Emilia Romagna.

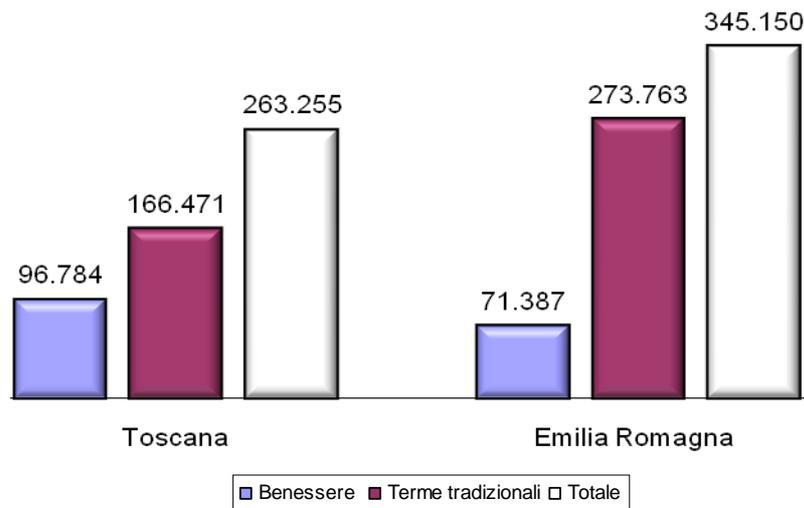
Ne consegue che dall'altra parte dell'Appennino le prestazioni termali tradizionali risultano superiori del 64,5% rispetto a quelle della Toscana.

Anche in Emilia Romagna è presente una forte concentrazione termale nell'area parmense, così come in Toscana lo è nell'area senese.

In questo quadro di riferimento l'andamento degli arrivi per le prestazioni termali tradizionali delle due regioni è stato, nel 2010, abbastanza simile, mentre in termini di fatturato relativo alle prestazioni termali tradizionali (private e convenzionate) la Toscana registra una diminuzione percentuale rispetto all'anno precedente del -3,1% a fronte del -1,8% dell'Emilia Romagna.

La maggiore diversità sta nel fatturato allargato comprensivo delle gestioni dirette ed indirette che in Emilia Romagna vede un aumento dell'1,4% ed in Toscana una diminuzione del -1,3%.

Grafico 3 Emilia Romagna e Toscana: alcuni dati strutturali. Arrivi di clienti per prestazioni benessere, per cure tradizionali e totali. Anno 2010



Fonte: nostre elaborazioni su dati regionali

Tabella 10 L'andamento di alcune delle principali variabili termali in Emilia Romagna e in Toscana. Variazioni percentuali sull'anno precedente. Anno 2010

	E. Romagna	Toscana
Arrivi convenzionati	-2,4	-2,3
Arrivi privati termali	-0,1	-0,3
Totale arrivi tradizionali	-2,1	-1,4
Arrivi benessere	2,5	2,8
Riabilitazione	12,5	
Totale arrivi	-0,7	0,1
Totale prestazioni termali tradizionali	-3,5	-1,7
FATTURATO		
Convenzionato	-2,3	-4,7
Privato termale	-1,6	-1,9
Per riabilitazioni	3,2	
Totale termale	-1,8	-3,1
Benessere	1,1	1,6
Fatturato allargato	1,4	-1,3

Fonte: nostre elaborazioni

3 IL MOVIMENTO TURISTICO NELLE CITTÀ DEL “*BENESSERE TERMALE*”

3.1 Gli escursionisti

Per una analisi completa del movimento turistico delle destinazioni termali, è importante fare una prima considerazione sul gruppo dei pendolari e quindi degli escursionisti.

La Toscana è una delle regioni termali “big players” in Italia, insieme all’Emilia Romana, la Campania e al Veneto. Essendo anche una meta importante per il turismo, non è facile definire quanto del movimento turistico effettivamente rilevato sia mosso dalla motivazione termale. Spesso si verificano sovrapposizioni tra i diversi turismi, mentre gli alberghi e le altre tipologie ricettive spesso non distinguono fra coloro che praticano le terme e gli altri. Vi sono anche diversi alberghi termali ma questi generalmente non rilevano le prestazioni praticate nel comparto del benessere termale, poiché queste spesso fanno parte di un pacchetto di soggiorno tutto compreso.

Come è noto i fruitori degli stabilimenti del benessere termale possono essere turisti che pernottano nella località ove è localizzato lo stabilimento od in una località vicina, oppure residenti o soggiornanti nei dintorni, cioè escursionisti. I turisti che praticano le cure termali sono definiti curisti, come combinazione delle due parole curandi e turisti, mentre coloro che praticano le cure, curisti o escursionisti, sono definibili come curandi. Nelle località termali di fatto si praticano sempre più altri turismi diversi da quello propriamente termale.

In Toscana, il termalismo dei residenti e dei pendolari è più ridotto rispetto ad altre regioni, dove appare di grande rilevanza; tuttavia, è difficile quantificare in modo sufficientemente approssimato la loro incidenza rispetto al totale dei curandi.

L’indagine di quest’anno condotta presso gli stabilimenti termali ci permette di stimare che i curandi non curisti, che risiedono nella località o in una località limitrofa, sono una percentuale pari a circa il 22% del totale, in linea con l’andamento dell’anno precedente.

Continua la tendenza in atto negli ultimi anni che, limitatamente al comparto benessere, vede un leggero aumento del peso dei clienti pendolari sul totale.

In particolare questo aumento si verifica per le prestazioni benessere.

Il fenomeno dell’escursionismo riguarda anche quei turisti che soggiornano nelle località vicine, spesso anche per motivi diversi dal “*benessere termale*”, ma che frequentano gli stabilimenti termali come modalità integrativa o diversificata del loro soggiorno.

Il pernottamento turistico in questo caso è rilevato, ma sotto un’altra tipologia di turismo e/o sotto un’altra destinazione.

Il Movimento turistico nelle città del “Benessere Termale”

L'analisi che si presenta di seguito per la valutazione dei movimenti turistici non tiene conto dei clienti pendolari ma considera solo i curisti, cioè i curandi che sono anche turisti, e tutti gli altri turisti che soggiornano nelle destinazioni considerata.

Il target dei pendolari ha comunque una sua autonoma rilevanza.

3.2 Il movimento turistico delle destinazioni termali

3.2.1 Alcune precisazioni

Per analizzare il movimento turistico termale a livello regionale è opportuno fare affidamento alla classificazione che la Regione Toscana effettua a proposito delle località termali, precisando che le località di destinazione si identificavano con la tipologia di turismo prevalente; pur essendone presenti altre. Per questo motivo all'interno delle province quando si valutano gli arrivi e le presenze termali si considerano alcuni comuni, cioè quelli per i quali si ritiene che la motivazione sia prevalente, pur se non esclusiva.

Prospetto 1 Comuni termali secondo la Regione Toscana e altri ove sono localizzate almeno uno stabilimento termale.

	Località considerate dalla Regione Toscana	Altre località con stabilimenti termali
Arezzo		
Firenze	Gambassi Terme	
Grosseto	Civitella Paganico, Manciano (Saturnia), Monterotondo Marittimo	
Livorno	Campiglia Marittima, Portoferraio	
Lucca	Bagni di Lucca	
Massa Carrara	Casola in Lunigiana (Equi Terme)	Montignoso, Massa (Terme san Carlo), Equi terme è nel Comune di Fivizzano e non in quello di Casola in Lunigiana
Pisa	Casciana Terme, San Giuliano Terme, Vicopisano	
Pistoia	Monsummano Terme-Montecatini Terme	
Prato		
Siena	Chianciano Terme, Radicondoli-Rapolano Terme, San Casciano dei Bagni, San Quirico d'Orcia, Sarteano	Montepulciano, Monticiano, Sorano, Castiglione d'Orcia

Fonte: nostre elaborazioni

Si precisa, inoltre, che la Regione Toscana adotta alcuni criteri approssimati nella valutazione della tipologia di turismo termale, non sempre rispondenti ad una realtà che negli ultimi tempi è cambiata..

Nel seguente prospetto sono evidenti a sinistra le località termali considerate dalla Regione Toscana, mentre a destra se ne aggiungono altre non considerate.

Dalle statistiche regionali non sono rilevate come termali alcune destinazioni ove sono localizzati alcuni stabilimenti, come ad esempio a Montignoso e a Portoferraio, perchè si considerano esclusivamente balneari. Non è considerato termale neppure il comune di Montepulciano, pur se le terme realizzano un buon movimento ed un buon fatturato,

Alcune destinazioni, a fronte del lungo periodo di crisi strutturale che ormai da un quarto di secolo caratterizza il comparto, hanno cambiato la tipologia di clientela, cercando altre motivazioni al soggiorno, prevalentemente quella d'arte e culturale, compreso il paesaggio, e quella congressuale e degli eventi.

È quanto si è verificato nelle due principali destinazioni termali regionali, nei casi di Montecatini Terme e Chianciano Terme, che proprio nell'ultimo quarto di secolo hanno visto una riduzione dei curandi a meno di un terzo e nel contempo un incremento degli altri target di clientela orientati al turismo d'arte e culturale e alle valenze paesaggistiche della Toscana e dell'Italia.

3.2.2 Alberghi, terme e il cambiamento della clientela: verso altri turismi

Gli operatori alberghieri e di altre forme di ricettività hanno riorientato in tal senso la loro attività assumendo una forte capacità competitiva nei confronti delle grandi destinazioni vicine, come Firenze, la Toscana e Roma.

Da questo punto di vista si può affermare che la capacità di reazione degli albergatori è stata maggiore di quella dei gestori degli stabilimenti termali.

Tale situazione si è potuta verificare per la maggiore flessibilità degli esercizi alberghieri rispetto ai vari target di domanda, mentre gli stabilimenti termali sono rimasti per troppo lungo tempo prigionieri di una concezione sanitarizzata delle terme che ha ritardato l'orientamento della loro attività verso il comparto del *benessere termale*.

Di fatto si può affermare che vi è stato un riorientamento della componente ricettiva delle località termali verso un turismo di massa d'arte e culturale, fondata sui bassi prezzi dei pernottamenti.

Bisogna avere il coraggio di dire che Montecatini T. e Chianciano T. hanno perso progressivamente la loro caratteristica di *ville d'eau*, a vantaggio di una fruizione di massa, con una forte crescita della componente straniera (in particolare nella prima città), senza che questa neppure si rendesse granché conto della presenza delle terme. Gli alberghi locali svolgono essenzialmente funzione di dormitorio e di punto di appoggio per la pratica di altri turismi.

Buona parte della ricettività delle due maggiori destinazioni termali può essere vista per questa funzione suppletiva di quella delle grandi città d'arte toscane e laziali.

Il Movimento turistico nelle città del “Benessere Termale”

Naturalmente tutto questo si è tradotto in una spinta verso i più bassi livelli dei prezzi ma anche verso una minore qualità, con l'obsolescenza di diversi alberghi, poco rinnovati e poco riorganizzati rispetto alla evoluzione in atto.

In altre parole nei casi di Montecatini e Chianciano ci si è orientati verso target di clientela di livello meno elevato, con tutte le conseguenze del caso sulla filiera turistica:

- bassi prezzi
- ridotti margini
- scarsa capacità di investire
- pochi ammodernamenti e poche ristrutturazioni degli alberghi
- invecchiamento delle strutture e dell'immagine
- alcuni rinnovamenti strutturali che hanno riguardato il contesto urbano non hanno trovato riscontro adeguato nella organizzazione locale;
- Vi sono anche sono segnali positivi come le Terme sensoriali di Chianciano e le nuove piscine di Montecatini T, queste ultime ancora da attivare. Cosa può derivare da tali iniziative sul piano dell'immagine e della promozione?

In realtà le altre terme regionali hanno innovato prima e di più, creando nuove opportunità e in molti casi fondando il loro sviluppo su una forte connessione fra strutture ricettive e stabilimenti termali, come si è verificato nei casi delle Terme della Versilia, sul litorale di Montagnoso, in provincia di Massa Carrara, a Fonteverde a San Casciano dei Bagni e Rapolano in provincia di Siena, presso la Grotta Giusti di Monsummano in provincia di Pistoia ed in altre località.

Si ha la sensazione che l'entità del cambiamento strutturale del fenomeno turistico e di quello termale non sia stata recepita e intuita nei tempi giusti da parte dei *policy makers*, così come non è stata capita nei tempi giusti la necessità della collocazione del termalismo tradizionale nel più ampio paradigma del *wellness termale* e della *medicina della salute*, secondo una concezione olistica, omnicomprensiva di tutti gli aspetti dello stare bene da quello fisico a quello psicologico.

Per questo motivo, nelle località termali, in particolare a Montecatini Terme e Chianciano Terme, sono prevalentemente presenti turisti spinti da motivazioni diverse da quelle termali, per cui non si dovrebbe più parlare di turismo termale, ma di un mix di turismi, con prevalenza della motivazione d'arte e culturale. Come si è detto si è poi ulteriormente sviluppata l'attività congressuale e delle manifestazioni, tipica da sempre delle destinazioni termali.

Questa evoluzione ha portato ad un notevole incremento degli arrivi e delle presenze straniere che sono ora nettamente prevalenti.

Ovviamente, la permanenza media si è ridotta, perchè si permane in città per un massimo di due giorni, ma spesso per una sola notte, per visitare le destinazioni d'arte e cultura.

3.3 Il peso dei turismi delle città termali rispetto al movimento complessivo regionale

Secondo il criterio statistico della Regione Toscana, che stima il movimento turistico imputabile alle terme all'interno delle province con riferimento ai comuni termali prima visti nella parte sinistra del prospetto, nel 2010, la ricettività presso le destinazioni termali regionali ha accolto il 10,1% degli arrivi e il 9,5% delle presenze dei turisti che hanno scelto la Toscana come meta.

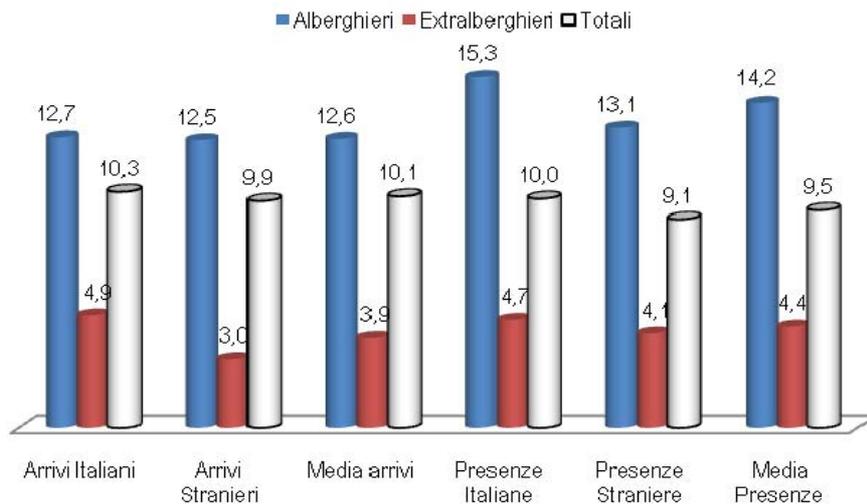
Disaggregando il dato, il 10,3% del totale degli arrivi e il 10,0% del totale delle presenze italiane è stato ospitato nelle località termali, mentre per gli stranieri le percentuali sono rispettivamente del 9,9% e del 9,1%.

La componente alberghiera incide per il 12,6% degli arrivi totali regionali e per il 14,2% delle presenze, mentre quella extralberghiera ha un'incidenza relativamente poco importante perché recepisce solo il 3,9% degli arrivi e il 4,4% delle presenze.

Solo il 4,9% degli arrivi italiani e il 3,0% di quelli stranieri preferisce un alloggio extralberghiero situato in una località termale. Al contrario, la percentuale che sceglie gli alberghi sale all'12,7% degli arrivi italiani e al 12,5% degli arrivi stranieri. L'incidenza della componente alberghiera sul totale regionale resta comunque più alta per gli arrivi nazionali (15,3%) che per quelli stranieri (13,1%), per una media del 14,2%.

Secondo la classifica che distingue le varie tipologie di turismo identificando quello termale, in Toscana vi è almeno una destinazione termale in otto delle dieci province esistenti. Non sono state rilevate presenze termali per le province di Prato e Arezzo.

Grafico 4 Quota di arrivi e presenze delle destinazioni termali rispetto al totale degli arrivi e delle presenze della regione Toscana. Anno 2010



Fonte: nostra elaborazione su dati degli uffici statistici della Regione Toscana

Se in termini di prestazioni di benessere termale il comune leader è quello di Manciano con Saturnia, in termini di presenze il comune con il maggiore movimento è quello di Montecatini, seguito da Chianciano e da San Giuliano Terme.

3.4 La stagione del turismo termale 2010

3.4.1 Un buon andamento

Relativamente all'anno 2010, se il comparto del benessere termale in termini di arrivi di curandi e di prestazioni effettuate ha complessivamente tenuto, l'andamento degli arrivi e delle presenze dei turisti nelle destinazioni termali ha avuto un andamento assai più positivo.

Considerando le destinazioni e le presenze turistiche termali rilevate come tali dalla Regione Toscana si è verificato un aumento del 7,6% in termini di presenze a causa dell'aumento di quelle straniere dell'8,3% e di quelle nazionali del 6,7%.

Su questa situazione incidono alcuni dati anomali relativi a San Giuliano Terme, destinazione che ha rilevato forti aumenti di presenze nel comparto extralberghiero, pur se sono diminuiti notevolmente gli arrivi.

L'apparente contraddizione è molto forte perchè gli arrivi diminuiscono di circa il 28% e le presenze aumentano di più del 100%. La permanenza media passa da 3,3 giornate a 9,5, più precisamente da 2,7 a 5,3 per la componente straniera e da 4,0 a 13,2 per la componente italiana.

In realtà la motivazione sta nel fatto che alla fine del 2009 è stata aperta una struttura che fa parte delle CAF (case per ferie), di circa 800 posti letto, destinata alle lunghe permanenze degli studenti delle vicine Pisa.

Se si depurano i dati da quelli di San Giuliano Terme il risultato resta sempre molto positivo, con una leggera diminuzione della componente nazionale del -1,4% in termini di presenze, a fronte di un aumento di quella estera del 7,6%, per un totale del 2,7%; maggiore è l'aumento degli arrivi, pari al 4,5%, con l'8,8% della componente estera e lo 0,4% di quella domestica.

L'analisi delle presenze nei comuni termali della Toscana si limita a questi comuni, per i quali sono rilevate le presenze termali dagli uffici statistica regionali, ma nella realtà, come si è visto, vi sono anche altri comuni che sul proprio territorio vedono la presenza delle terme.

Considerando anche questi comuni le presenze turistiche rilevate nell'anno 2010 sono circa 6,4 milioni come appare dalla tabella seguente, che aggiunge a questa ben altri dieci comuni, evidenziati in grigio.

Tabella 11 Arrivi e presenze termali di italiani e stranieri nei comuni delle province toscane secondo quanto rilevato dalla Regione Toscana. Anni 2009 e 2010 (dati 2010 provvisori).

Prov	Comuni termali Regione Toscana		2010						2009					
			alberghieri		extralberghieri		alberghieri		extralberghieri		alberghieri		extralberghieri	
			Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze
FI	Gambassi terme	Italiani	1437	10868	1997	10490	3434	21358	915	1892	1715	9979	2630	11871
		Stranieri	1147	4861	7966	62857	9113	67718	880	3372	6219	50675	7099	54047
		Totale	2584	15729	9963	73347	12547	89076	1795	5264	7934	60654	9729	65918
PT	Montecatini T. Monsummano T.	Italiani	181988	581751	3381	12985	185369	594736	185.595	602.536	3.044	13.884	188.639	616.420
		Stranieri	404203	1099335	7103	45087	411306	1144422	370.408	1.018.232	5.330	34.164	375.738	1.052.396
		Totale	586191	1681086	10484	58072	596675	1739158	556.003	1.620.768	8.374	48.048	564.377	1.668.816
SI	Chianciano T., San Casciano dei Bagni, Sarteano, Radicondoli, Rapolano T., San Quirico d'Orcia	Italiani	225300	851658	21336	83663	246636	935321	217010	848631	22749	96479	239759	945110
		Stranieri	108269	308432	17351	119409	125620	427841	99497	281150	17617	119327	117114	400477
		Totale	333569	1160090	38687	203072	372256	1363162	316507	1129781	40366	215806	356873	1345587
LU	Bagni di Lucca	Italiani	4773	10578	1432	4212	6205	14790	4.452	10.853	1.258	3.664	5.710	14.517
		Stranieri	2588	7830	1126	6290	3714	14120	1.577	5.943	917	5.074	2.494	11.017
		Totale	7361	18408	2558	10502	9919	28910	6.029	16.796	2.175	8.738	8.204	25.534
LI	Campiglia Marittima	Italiani	6036	30022	8715	50051	14751	80073	5.971	30.794	11.133	52.645	17.104	83.439
		Stranieri	2554	21413	5604	46917	8158	68330	2.922	24.852	6.228	55.035	9.150	79.887
		Totale	8590	51435	14319	96968	22909	148403	8.893	55.646	17.361	107.680	26.254	163.326
GR	Civitella Paganico, Manciano Monterotondo Marittimo	Italiani	38434	99468	38594	105390	77028	204858	37414	96324	39553	108539	76967	204863
		Stranieri	5948	19514	4945	29325	10893	48839	5613	17883	4540	29013	10153	46896
		Totale	44382	118982	43539	134715	87921	253697	43027	114207	44093	137552	87120	251759
PI	Casciana Terme, Vicopisano San Giuliano Terme	Italiani	25546	67630	6224	239483	31770	307113	31.056	78.833	6.178	67.493	37.234	146.326
		Stranieri	17186	35285	3880	70930	21066	106215	26.548	54.944	5.195	33.755	31.743	88.699
		Totale	42732	102915	10104	310413	52836	413328	57.604	133.777	11.373	101.248	68.977	235.025
MC.	Fivizzano (Terme di Equi)	Italiani	0	0	61	638	61	638	2	2	30	102	32	104
		Stranieri	0	0	3	13	3	13	0	0	90	176	90	176
		Totale	0	0	64	651	64	651	2	2	120	278	122	280
Totale regionale		Italiani	483.514	1.651.975	81.740	506.912	565.254	2.158.887	482.415	1.669.865	85.660	352.785	568.075	2.022.650
		Stranieri	541.895	1.496.670	47.978	380.828	589.873	1.877.498	507.445	1.406.376	46.136	327.219	553.581	1.733.595
		Totale	1.025.409	3.148.645	129.718	887.740	1.155.127	4.036.385	989.860	3.076.241	131.796	680.004	1.121.656	3.756.245

Fonte: Direzione Statistica della Regione Toscana. La Regione colloca le Terme di Equi nel comune di Casola in Lunigiana ma si trovano nel Comune di Fivizzano.

Il Movimento turistico nelle città del "Benessere Termale"

Tabella 12 Arrivi e presenze termali italiani e stranieri nei comuni delle province toscane secondo quanto rilevato dalla Regione Toscana. Variazione percentuale 2009-2010 (dati 2010 provvisori)

Prov.	Comuni		Es. alberghi		Es. extralberghieri		Totale	
			Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze
FI	Gambassi terme	Italiani	57,0	474,4	16,4	5,1	30,6	79,9
		Stranieri	30,3	44,2	28,1	24,0	28,4	25,3
		Totale	44,0	198,8	25,6	20,9	29,0	35,1
PT	Montecatini T. Monsummano T.	Italiani	-1,9	-3,4	11,1	-6,5	-1,7	-3,5
		Stranieri	9,1	8,0	33,3	32,0	9,5	8,7
		Totale	5,4	3,7	25,2	20,9	5,7	4,2
SI	Chianciano T., San Casciano dei Bagni, Sarteano, Radicondoli, Rapolano T., San Quirico d'Orcia	Italiani	3,8	0,4	-6,2	-13,3	2,9	-1,0
		Stranieri	8,8	9,7	-1,5	0,1	7,3	6,8
		Totale	5,4	2,7	-4,2	-5,9	4,3	1,3
LU	Bagni di Lucca	Italiani	7,2	-2,5	13,8	15,0	8,7	1,9
		Stranieri	64,1	31,8	22,8	24,0	48,9	28,2
		Totale	22,1	9,6	17,6	20,2	20,9	13,2
LI	Campiglia Marittima	Italiani	1,1	-2,5	-21,7	-4,9	-13,8	-4,0
		Stranieri	12,6	-13,8	-10,0	-14,8	-10,8	-14,5
		Totale	-3,4	-7,6	-17,5	-9,9	-12,7	-9,1
GR	Civitella Paganico, Manciano Monterotondo Marittimo	Italiani	2,7	3,3	-2,4	-2,9	0,1	0,0
		Stranieri	6,0	9,1	8,9	1,1	7,3	4,1
		Totale	3,1	4,2	-1,3	-2,1	0,9	0,8
PI	Casciana Terme, Vicopisano San Giuliano Terme	Italiani	17,7	-14,2	0,7	254,8	-14,7	109,9
		Stranieri	35,3	-35,8	-25,3	110,1	-33,6	19,7
		Totale	25,8	-23,1	-11,2	206,6	-23,4	75,9
M.C.	Fivizzano* (Terme di Equi)	Italiani			103,3	525,5	90,6	513,5
		Stranieri			-96,7	-92,6	-96,7	-92,6
		Totale			-46,7	134,2	-47,5	132,5
Totale Regionale		Italiani	0,2	-1,1	-4,6	43,7	-0,5	6,7
		Stranieri	6,8	6,4	4,0	16,4	6,6	8,3
		Totale	3,6	2,4	-1,6	30,5	3,0	7,5

Tabella 13 Arrivi e presenze di italiani e stranieri nei comuni termali della Toscana che possiedono almeno uno stabilimento termale. Anno 2010

	Provenienza		Totale degli esercizi					
			2010		2009		Variazioni perc.	
			Arrivi ¹	Presenze ¹	Arrivi ¹	Presenze ¹	Arrivi ¹	Presenze ¹
1. San Giuliano Terme*	PI	Italiani	19.981	263.247	24.878	99.306	-19,7	165,1
		Stranieri	17.402	92.029	27.585	73.721	-36,9	24,8
		Totale	37.383	355.276	52.463	173.027	-28,7	105,3
2. San Casciano dei Bagni	SI	Italiani	14.303	36.715	13.993	36.828	2,2	-0,3
		Stranieri	3.395	17.393	3.303	17.250	2,8	0,8
		Totale	17.698	54.108	17.296	54.078	2,3	0,1
3. Montecatini Terme	PT	Italiani	174.641	569.474	178.643	590.291	-2,2	-3,5
		Stranieri	406.264	1.120.724	370.738	1.031.338	9,6	8,7
		Totale	580.905	1.690.198	549.381	1.621.629	5,7	4,2
4. Chianciano Terme	SI	Italiani	161.324	696.893	156.307	701.542	3,2	-0,7
		Stranieri	96.475	270.314	88.471	242.733	9,0	11,4
		Totale	257.799	967.207	244.778	944.275	5,3	2,4
5. Castiglione d'Orcia	SI	Italiani	7.687	22.081	7.381	23.095	4,1	-4,4
		Stranieri	3.041	13.752	3.208	15.339	-5,2	-10,3
		Totale	10.728	35.833	10.589	38.434	1,3	-6,8
6. Vicopisano	PI	Italiani	1.212	6.937	960	5.806	26,3	19,5
		Stranieri	648	2.241	872	3.064	-25,7	-26,9
		Totale	1.860	9.178	1.832	8.870	1,5	3,5

Rapporto SITET 2011

7. Rapolano Terme	SI	Italiani	24.034	60.807	24.954	68.470	-3,7	-11,2
		Stranieri	5.435	26.642	5.975	30.422	-9,0	-12,4
		Totale	29.469	87.449	30.929	98.892	-4,7	-11,6
8. Bagni di Lucca	LU	Italiani	6.205	14.790	5.710	14.517	8,7	1,9
		Stranieri	3.714	14.120	2.494	11.017	48,9	28,2
		Totale	9.919	28.910	8.204	25.534	20,9	13,2
9. San Quirico d'Orcia	SI	Italiani	37.930	109.666	34.794	105.362	9,0	4,1
		Stranieri	11.086	43.730	10.172	41.671	9,0	4,9
		Totale	49.016	153.396	44.966	147.033	9,0	4,3
10. Casciana Terme	PI	Italiani	10.577	36.929	11.396	41.214	-7,2	-10,4
		Stranieri	3.016	11.945	3.286	11.914	-8,2	0,3
		Totale	13.593	48.874	14.682	53.128	-7,4	-8,0
11. Fivizzano	MS	Italiani	1.749	4.771	2.269	6.493	-22,9	-26,5
		Stranieri	383	1.671	625	2.415	-38,7	-30,8
		Totale	2.132	6.442	2.894	8.908	-26,3	-27,7
12. Gambassi Terme	FI	Italiani	3.434	21.358	2.630	11.871	30,6	79,9
		Stranieri	9.113	67.718	7.099	54.047	28,4	25,3
		Totale	12.547	89.076	9.729	65.918	29,0	35,1
13. Montepulciano	SI	Italiani	35.507	92.529	33.616	88.900	5,6	4,1
		Stranieri	37.016	131.238	31.420	123.008	17,8	6,7
		Totale	72.523	223.767	65.036	211.908	11,5	5,6
14. Manciano	GR	Italiani	63.591	166.871	63.936	169.389	-0,5	-1,5
		Stranieri	7.541	28.537	6.756	25.916	11,6	10,1
		Totale	71.132	195.408	70.692	195.305	0,6	0,1
15. Campiglia Marittima	LI	Italiani	14.751	80.073	17.104	83.439	-13,8	-4,0
		Stranieri	8.158	68.330	9.150	79.887	-10,8	-14,5
		Totale	22.909	148.403	26.254	163.326	-12,7	-9,1
16. Massa	MS	Italiani	128.933	886.995	140.209	966.290	-8,0	-8,2
		Stranieri	37.534	150.584	36.847	153.161	1,9	-1,7
		Totale	166.467	1.037.579	177.056	1.119.451	-6,0	-7,3
17. Monticiano	SI	Italiani	4.722	10.189	5.274	14.668	-10,5	-30,5
		Stranieri	2.090	10.475	2.076	10.632	0,7	-1,5
		Totale	6.812	20.664	7.350	25.300	-7,3	-18,3
18. Radicondoli	SI	Italiani	979	3.452	888	2.792	10,2	23,6
		Stranieri	2.050	16.100	1.876	14.703	9,3	9,5
		Totale	3.029	19.552	2.764	17.495	9,6	11,8
19. Civitella Paganico	GR	Italiani	12.519	33.494	12.143	30.734	3,1	9,0
		Stranieri	2.483	13.180	2.484	12.839	0,0	2,7
		Totale	15.002	46.674	14.627	43.573	2,6	7,1
20. Monterotondo Marittimo	GR	Italiani	918	4.493	888	4.740	3,4	-5,2
		Stranieri	869	7.122	913	8.141	-4,8	-12,5
		Totale	1.787	11.615	1.801	12.881	-0,8	-9,8
21. Monsummano Terme	PT	Italiani	10.728	25.262	9.996	26.129	7,3	-3,3
		Stranieri	5.042	23.698	5.000	21.058	0,8	12,5
		Totale	15.770	48.960	14.996	47.187	5,2	3,8
22. Sarteano	SI	Italiani	8.066	27.788	8.823	30.116	-8,6	-7,7
		Stranieri	7.179	53.662	7.317	53.698	-1,9	-0,1
		Totale	15.245	81.450	16.140	83.814	-5,5	-2,8
23. Portoferraio	LI	Italiani	70.279	372.598	75.934	368.009	-7,4	1,2
		Stranieri	29.671	206.570	30.988	200.544	-4,3	3,0
		Totale	99.950	579.168	106.922	568.553	-6,5	1,9
24. Montignoso	MS	Italiani	15.273	72.472	15.082	68.349	1,3	6,0
		Stranieri	4.375	18.217	4.388	17.576	-0,3	3,6
		Totale	19.648	90.689	19.470	85.925	0,9	5,5
TOTALE		Italiani	829.343	3.619.884	847.808	3.558.350	-2,2	1,7
		Stranieri	703.980	2.409.992	663.043	2.256.094	6,2	6,8
		Totale	1.533.323	6.029.876	1.510.851	5.814.444	1,5	3,7

*Il forte incremento di presenze rispetto al 2009 è imputabile alla presenza di nuove case per ferie-

Fonte: Direzione Statistica della Regione Toscana

Il Movimento turistico nelle città del “Benessere Termale”

Appare evidente che alcuni dei comuni aggiunti sono prevalentemente balneari, come ad esempio Massa e Portoferraio. Il dato è comunque rilevante in termini di contesto territoriale.

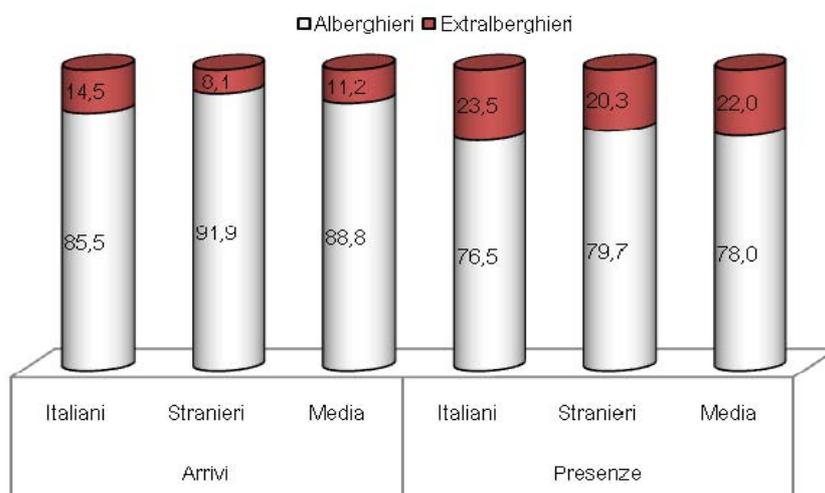
I comuni con almeno uno stabilimento termale incidono sul totale delle presenze regionali per il 15,1%.

Del resto anche le presenze termali imputate a Montecatini T. non sono realmente termali perchè, come si è ripetuto più volte, in gran parte si tratta di turisti che pernottano per una motivazione d'arte e culturale ignorando la presenza degli stabilimenti.

3.4.2 Nazionalità e tipologie ricettive

L'88,8 % degli arrivi termali regionali si rivolge alle strutture alberghiere per l'alloggio; è la quota più alta fra tutti i turismi regionali, per questo si può affermare che il ruolo dell'albergo è predominante per il termalismo. La quota di ricettività alberghiera per quanto riguarda le presenze invece è del 78,0%, perchè la permanenza media negli esercizi extralberghieri è più alta.

Grafico 5 Distribuzione della tipologia ricettiva utilizzata dal turismo termale in Toscana. Anno 2010



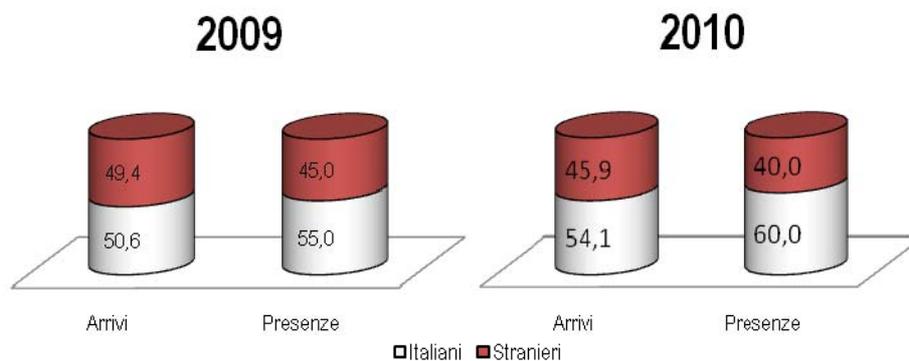
Fonte: nostra elaborazione su dati della Direzione Statistica della Regione Toscana

Come succedeva anche negli anni precedenti, per la componente straniera la quota di arrivi alberghieri resta elevata (91,9%), ma è più ridotta della quota di presenze (79,7%), perchè di fatto non frequentano le terme e non danno luogo alle lunghe permanenze che implicano i trattamenti curativi o preventivi. La minore permanenza è una ulteriore prova

indiretta del fatto che i turisti esteri, pur soggiornando nelle destinazioni termali, praticano altre tipologie di turismo.

La distinzione fra la nazionalità degli arrivi e delle presenze nei comuni termali, rivela che nel 2010 è diminuita la quota relativa della componente straniera, passata dal 49,4 % delle presenze rilevate nell'anno precedente al 45,1%. Analoga situazione si verifica per le presenze passate dal 45,0% al 40,7%.

Grafico 6 Quote di arrivi e presenze degli stranieri e degli italiani nei comuni termali della Toscana. Anni 2009 e 2010



Fonte: nostra elaborazione su dati della Direzione Statistica della Regione Toscana

3.5 Grado di internazionalità grado di termalità dei comuni

3.5.1 Grado di internazionalità

Il grado di internazionalità dei comuni risente, in netta prevalenza, delle motivazioni non termali che caratterizzano la maggior parte dei turisti che pernottano nelle località indicate.

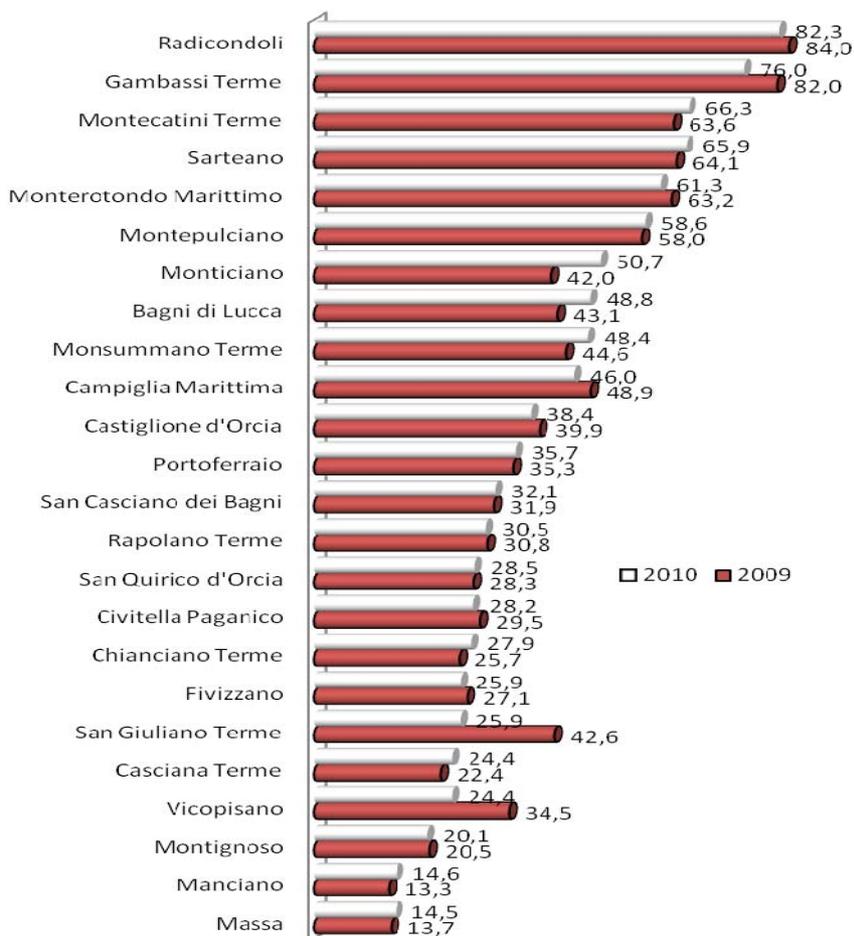
Radicondoli, ove sono situate le Terme delle Galleraie, è la destinazione con il grado di internazionalità più elevato (67,7% degli arrivi e l'82,3% delle presenze), seguita da Gambassi Terme, da Montecatini Terme (64,5% degli arrivi e 65,7% delle presenze), Sartiano, Monterotondo Marittimo e Montepulciano.

Per Gambassi la spiegazione è facile per la sua vicinanza a Firenze; fa parte del sistema di offerta allargato della città.

Interessante per la dimensione in valori assoluti del fenomeno è il caso di Montecatini T. ove lo slogan degli anni settanta "Montecatini terme d'Europa" sembrerebbe confermato dal movimento turistico internazionale.

Il Movimento turistico nelle città del “Benessere Termale”

Grafico 7 Grado di internazionalità (quota di presenze sul totale) dei comuni termali della Toscana. Anni 2009 e 2010



Fonte: nostra elaborazione su dati della Direzione Statistica della Regione Toscana

In realtà quello estero è un movimento che non lascia segni molto significativi in campo termale, ove la componente straniera che effettua le prestazioni è pari all'8,3% del totale dei curandi. È assai significativo, comunque, che la percentuale dei curandi stranieri sia solo del 2% per le terme tradizionali e del 35% per le prestazioni benessere.

I circa tremila stranieri che frequentano le terme corrispondono solo allo 0,6% dei clienti stranieri che soggiornano nella città termale.

La città rischia di perdere sempre di più la sua identità termale per il prevalere degli altri turismi e per l'orientamento sempre maggiore ad una competizione sui prezzi invece che sulla qualità.

Gli stranieri che alloggiano a Montecatini per visitare Firenze e altre località dell'Italia passeggiano per i viali della città, talvolta senza sapere neppure che si trovano in una località termale: si muovono per viali senza sapere che sotto di loro scorre acqua termale.

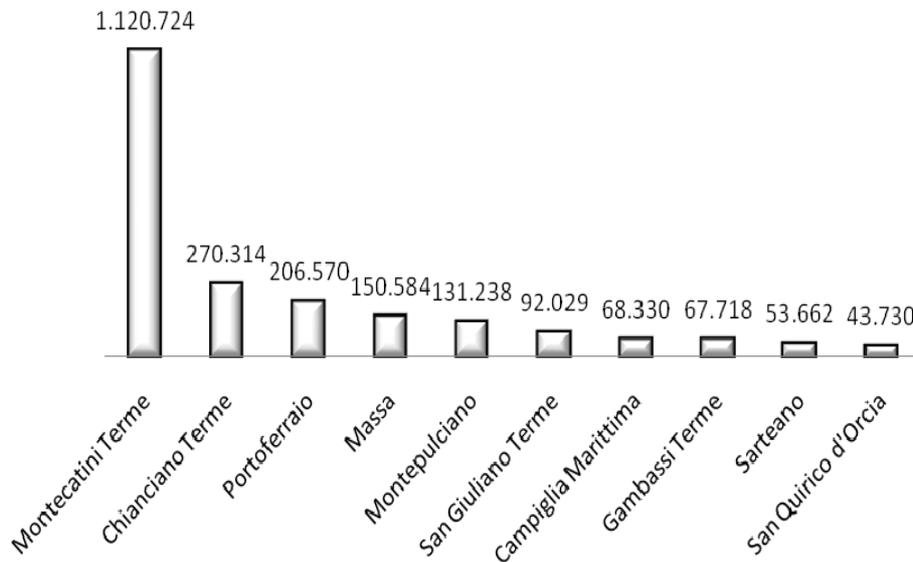
Rilevante è anche il caso di Montepulciano con quasi il 59% delle presenze straniere. Le presenze straniere sono determinate in tutte le località da motivazioni non termali.

Le destinazioni meno internazionali per il numero di arrivi e presenze sono Massa, Manciano, Montignoso, Vicopisano e anche Casciana Terme. È noto che questa componente non predilige la Versilia, mentre è attratta da Firenze, da Siena e dalle loro terre.

Ovviamente in termini di valori assoluti il movimento termale degli stranieri a Montecatini Terme è notevolmente superiore, con più di 1,1milioni di pernottamenti, pari a più di 57 volte le presenze rilevate a Radicondoli.

A tal proposito sembra opportuno proporre anche le prime destinazioni termali in termini di valori assoluti, per il numero di stranieri presenti.

Grafico 8 Primi dieci comuni con stabilimenti termali per numero di presenze straniere in Toscana.

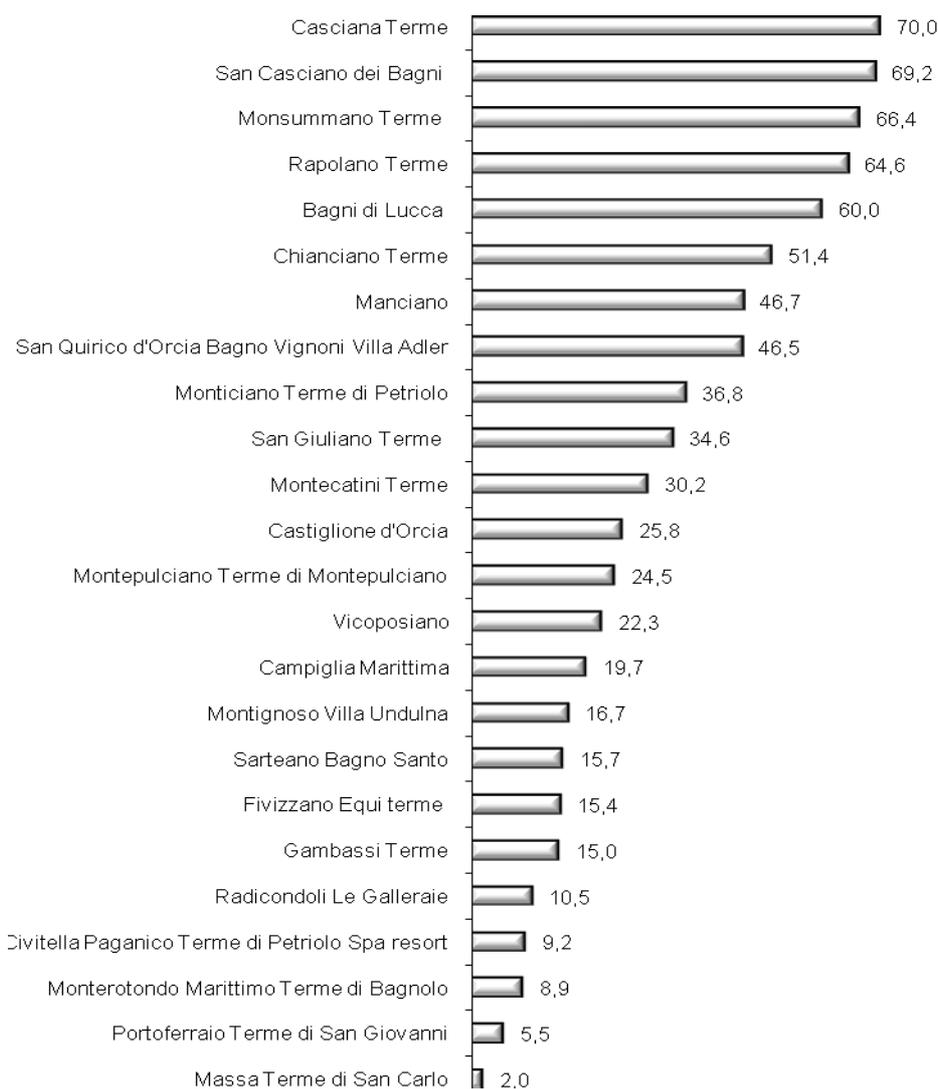


Fonte: nostra elaborazione su dati della Direzione Statistica della Regione Toscana

3.5.2 Grado di termalità

Il benessere termale attiva molte presenze turistiche, ma il criterio di classificare le località in base alla tipologia prevalente opera anche alcune distorsioni difficili da correggere.

Grafico 9 Grado di termalità dei comuni con almeno uno stabilimento termale.



Fonte: nostre elaborazione su dati Uffici statistica regionale e Indagine termale 2011.

Sulla base delle analisi condotte, incrociando i dati termali con quelli turistici, attraverso valutazioni che legano la stagionalità alla durata della permanenza, alla tipologia scelta

ed alla presenza della componente straniera, proponiamo una classificazione dei comuni in base al loro grado di termalità, continuando l'esperienza, assai apprezzata, dell'anno precedente ed ampliando l'analisi a tutte le destinazioni che dispongono almeno di un centro termale.

Il comune più termale appare quello di Casciana terme con un tasso di termalità del 70,0%; significa che questa è la quota delle presenze attivate dalla motivazione termale.

In seconda posizione si colloca San Casciano dei Bagni e quindi Monsummano Terme.

L'anno precedente in prima posizione si trovava San Casciano dei Bagni.

Le variazioni sono di poco conto perchè si tratta di una indicatore strutturale, abbastanza solido nel tempo.

Il comune meno caratterizzato in senso termale appare Massa per la forte presenza del turismo balneare ed il ridotto peso delle terme di San Carlo.

La motivazione termale incide poco anche a Portoferraio ed a Monterotondo Marittimo.

Da notare il ridotto grado di termalità di Chianciano, comunque superiore al 50%, e di Montecatini, con meno di un terzo delle presenze imputabili alle terme. In termini di arrivi il dato è inferiore, intorno al 10%.

3.6 La stagionalità delle località termali in Toscana

La stagionalità del movimento nelle località termali è più allungata rispetto al turismo balneare e, in generale, alla media degli altri turismi regionali, perchè generalmente va da aprile ad ottobre. Molte località cercano di allungare la stagione con eventi, manifestazioni e convegni o seminari.

Durante i sette mesi considerati vi sono alcuni mesi di picco, In Toscana nel 2010 aprile (12,8%), maggio (12,4%) e settembre (12,3%) sono i mesi di punta relativamente al movimento complessivo delle destinazioni termali. Da notare che per gli arrivi i mesi di punta sono luglio (12,8%), agosto (14,9%) e settembre (13,6%).

La diversità dei primi due mesi dipende dal fatto che sono presenti molti arrivi non termali, di brevissima durata, spesso una notte.

I clienti italiani preferiscono aprile, con una concentrazione del 14,5% degli arrivi, e agosto, con 11,5%. Per quanto riguarda le presenze italiane, agosto è stato il mese di maggiore affluenza, con il 16,6% delle presenze annue.

Diversa è la stagionalità per gli arrivi stranieri che si concentrano nei mesi di maggio (14,4%) e settembre (14,7%).

Il 15,3% delle presenze straniere si registra nel mese di luglio, seguito da settembre (14,6%) e maggio (13,2%).

I periodi di minore frequentazione degli stabilimenti balneari riguardano i mesi tra gennaio e febbraio e tra novembre e dicembre, in linea con l'andamento generale del turismo regionale.

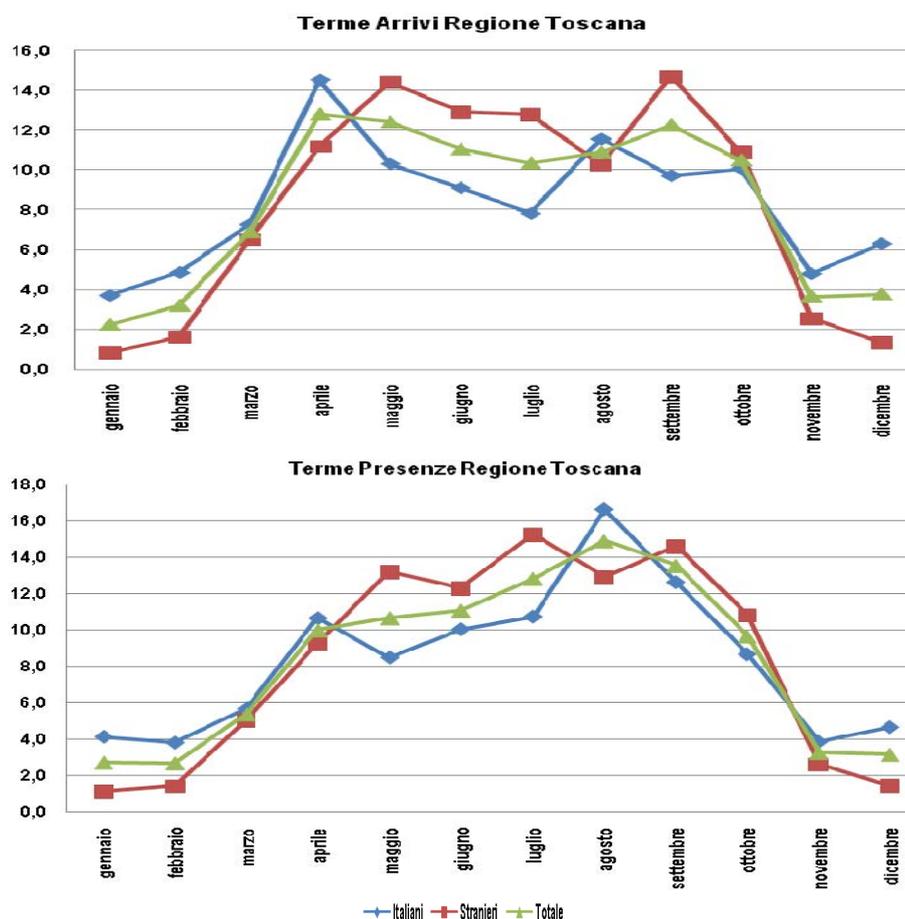
Il Movimento turistico nelle città del “Benessere Termale”

La stagionalità del comparto è assai più attenuata rispetto al turismo balneare, di montagna, di campagna/collina (per gli stranieri), e rispetto all’andamento generale.

Infatti gli arrivi stranieri per turismo di montagna sono concentrati per il 20,7% degli arrivi annuali nel mese di luglio (24,4% delle presenze). Gli arrivi per turismo balneare, che per sua natura si concentra inevitabilmente nei mesi estivi, interessano il mese di luglio per il 22,4% del totale degli arrivi stranieri (24,4% delle presenze) e il mese di agosto per il 24,1% degli arrivi italiani (35,0% delle presenze). Per quanto riguarda il turismo collinare e di campagna, il 23,0% degli arrivi stranieri e il 25,5% delle presenze si registrano sempre nel mese di luglio.

I grafici evidenziano i diversi picchi stagionali.

Grafico 10 Stagionalità del termalismo in Toscana. Arrivi e presenze, italiani, stranieri e totale. Valori percentuali. Anno 2010

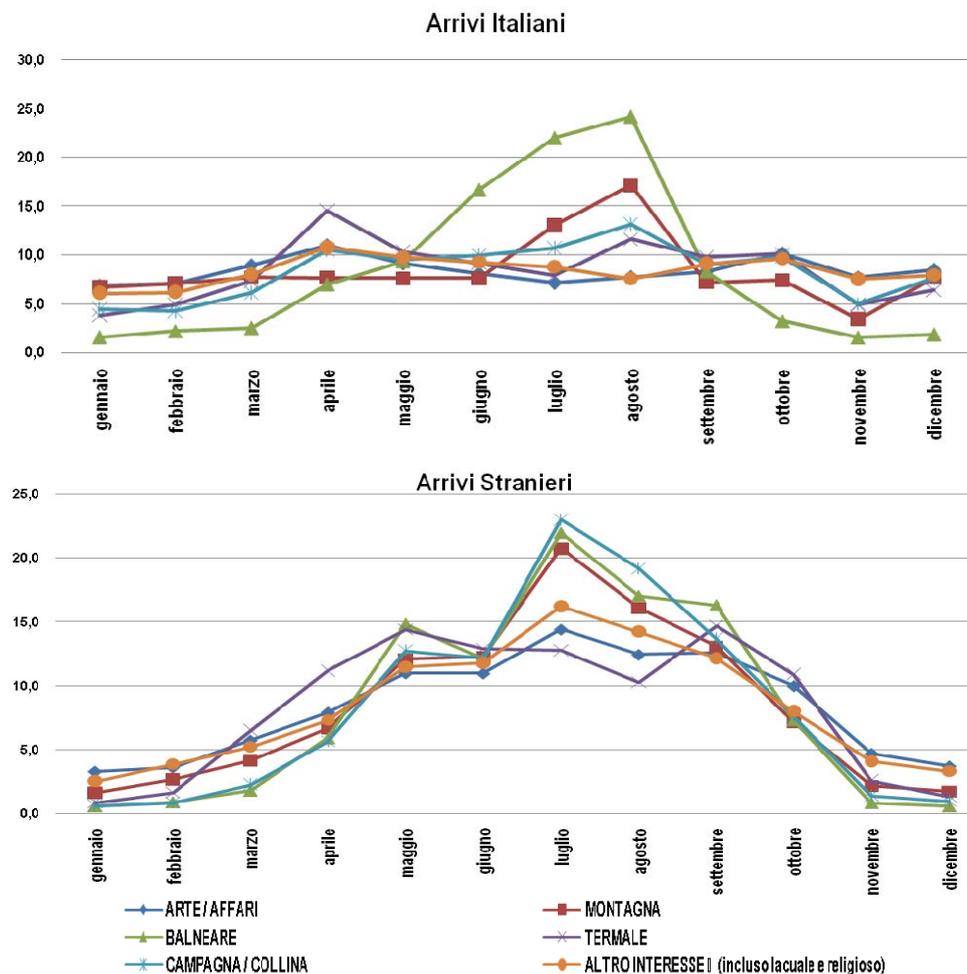


Fonte: nostra elaborazione su dati della Direzione Statistica della Regione Toscana

I mesi di punta del turismo termale per gli arrivi risultano aprile e settembre. Ad aprile è fortemente presente il turismo delle gite scolastiche.

In termini di presenze il mese preferito è agosto, per la contaminazione in atto fra le diverse tipologie di turismo.

Grafico 11 Stagionalità del termalismo e degli altri turismi in Toscana. Arrivi italiani e stranieri. Valori percentuali. Anno 2010



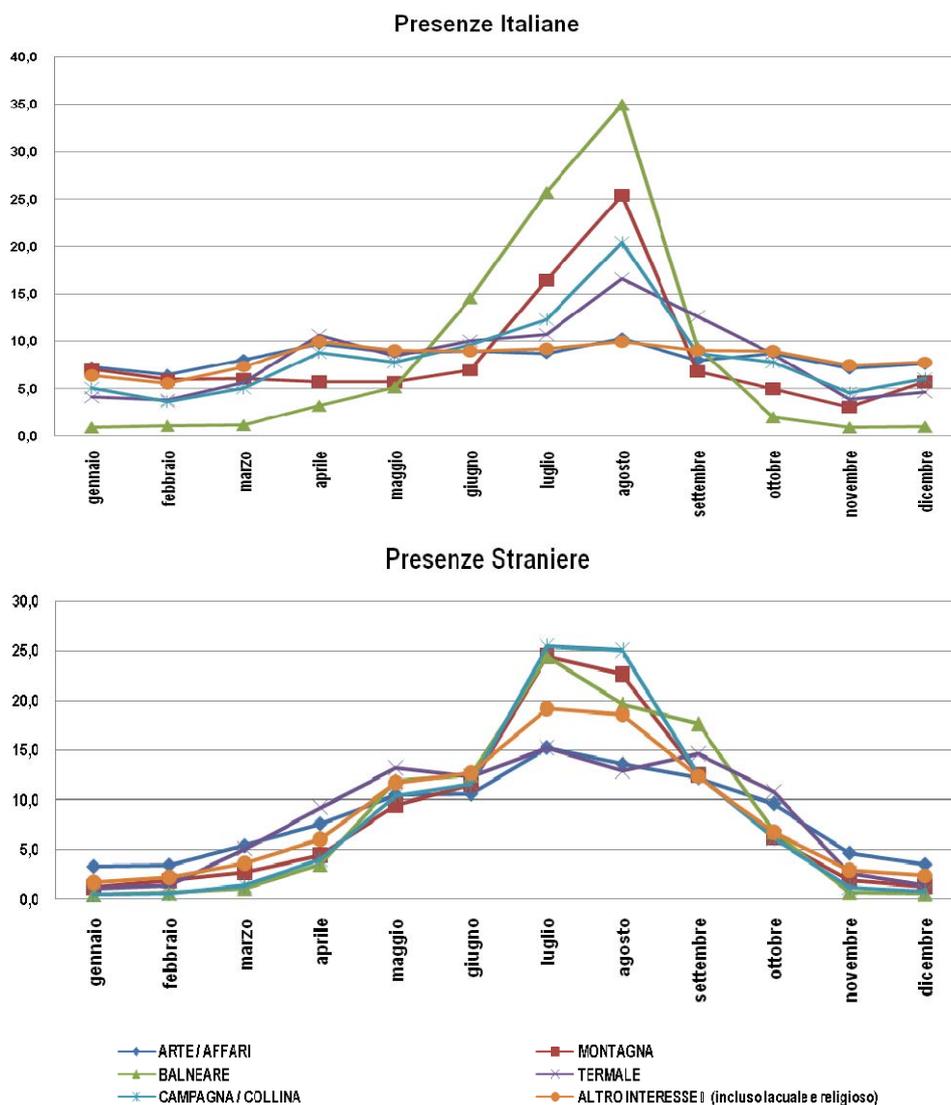
Fonte: nostra elaborazione su dati della Direzione Statistica della Regione Toscana

Scomponendo l'analisi fra italiani e stranieri luglio è il mese di picco per gli arrivi e per le presenze del turismo straniero in Toscana (16,1% degli arrivi e 19,0% delle presenze)

Il Movimento turistico nelle città del “Benessere Termale”

e agosto il mese di maggiore affluenza degli italiani (14,5% degli arrivi e 24,9% delle presenze), a prescindere dalla motivazione.

Grafico 12 Stagionalità del termalismo e degli altri turismi in Toscana. Presenze italiane e straniere. Valori percentuali. Anno 2010



Fonte: nostra elaborazione su dati della Direzione Statistica della Regione Toscana

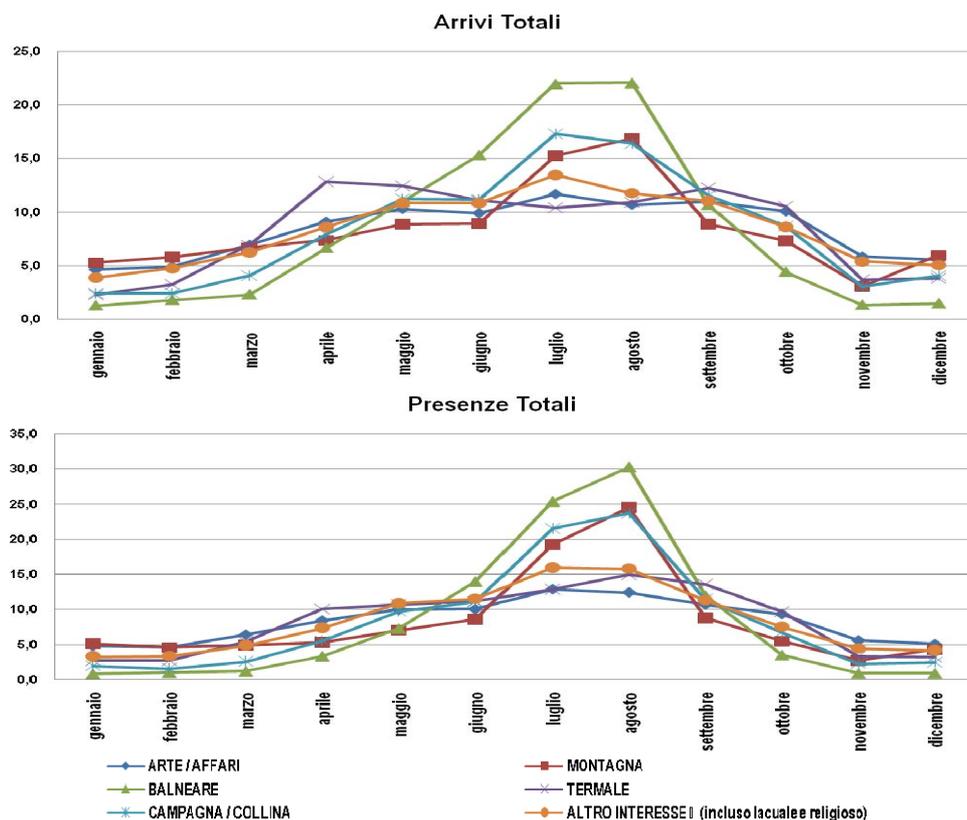
Per la componente straniera risulta il comparto più destagionalizzato è, ovviamente, quello del turismo d'arte e culturale.

Nel totale, nei mesi di luglio e agosto si registrano il 28,8% degli arrivi annui (rispettivamente 14,5% e 14,0%) e il 39,6% delle presenze (rispettivamente 18,7% e 20,9%).

In termini assoluti, gli arrivi e le presenze del turismo balneare e di quello d'arte e affari superano considerevolmente quelli termali. Questi ultimi si posizionano al terzo posto per le presenze e al quarto per gli arrivi, dopo il turismo di altro interesse (incluso lacuale e religioso).

La stagionalità del turismo balneare passa da 34.094 arrivi in gennaio a 597.680 nel mese di luglio e 599.918 nel mese di agosto, mentre per le presenze da 128.267 presenze in gennaio a 4.196.825 a luglio e 5.011.989 ad agosto, per poi scendere a 1.973.354 a settembre.

Grafico 13 Stagionalità del turismo in Toscana. Arrivi e presenze, italiani, stranieri e totale. Valori percentuali. Anno 2010



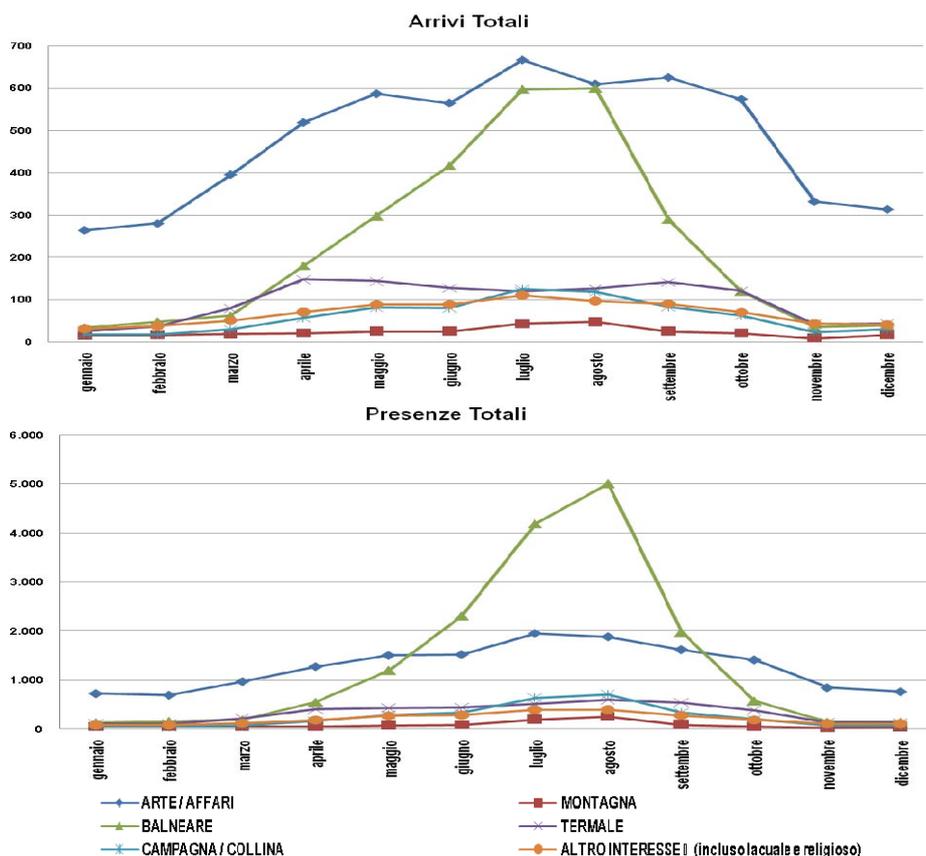
Il Movimento turistico nelle città del "Benessere Termale"

Tabella 14 Stagionalità del termalismo in Toscana. Italiani, stranieri e totale. Arrivi e Presenze. Valori assoluti. Anno 2010

	Arrivi			Presenze		
	Italiani	Stranieri	Totale	Italiani	Stranieri	Totale
gennaio	21.023	4.890	25.913	89.253	21.179	110.432
febbraio	27.492	9.570	37.062	82.265	26.370	108.635
marzo	41.112	38.440	79.552	122.632	94.741	217.373
aprile	81.927	65.933	147.860	229.934	173.654	403.588
maggio	58.241	85.025	143.266	183.322	247.663	430.985
giugno	51.439	76.141	127.580	216.805	230.982	447.787
luglio	44.209	75.315	119.524	231.813	286.445	518.258
agosto	65.264	60.489	125.753	359.152	242.679	601.831
settembre	54.878	86.695	141.573	272.666	274.303	546.969
ottobre	56.854	64.291	121.145	187.194	203.229	390.423
novembre	27.156	15.144	42.300	83.253	49.007	132.260
dicembre	35.659	7.940	43.599	100.598	27.246	127.844
Totale	565.254	589.873	1.155.127	2.158.887	1.877.498	4.036.385

Fonte: nostra elaborazione su dati della Direzione Statistica della Regione Toscana

Grafico 14 Stagionalità dei turismi in Toscana. Arrivi e presenze totali. Valori assoluti in migliaia. Anno 2010



Fonte: nostra elaborazione su dati della Direzione Statistica della Regione Toscana

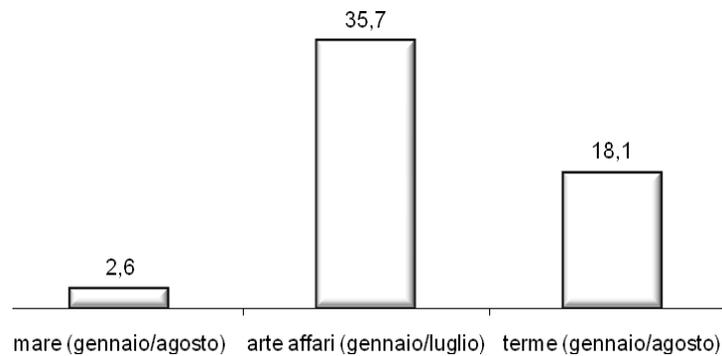
Con riferimento al turismo d'arte e affari, che ha una stagionalità meno accentuata, si passa da 263.708 arrivi a gennaio a 665.793 nel mese di luglio e da 696.540 presenze nel mese di febbraio a 1.952.999 sempre nel mese di luglio.

Il turismo termale registra valori assoluti che passano da 25.913 arrivi a gennaio, mese di minore affluenza, a 141.573 nel mese di settembre, mentre per le presenze si passa da 108.635 nel mese di febbraio a 601.831 in agosto.

Il relativo grafico evidenzia la percentuale di presenze rilevate nel mese di minimo rispetto al mese di massimo per le località balneari, per quelle d'arte e di cultura e per le località termali.

Il movimento delle località termali si spalma durante un periodo di sette mesi che va da aprile a ottobre e contribuisce alla complessiva destagionalizzazione del turismo regionale, spostando gli arrivi e le presenze verso i mesi di aprile e ottobre. La pratica del benessere termale, peraltro, è sempre un po' meno legata alla bassa stagione. È in aumento il numero di coloro che effettuano prestazioni benessere, in Italia o all'estero, nel periodo invernale.

Grafico 15 Quota di presenze rilevate nel mese di minimo rispetto al mese di massimo per le tipologie di turismo indicate, in Toscana.



Fonte: nostra elaborazione su dati della Direzione Statistica della Regione Toscana

4 IL “BENESSERE TERMALILE” DEGLI ALTRI PAESI: REPUBBLICA CECA, GERMANIA E SLOVENIA

Dopo aver analizzato le linee del sistema termale regionale, si presentano di seguito alcune osservazioni sulle terme, proponendo un aggiornamento al 2010 sulla Germania, ed una analisi specifica per la Repubblica Ceca, la Slovacchia e la Slovenia. Si precisa che per le diverse modalità di raccolta ed elaborazione dei dati non sempre è stato possibile perseguire l'obiettivo di una omogeneità d'analisi.

4.1 Il termalismo in Repubblica Ceca

4.1.1 L'offerta

L'offerta termale ceca è composta da 37 stabilimenti termali. La località termale più famosa è Karlovy Vary (Karlsbad), fondata nel XIV sec dall'imperatore Carlo IV, che secondo leggenda la costruì dopo che il suo entourage di caccia scoprì le acque termali.

Due sono le associazioni nazionali degli operatori termali:

l'Associazione delle località termali della Repubblica Ceca e l'Associazione delle terme della salute della Repubblica Ceca.

La prima mira a sviluppare e a rigenerare gli stabilimenti termali del paese, migliorando le infrastrutture delle località che ospitano le acque termali e recuperando i monumenti termali. L'attività è incentrata nel coniugare cultura e termalismo, per trasformare le città termali in località uniche, dove i visitatori, arrivati per le cure termali, prolungano la permanenza nel luogo per un turismo culturale e naturalistico.

L'Associazione delle terme della salute coinvolge sia gli stabilimenti termali che tutti gli altri operatori che in qualche modo offrono servizi o beneficiano economicamente dal settore. Questo gruppo più vasto di stakeholders è regolamentato dall'articolo 20 del Codice Civile ceco e da successive leggi. Fondata nel 1995 come un'associazione che coinvolge solo gli stabilimenti termali, si allarga nel 2001 a tutti i professionisti del settore nonché a tutti gli altri operatori. Attualmente comprende 44 membri, incluso 42 terme della salute, con un'offerta di alloggio che supera i 20.000 posti letto, rappresentando l'80% della capacità ricettiva degli stabilimenti termali nazionali. Restano tuttavia 40 operatori termali, che non sono membri dell'associazione e che non hanno ancora definito nessuno standard di qualità dell'offerta curativa, ricettiva o di ristorazione. Si evidenzia inoltre che la maggior parte di questi attori si colloca nella regione di Karlsbad

L'associazione è membro dell'Associazione Europea delle Terme e collabora con il Ministero della Salute nell'interessi dei membri e per migliorare la qualità dell'offerta termale del paese.

Il “Benessere Termale” degli altri Paesi

La città termale più famosa e grande della Repubblica Ceca è Karlsbad (Karlovy Vary), la quale è situata a 120km da Praga, nella regione della Boemia dell'Ovest. Oltre ad una valenza termale, la città ha anche un'importanza artistica e culturale, con la maggior parte dei monumenti che risalgono al XVIII e XIX secolo. Infatti la città è l'unico membro ceco dell'Associazione Europea delle Città Termali Storiche.

Oltre alle tradizionali cure termali e alle prestazioni benessere degli stabilimenti, Karlsbad ospita durante tutto l'anno innumerevoli attività culturali, sportive e festival, con effetto positivo sul prolungamento della permanenza media dei turisti nel luogo. L'evento culturale più rinomato è il Karlsbad International Film Festival, che attrae amanti del cinema da ogni parte del mondo.

4.1.2 Le statistiche delle terme in Repubblica Ceca

L'Ufficio Nazionale Statistiche della Repubblica Ceca fornisce informazioni aggiornate e dettagliate sui movimenti termali nazionali e regionali dei residenti e degli stranieri.

Tabella 15 Arrivi e presenze, totali e termali. Valori assoluti, variazione percentuale su anno precedente e media annua decennale

	Arrivi		Presenze	
	Totali	Termali	Totali	Termali
2000	10.863.772	437.308	44.199.616	5.709.748
2001	11.283.185	435.200	39.122.187	5.983.085
2002	10.415.255	451.505	37.109.835	6.431.035
2003	11.346.482	450.346	39.343.250	6.509.168
2004	12.219.689	481.120	40.780.708	6.538.058
2005	12.361.793	497.248	40.320.477	6.557.320
2006	12.724.926	571.101	41.447.797	6.743.893
2007	12.960.921	650.667	40.831.072	7.163.718
2008	12.835.886	674.313	39.283.474	7.045.620
2009	11.985.909	647.637	36.662.192	6.735.371
2010	12.211.878	674.854	36.908.811	6.850.382
	Variazioni percentuali su anno precedente			
2001/2000	3,9	-0,5	-11,5	4,8
2002/2001	-7,7	3,7	-5,1	7,5
2003/2002	8,9	-0,3	6,0	1,2
2004/2003	7,7	6,8	3,7	0,4
2005/2004	1,2	3,4	-1,1	0,3
2006/2005	2,9	14,9	2,8	2,8
2007/2006	1,9	13,9	-1,5	6,2
2008/2007	-1,0	3,6	-3,8	-1,6
2009/2008	-6,6	-4,0	-6,7	-4,4
2010/2009	1,9	4,2	0,7	1,7
	Variazione media annua decennale			
2010/2000	1,2	4,4	-1,8	1,8

Fonte: nostra elaborazione su dati Ufficio Nazionale Statistiche della Repubblica Ceca

Secondo queste elaborazioni, il termalismo è un settore che ha acquisito un'importanza crescente nel panorama turistico nazionali. Infatti nel 2000 gli arrivi termali totali erano 4,9% degli arrivi totali (437.308 arrivi) mentre nel 2010 diventano 5,3%

(674.854). Per quanto riguarda le presenze, si passa dal 12,9% nel 2000 (5.709.748) al 18,6% (6.850.382). Analizzando la variazione media annua del numero totale di arrivi e presenze del turismo nazionale e quello termale in un periodo decennale, si nota che il numero dei curisti cresce in misura maggiore (con una variazione media annua del 4,4% nel 2010 rispetto al 2000) rispetto al numero complessivo di arrivi (variazione media annua 2010/2000 dell'1,2%).

Tabella 16 Arrivi nazionali, stranieri e italiani, totali e termali. Valori assoluti, composizione percentuale sul totale e degli italiani sul totale stranieri, composizione percentuale degli arrivi termali sul totale arrivi nazionali e variazione media annua decennale.

	Arrivi Totale			Arrivi Termali		
	Residenti	Stranieri	di cui italiani	Residenti	Stranieri	di cui italiani
2000	6.090.978	4.772.794	233.179	260.921	176.387	1.679
2001	5.877.946	5.405.239	317.320	232.034	203.166	1.319
2002	5.672.482	4.742.773	250.586	250.477	201.028	1.204
2003	6.270.726	5.075.756	281.420	248.220	202.126	1.185
2004	6.158.464	6.061.225	391.192	263.986	217.134	1.290
2005	6.025.665	6.336.128	405.079	263.107	234.141	1.959
2006	6.289.452	6.435.474	399.023	275.190	295.911	1.615
2007	6.281.217	6.679.704	413.085	333.651	317.016	1.372
2008	6.186.476	6.649.410	374.632	337.392	336.921	1.474
2009	5.953.539	6.032.370	357.492	340.889	306.748	1.602
2010	5.877.882	6.333.996	332.551	358.757	316.097	2.002
Composizione percentuale fra residenti e stranieri e quota degli italiani						
2000	56,1	43,9	4,9	59,7	40,3	1
2001	52,1	47,9	5,9	53,3	46,7	0,6
2002	54,5	45,5	5,3	55,5	44,5	0,6
2003	55,3	44,7	5,5	55,1	44,9	0,6
2004	50,4	49,6	6,5	54,9	45,1	0,6
2005	48,7	51,3	6,4	52,9	47,1	0,8
2006	49,4	50,6	6,2	48,2	51,8	0,5
2007	48,5	51,5	6,2	51,3	48,7	0,4
2008	48,2	51,8	5,6	50	50	0,4
2009	49,7	50,3	5,9	52,6	47,4	0,5
2010	48,1	51,9	5,3	53,2	46,8	0,6
Variazioni percentuali						
2001	-3,5	13,3	36,1	-11,1	15,2	-21,4
2002	-3,5	-12,3	-21,0	7,9	-1,1	-8,7
2003	10,5	7,0	12,3	-0,9	0,5	-1,6
2004	-1,8	19,4	39,0	6,4	7,4	8,9
2005	-2,2	4,5	3,5	-0,3	7,8	51,9
2006	4,4	1,6	-1,5	4,6	26,4	-17,6
2007	-0,1	3,8	3,5	21,2	7,1	-15,0
2008	-1,5	-0,5	-9,3	1,1	6,3	7,4
2009	-3,8	-9,3	-4,6	1,0	-9,0	8,7
2010	-1,3	5,0	-7,0	5,2	3,0	25,0
Variazione media annua decennale						
2010/2005	-0,5	0,0	-3,9	6,4	6,2	0,4

Fonte: nostra elaborazione su dati Ufficio Nazionale Statistiche della Repubblica Ceca

Il “Benessere Termale” degli altri Paesi

Le presenze termali crescono con una variazione 2010/2000 dell'1,8%, mentre per gli arrivi turistici la variazione 2010/2000 è negativa del -1,8%.

La componente nazionale incide per metà della domanda complessiva termale. La percentuale ha subito una leggera variazione negativa nei dieci anni considerati, passando dal 59,7% nel 2000 al 53,2%, in linea tuttavia con la domanda del turismo nazionale che è passata dal 56,1% nel 2000 al 48,1%. Nei dieci anni considerati la domanda interna verso i servizi termali è comunque cresciuta mediamente del 3,2% per anno, mentre quella rivolta al turismo in generale ha subito una diminuzione media annua del -0,4%. Nell'ultimo anno rispetto al 2009 si è registrata una crescita del 5,2% del numero di arrivi nazionali termali e una riduzione del -1,3% di quelli rivolti al turismo in generale.

La domanda internazionale invece è più rivolta ad altri tipi di turismo (51,9% del totale degli arrivi nel 2010) piuttosto che al turismo termale (46,8%), anche se la tendenza nel decennio dimostra un interessamento crescente degli stranieri verso le destinazioni termali. Infatti, la domanda termale internazionale ha registrato una crescita media annua del 6,0% tra il 2000 e il 2010 (2,9% per quanto riguarda il turismo in generale). Un'analisi congiunturale evidenzia invece che la domanda internazionale tra il 2009 e il 2010 si è rivolta maggiormente ad altre forme di turismo (incremento del 5,0%) e quindi ha registrato una crescita leggermente più alta rispetto al termalismo (3,0%).

Il 0,6% della domanda termale internazionale nel 2010 è composta da italiani. Uguale è anche la percentuale di italiani che ha visitato la Repubblica Ceca per motivi di termalismo sul totale di italiani arrivati nel paese. I maggiori frequentatori stranieri delle terme ceche provengono dalla Germania, 171.867 arrivi equivalenti al 54,4% di tutti gli arrivi stranieri e ad un quarto di tutti gli arrivi termali (25,5%). Seguono i russi con 63.987 arrivi che equivalgono al 20,2% del totale degli arrivi stranieri e al 9,5% degli arrivi complessivi.

La città termale di Karlsbad è in assoluto la più frequentata dai curisti: nel 2010 ha ospitato 396.465 visitatori (58,7% del totale degli arrivi) per un totale di 3.382.010 notti. Il 75,1% degli arrivi sono nazionali contro il 24,9% di arrivi stranieri.

4.2 Il termalismo in Germania

4.2.1 Il sistema tedesco ed il ruolo del turismo della salute

Come è stato detto si propone un aggiornamento del caso della Germania, per la rilevanza che le terme assumono e per il ruolo guida che il sistema nazionale ha nei confronti degli altri Paesi.

Per il sistema tedesco le finalità principali del turismo della salute sono il mantenimento, la stabilizzazione, il ristabilimento e la promozione del proprio stato di

salute in un luogo diverso dall'abituale residenza, dedicato alle prestazioni/servizi sanitari ad hoc.

Le prestazioni delle quali i turisti/viaggiatori possono servirsi, sono tra l'altro:

- prestazioni mediche;
- prestazioni balneologiche (trattamenti con sostanze mediche naturali);
- consulti e assistenza terapeutica;
- sana alimentazione;
- attività sportive.

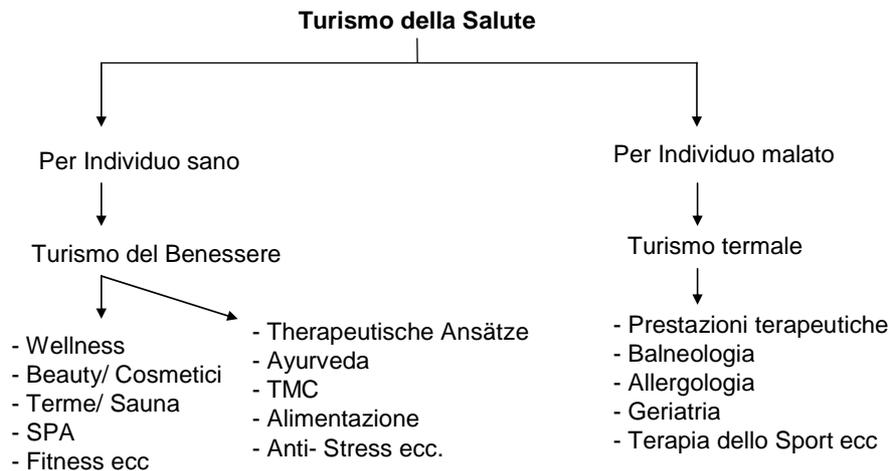
In parallelo il turismo della salute può essere ulteriormente suddiviso in:

- turismo ricreativo;
- vacanze salutare (sane);
- turismo termale (Kurtourismus);
- turismo del benessere (Wellnesstourismus);
- turismo riabilitativo.

Per "turismo della salute" si intende in maniera generica sia il concetto di "turismo termale" (Kurtourismus) che quello, solitamente ritenuto meno tecnico e meno definito, di "turismo del benessere" (Wellnesstourismus). Infatti, si rende sempre più difficile la distinzione tra turismo della salute e turismo del benessere, perchè si registrano forti somiglianze nei due modelli di business.

Più di quanto si verifica in Italia e in Francia, nella realtà, le offerte dei prodotti nelle varie destinazioni si intrecciano.

Prospetto 2 La percezione del termalismo e del benessere in Germania



Fonte: adattamento da Romeiss-Stracke, Markt der Zukunft: Neue Produkte und Dienstleistungen im Gesundheitstourismus, Bad Kissingen, 2001, citato da Daniela Gasser, in Terme e benessere il caso della Germania, tesi discussa presso l'Università di Firenze, nell'anno accademico 2009-2010.

Il “Benessere Termale” degli altri Paesi

La concezione di turismo della salute è stata ben sintetizzata in uno schema da Romeiß- Stracke (2001) e Schwaiger (2007). Distinguendo fra prestazioni per soggetti malati (*krankes Individuum*), che praticano un turismo riabilitativo o termale, cercando di curare il proprio malessere attraverso le prestazioni mediche, e soggetti sani (*gesundes Individuum*) che vogliono prevenire malattie e promuovere il proprio “starbene”, con beauty e cosmetica, Spa, fitness, sauna ecc.

Dal punto di vista del rapporto fra mercato e istituzioni, quando il consumo di prodotti sani viene finanziato direttamente ai privati, si parla di “ secondo mercato della salute” (zweiter Gesundheitsmarkt) mentre i servizi sanitari, i cui costi sono coperti da un’assicurazione sociale (come per esempio le associazioni mutualistiche), vengono definiti come il “primo mercato della salute” (erster Gesundheitsmarkt).

Il secondo mercato è, come negli altri paesi, in forte sviluppo per motivazioni analoghe: culto del corpo e edonismo, maggiore e diversa consapevolezza della popolazione sul tema della salute, cambiamenti socio- demografici della società e una variegata offerta della medicina classica e di quella popolare.

4.2.2 Il turismo termale (*Kurturismus*)

Nel linguaggio tedesco “Kurtourismus”, turismo termale, deriva dalla parola “Kur” (cura), intesa nel senso di attenzione.

La “Kur” è un trattamento complesso, effettuato sotto uno stretto controllo medico, che serve a prevenire e a alleviare malattie e dolori sorti in una certa fase e in un certo periodo della vita.

Gli obiettivi perseguiti dai trattamenti curativi sono: prevenzione di malattie, trattamento terapeutico di malattie croniche, specifiche visite di controllo, per evitare una cura successiva più costosa, riabilitazione dopo malattie e incidenti gravi, evitare un precoce bisogno di assistenza e il rafforzamento della responsabilità verso la propria malattia.

La “Kur” integra diverse terapie interdisciplinari che prevedono trattamenti con i rimedi naturali del terreno, del clima e del mare. Oltre a ciò sono di fondamentale importanza anche un adeguato trattamento medico, la terapia fisica, la terapia basata sull’esercizio fisico, la terapia di rilassamento, la dietetica, la psicoterapia in gruppo e l’educazione alla salute.

Dobbiamo aggiungere però che il termine “Kur” non è giuridicamente protetto dalla legge e questo comporta che varie volte i prodotti cosmetici, così come altri tipi di terapia, vengano identificati come cura (per esempio le maschere rivitalizzanti per i capelli).

Il legislatore tedesco, le associazioni mutualistiche e i fondi pensione oggi suddividono il sistema e le funzioni delle “Kuren” in cure preventive e riabilitative di previdenza ambulatoriale ed in cure preventive e riabilitative di previdenza permanente.

Le prime sono eseguite quando si manifesta una debolezza o una minaccia per la salute e le misure di trattamento adeguato nel domicilio del paziente non sono sufficienti a prevenire il verificarsi della malattia.

Questo tipo di cura permette all'ospite/ paziente/ turista di scegliere liberamente, in concordanza con il medico, la struttura termale e l'alloggio. Il servizio di assistenza medica sostanzialmente ne sostiene il costo. Per le altre spese, come ad esempio vitto e alloggio, spese di viaggio e ticket, la "mutua" offre un piccolo sussidio forfetario.

Cure riabilitative di previdenza ambulatoriale sono consigliate quando la malattia si è già verificata. Anche in questo caso il servizio sanitari contribuisce per la quasi totalità ed il cliente-paziente contribuisce con un ticket.

Il settore ambulatoriale delle cure di previdenza ambulatoria nelle località di cura e negli stabilimenti termali è articolato in: cura riabilitativa di previdenza ambulatoria, cura preventiva di previdenza ambulatoria e Kompaktkur. Mentre per le cure preventive e riabilitative di previdenza permanente le condizioni sono le stesse del trattamento ambulatoriale. Ma se le cure preventive e riabilitative di previdenza ambulatoriale non sono sufficienti allora, l'assistenza medica, può consentire un trattamento permanente con vitto e alloggio in un sanatorio o una stazione termale con la quale si stipula un contratto. In questo caso l'assistenza medica si assume tutti i costi della cura per tre settimane, e se è necessario anche per un periodo più lungo. Al paziente è richiesta una contribuzione di 10 euro al giorno.

4.2.3 La struttura e le caratteristiche delle stazioni termali

Le stazioni termali tradizionali si distinguono per la presenza di rimedi naturali nel loro territorio. Le particolari proprietà del suolo, del mare e del clima rappresentano le condizioni essenziali per la cura, la riduzione e la prevenzione delle malattie.

La certificazione della località, come stazione termale, non deve necessariamente estendersi a tutta la città, si può riferire anche ad un singolo distretto.

La FEMTEC (Fédération Mondiale du Thermalisme et du Climatisme) ha descritto già nel 1977 i requisiti minimi per il riconoscimento delle località climatiche e balneari. Facendo riferimento a tali principi la DHV suddivide i bagni terapeutici e le stazioni termali in quattro gruppi principali. Esse sono:

- Mineral- und Moorheilbäder (stazioni di cura termale che offrono trattamenti con minerali e fanghi);
- Heilklimatische Kurorte (località climatiche);
- Seeheilbäder und Seebäder (stabilimenti di cura e benessere termale);
- Kneippheilbäder und Kneippkurorte (stazioni termali che offrono un trattamento idroterapico).

La DHV fornisce i dati relativi al movimento dei turisti nelle destinazioni termali.

Il “Benessere Termale” degli altri Paesi

Il settore del turismo termale, valutato in termini di arrivi dei clienti, è in continuo e sostanzioso sviluppo: dal 1999 al 2010 gli arrivi dei clienti curisti sono aumentati di quasi il 35 per cento.

Aumentano notevolmente di più, circa un terzo, i clienti degli stabilimenti di cura termali (Seeheilbäder und Seebäder) per prestazioni di benessere termale.

Tabella 17 Arrivi clienti turisti termali in Germania negli anni 1999-2010

	Mineral und Moorheilbäder	Heilklimatische Kurorte	Seeheil- und Seebäder	Kneippheilbäder Kneippkurorte	Totale
	Valori assoluti				
1999	5.700.857	3.312.442	4.788.909	1.837.148	15.639.356
2000	6.099.605	3.534.588	5.064.124	1.970.475	16.668.792
2001	6.234.372	3.336.014	5.265.106	2.048.659	16.884.151
2002	6.129.399	3.250.651	5.361.952	1.982.853	16.724.855
2003	6.109.789	3.263.893	5.787.913	1.968.095	17.129.690
2004	6.203.661	3.277.010	5.698.489	2.035.355	17.214.515
2005	6.240.972	3.453.527	5.948.652	2.080.592	17.623.743
2006	6.476.794	3.458.627	6.044.625	2.084.582	18.064.628
2007	7.074.296	3.427.895	6.347.201	2.104.294	18.953.686
2008	7.197.065	3.503.279	6.504.031	2.126.503	19.330.878
2009	7.199.068	3.231.745	6.621.158	2.471.037	19.523.008
2010	7.667.580	3.371.706	6.630.696	2.435.271	20.105.253
	Variazioni percentuali su anno precedente				
2000	7,0	6,7	5,7	7,3	6,6
2001	2,2	-5,6	4,0	4,0	1,3
2002	-1,7	-2,6	1,8	-3,2	-0,9
2003	-0,3	0,4	7,9	-0,7	2,4
2004	1,5	0,4	-1,5	3,4	0,5
2005	0,6	5,4	4,4	2,2	2,4
2006	3,8	0,1	1,6	0,2	2,5
2007	9,2	-0,9	5,0	0,9	4,9
2008	1,7	2,2	2,5	1,1	2,0
2009	0,03	-7,75	1,8	16,2	0,99
2010	6,5	4,3	0,1	-1,4	3,0
	Variazione media annua				
1999-2010	2,8	0,2	3,0	2,7	2,3
	Variazione percentuale				
2010/1999	34,5	1,8	38,5	32,6	28,6

Fonte: nostra elaborazione su dati Deutscher Heilbäderverband e.V März 2011

4.3 Il termalismo in Slovenia

4.3.1 L'offerta

Un quarto degli arrivi totali in Slovenia frequenta gli stabilimenti termali come motivazione principale del viaggio: il 39,4% degli arrivi nazionali (448.544 turisti), il 16,2% degli arrivi stranieri (302.472) e il 19,3% degli arrivi italiani (79.387).

La destinazione Slovenia offre 15 centri termali naturali localizzati in tutto il territorio nazionale, ma con una predominanza nella regione di Štajerska (Bassa Styria).

La ricca tradizione plurisecolare del termalismo sloveno è dimostrata dalla cultura termale attuale e dai reperti risalenti all'epoca dell'impero romano, documenti scritti su

l'utilizzo delle acque termali che risalgono al remoto 1147, nonché dalle ricerche sulle qualità benefiche dell'acqua minerale frizzante, apprezzata in tutta l'Europa da oltre quattro secoli. Nell'epoca rinascimentale delle terme centroeuropee nacquero i centri termali e di cura che ancora oggi rappresentano le basi del turismo termale in Slovenia. Nello stesso tempo i centri di cura hanno mantenuto un posto speciale nel sistema sanitario sloveno e una stretta collaborazione con la disciplina medica proprio per gli effetti curativi dei fattori naturali.

Lo sviluppo e l'affermazione dei centri di cura sloveni sono stati resi possibili dalla ricchezza delle condizioni naturali, rimaste intatte nel tempo.

Prospetto 3 Localizzazione geografica dei Centri Termali Naturali in Slovenia



Le acque più importanti sono l'acqua termale di diverse composizioni e una temperatura tra 32°C e 73°C) e l'acqua minerale (Radenska, conosciuta in tutto il mondo e Donat Mg), seguono l'acqua del mare e l'Acqua madre, i peloidi organici e anorganici e il microclima marino, pannonic e prealpino di mezza montagna.

Negli ultimi anni, il turismo termale nel Paese ha vissuto un boom eccezionale e gli stabilimenti, in collaborazione con la sanità pubblica, hanno potenziato il loro tradizionale servizio per cure termali trasformandosi in moderni centri benessere. Infatti quasi tutti gli stabilimenti organizzano eventi culturali e social, coniugano la permanenza con attività

Il “Benessere Termale” degli altri Paesi

sportive e ricreative, dispongono di sale per riunioni e seminari per i clienti business e di alberghi moderni e confortevoli, per una piacevole permanenza.

In Slovenia, come negli altri paesi di grande tradizione termale dell'Est Europa, la distinzione fra terme tradizionali e benessere non è condizionata dalla separazione che vi è stata fra i due comparti. Questa separazione è invece ancora rigida, seppure in via di superamento, ma fra tante difficoltà, in Italia e Francia.

Tuttora in Slovenia per cure termali si intendono tutte quelle praticate sia come benessere che con le tipiche cure come fanghi, bagni termali ecc....

Il processo di ammodernamento sostenibile ha permesso alla Terme di Snovic, le quali hanno ottenuto il certificato dell'Unione Europea *Eco-daisy*, in quanto destinazione turistica *environmental-friendly*.

L'associazione dei centri termali e di cura naturale sloveni, le Terme della Slovenia, che si occupa della promozione e della preservazione dello standard qualitativo dell'offerta dei suoi membri.

4.3.2 Le statistiche del termalismo in Slovenia

Nel periodo 2005-2008 le terme slovene hanno aumentato la propria clientela non risentendo della più generale crisi del turismo, con una forte presenza della componente estera, i gran parte italiana, che nel 2008 ha determinato il 40,5% della clientela in termini di arrivi ed il 42% delle prestazioni.

La tabella esplicita in modo chiaro arrivi e pernottamenti negli alberghi termali, mentre per le prestazioni si tratta di stime in quanto molte opzioni sono comprese nel pacchetto di soggiorno alberghiero, con la formula delle cure “fai da te”.

Tabella 18 Clienti, prestazioni e pernottamenti negli alberghi termali della Slovenia

	clienti	prestazioni	pernottamenti	prest/arrivi
2005	556.023	3.243.014	2.524.729	5,8
2006	597.356	3.621.120	2.624.000	6,1
2007	619.812	3.736.925	2.669.232	6,0
2008	650.094	3.938.293	2.754.051	6,1

Fonte: nostre elaborazioni su dati Ufficio Statistiche della Repubblica della Slovenia

Passando ad un'analisi più dettagliata degli ultimi tre anni, si può notare come la componente maggiore degli arrivi e delle presenze turistiche in Slovenia sia straniera: nel 2010 il 62,2% degli arrivi termali e il 56,1% delle presenze arriva dall'estero. La tendenza non è riscontrabile nel fenomeno del termalismo, principalmente nazionale (59,7% degli arrivi), ma la componente straniera resta comunque rilevante (40,3%). Gli arrivi italiani costituiscono il 26,2% degli arrivi stranieri. Da un'analisi triennale, si vede che la tendenza è rimasta costante nel periodo considerato.

Tra il 2009 e il 2010 gli arrivi termali sono rimasti invariato (0,3%), gli arrivi nazionali sono diminuiti dell'-1,4% e gli arrivi stranieri sono cresciuti del 3,0%. Il numero degli italiani è cresciuto dell'1,4% tra il 2009 e il 2010, ma in misura inferiore rispetto al periodo 2008-2009, con una crescita del 5,0%.

La tendenza è coerente con la variazione media che ha interessato il turismo in generale nel Paese, cresciuto solo del 0,7% tra il 2009 e il 2010. Il numero dei residente che ha viaggiato si è ridotto del -2,0% (da 1.160.897 nel 2009 a 1.137.166 nel 2010), mentre il numero degli stranieri incomming è cresciuto del 2,5% (da 1.823.931 di arrivi nel 2009 a 1.869.106 nel 2010). Al contrario che per il termalismo, il numero degli italiani arrivati nel paese si è ridotto complessivamente del -1,3% (da 417.771 nel 2009 a 412.137 nel 2010).

Tabella 19 Arrivi nazionali, stranieri e italiani, totali e termali. Valori assoluti, composizione percentuale sul totale e degli italiani sul totale stranieri, composizione percentuale degli arrivi termali sul totale arrivi nazionali e variazione media anno precedente

	Arrivi Totale				Arrivi Termali			
	Totale	Nazionali	Stranieri	Italiani	Totale	Nazionali	Stranieri	Italiani
2010	3.006.272	1.137.166	1.869.106	412.137	751.016	448.544	302.472	79.387
2009	2.984.828	1.160.897	1.823.931	417.771	748.525	454.901	293.624	78.304
2008	3.083.713	1.126.022	1.957.691	406.662	749.348	446.038	303.310	74.067
	Composizione percentuale sul totale e degli italiani sul totale stranieri							
2010	100,0	37,8	62,2	22,0	100,0	59,7	40,3	26,2
2009	100,0	38,9	61,1	22,9	100,0	60,8	39,2	26,7
2008	100,0	36,5	63,5	20,8	100,0	59,5	40,5	24,4
	Composizione percentuale delle terme sul totale arrivi							
2010					25,0	39,4	16,2	19,3
2009					25,1	39,2	16,1	18,7
2008					24,3	39,6	15,5	18,2
	Variazione media anno precedente							
2010/2009	0,7	-2,0	2,5	-1,3	0,3	-1,4	3,0	1,4
2009/2008	-3,2	3,1	-6,8	2,7	-0,1	2,0	-3,2	5,7

Fonte: nostre elaborazioni su dati Ufficio Statistiche delle Repubblica della Slovenia

La permanenza media è relativamente bassa, comparata al periodo di cura di almeno una settimana praticato negli stabilimenti termali tradizionali. Infatti nel complesso i curisti si fermano nei centri termali per una media di 4 giorni, 4,1 per i residenti e 3,8 per gli stranieri. La permanenza degli italiani è ancora più bassa con una media di 3,3 giorni.

Tra il 2009 e il 2008 il numero delle presenze ha registrato una variazione del -0,5%, mentre il numero delle presenze nazionali è diminuito del -2,8%, al contrario delle presenze straniere, incrementate del 3,3%. Le presenze italiane, al contrario degli arrivi, sono diminuite del -0,6%. Come nel caso degli arrivi, anche per le presenze l'andamento del termalismo è coerente con il trend generale del turismo nel Paese.

Il 60,2% degli arrivi termali sceglie gli alberghi come modalità di alloggio. La percentuale di stranieri che sceglie questa modalità è più alta di quella dei residenti, il

Il “Benessere Termale” degli altri Paesi

69,5% contro il 53,8%. Per quanto riguarda la domanda italiana, il 70,9% dei curisti si affida agli alberghi.

Tabella 20 Presenze nazionali, stranieri e italiani, totali e termali. Valori assoluti, composizione percentuale sul totale e degli italiani sul totale stranieri, composizione percentuale delle presenze termali sul totale presenze e variazione media anno precedente

	Presenze Totali				Presenze Termali			
	Totale	Nazionali	Stranieri	Italiani	Totale	Nazionali	Stranieri	Italiani
2010	8.906.399	3.909.368	4.997.031	987.268	2.987.643	1.841.046	1.146.597	260.256
2009	9.013.773	4.077.480	4.936.293	1.004.783	3.003.653	1.894.202	1.109.451	261.819
2008	9.314.038	3.962.756	5.351.282	987.617	3.010.999	1.875.362	1.135.637	250.286
Composizione percentuale sul totale e degli italiani sul totale stranieri								
2010	100,0	43,9	56,1	19,8	100,0	61,6	38,4	22,7
2009	100,0	45,2	54,8	20,4	100,0	63,1	36,9	23,6
2008	100,0	42,5	57,5	18,5	100,0	62,3	37,7	22,0
Composizione percentuale delle terme sul totale presenze nazionali								
2010					33,5	47,1	22,9	26,4
2009					33,3	46,5	22,5	26,1
2008					32,3	47,3	21,2	25,3
Variazione media anno precedente								
2010/2009	-1,2	-4,1	1,2	-1,7	-0,5	-2,8	3,3	-0,6
2009/2008	-3,2	2,9	-7,8	1,7	-0,2	1,0	-2,3	4,6

Fonte: nostre elaborazioni su dati Ufficio Statistiche delle Repubblica della Slovenia

Tabella 21 Permanenza media totale turismo in Slovenia e terme

	Permanenza media totale				Permanenza media terme			
	Totale	Nazionali	Stranieri	Italiani	Totale	Nazionali	Stranieri	Italiani
2010	3,0	3,4	2,7	2,4	4,0	4,1	3,8	3,3
2009	3,0	3,5	2,7	2,4	4,0	4,2	3,8	3,3
2008	3,0	3,5	2,7	2,4	4,0	4,2	3,7	3,4

Fonte: nostre elaborazioni su dati Ufficio Statistiche delle Repubblica della Slovenia

4.4 L'European Historical Thermal Town Association

Anche l'Unione europea recentemente ha posto particolare attenzione alle terme consentendo l'attivazione della *European Historical Thermal Town Association* (EHTTA), un'associazione no-profit nata nel dicembre 2009, il cui obiettivo è quello di incoraggiare, proteggere ed aumentare il patrimonio culturale ed artistico delle terme in Europa.

Di questo network fanno parte cinque terme italiane: Acqui Terme, di Bagni di Lucca, Montecatini T., di Salsomaggiore T. e Fiuggi T.

Attraverso la creazione di questo network di venticinque centri termali distribuiti su tutto il territorio europeo, la EHTTA si occupa da un lato di valorizzare lo straordinario patrimonio termale del continente, dall'altro di promuovere le città che ospitano questi meravigliosi luoghi di relax e le iniziative correlate.

Una delle azioni primarie intraprese da questa associazione è quella di realizzare un circuito o meglio un itinerario termale, riconosciuto a livello internazionale con il nome di

“strada europea delle città storiche termali”¹. Si tratta di un percorso che ripercorre i luoghi dove si è sviluppata la cultura termale d'Europa, attraverso l'unione ideale del patrimonio culturale e storico delle località termali e la promozione delle loro acque. Tutto ciò viene realizzato innanzitutto evidenziando quelli che sono i tratti distintivi dei luoghi che ospitano questi centri e che in un modo o nell'altro li hanno influenzati per storia, per cultura o per tradizione.

C'è da dire che comunque, al di là dell'interesse per la preservazione e lo sviluppo di questi luoghi, uno sguardo viene dato anche all'analisi di possibili strategie di implementazione per le industrie spa, le quali devono essere considerate in relazione ad un futuro economico che deve rappresentare un oggetto di sviluppo, considerato il suo potenziale turistico e culturale.

La EHTTA punta quindi alla creazione di una stabile organizzazione europea al fine di formare una rete di città che vantano una tradizione termale riconosciuta ed un ricco patrimonio culturale, con lo scopo di salvaguardare la propria storia e le proprie tradizioni, senza però lasciare al caso la definizione di politiche di promozione ed innovazione.

Una città termale è intesa come tale indipendentemente dalle dimensioni o dal numero di abitanti. Quello che dà ad una località la connotazione di termale è il fatto di aver implementato le attività storicamente legate alla cura dell'acqua, legata allo sfruttamento delle acque termali e minerali. L'associazione è costituita da diverse tipologie di soci, i membri fondatori, i membri effettivi e i membri associati.

Soci fondatori

Sono quelle città termali che hanno il diritto e il dovere di partecipare alla realizzazione di obiettivi di sviluppo

Soci effettivi

Sono località termali attivamente coinvolte nel raggiungimento degli obiettivi dell'associazione e che hanno il diritto a partecipare alla realizzazione ed all'esecuzione dei progetti che la riguardano.

Soci associati

Sono enti pubblici o privati che direttamente o indirettamente sostengono gli interessi delle città termali per il raggiungimento dei loro obiettivi, ad esempio attraverso sostegno finanziario o di consulenza.

L'ammissione a fare parte dell' EHTTA è soggetta ad una procedura formale, che verrà considerata non solo per ottenere il *nulla osta* a far parte dell'associazione, ma anche per “mantenere il posto acquisito”. Il punto focale per l'ammissione è il possesso di

– ¹ European Route of Historical Thermal Towns”

Il “Benessere Termale” degli altri Paesi

una serie di requisiti che vengono trasmessi dalla località candidata alla Segreteria Generale ed in seguito valutati dal Consiglio Esecutivo.

I principi fondamentali per essere membri della EHTTA sono:

- La città deve avere lo sfruttamento dell'acqua termale e quindi essere una SPA operante e/o comunque un centro benessere con una tradizione storica (lo sfruttamento di acqua minerale in bottiglia non è considerato).
- Deve avere un patrimonio architettonico risalente almeno al XIX secolo, tra cui uno o più edifici classificati come monumenti storici.
- La città termale deve avere una tradizione legata all'intrattenimento e ad attività culturali come ad esempio teatro, concerti, casinò, etc.
- Deve offrire un sistema di ospitalità alto, oltre ad un numero sufficiente di posti letto, adatto alla prerogativa di città termale.

Una volta compilato il modulo di domanda con le caratteristiche generali della candidata e le caratteristiche specifiche richieste (i quattro punti sopra elencati) la decisione viene deliberata dall'Assemblea Generale.

Prospetto 4 Lista dei Membri

- | | |
|--------------------------------|------------------------------------|
| 1. Acqui Terme, Italia | 14. Karlovy Vary region, Rep. Ceca |
| 2. Baden Baden, Germania | 15. La Bourbole, Francia |
| 3. Begnerès de Luchon, Francia | 16. Mont Dore, Francia |
| 4. Bagni di Lucca, Italia | 17. Montecatini Terme, Italia |
| 5. Bagnoles de l'Orne, Francia | 18. Ourense, Spagna |
| 6. Bath, Inghilterra | 19. Royat Chamalières, Francia |
| 7. Budapest, Ungheria | 20. Salsomaggiore Terme, Italia |
| 8. Cauterets, Francia | 21. Spa, Belgio |
| 9. Châtel Guyon, Francia | 22. Techighiol, Romania |
| 10. Daruvar, Croazia | 23. Varadinske Toplice, Croazia |
| 11. Enghien les Bains, Francia | 24. Vichy, Francia |
| 12. Evian les Bains, Francia | 25. Wiesbaden, Germany |
| 13. Fiuggi, Italia | |

Fonte: EHTTA

ALCUNE VALUTAZIONI

1.1 Le domande

Le considerazioni finali di questa edizione del Sitet presentano un novità: sono considerazioni aperte che saranno completate con i problemi, le valutazioni e le proposte che saranno presentati nella riunione del 10 novembre 2011.

Tali valutazioni saranno messe in linea dal 15 novembre.

Nell'analisi condotta trovano conferma alcune tendenze che stiamo portando avanti da diversi anni e che ora, da quando si è ricominciato a parlare di *Medicina Termale* con la riattivazione di una scuola medica, sono confermate.

Nel corso dell'ultimo trentennio si è passati da una concezione di *termalismo tradizionale* ad una più allargata di *benessere termale*, evidenziando le qualità ed il valore aggiunto che questa concezione allargata di terme e di benessere avrebbe potuto portare e poi ha portato al comparto.

Il *benessere termale* è concepito in modo diretto come le cure benessere effettuate utilizzando come base l'acqua termale e prodotti derivati; secondo una concezione allargata è da intendere come tutte le prestazioni benessere, anche quelle non propriamente termali, effettuate presso un centro termale.

Questa ultima è la concezione che abbiamo adottata nell'analisi partendo dal concetto di impresa del benessere termale, cioè di una azienda, in un ambiente termale come un parco o una città termale, all'interno della quale trovano collocazione in modo complementare varie possibilità di promozione della propria salute, da quelle più orientate all'attività di relax e sportive alle cure più tipicamente medicali, fino alla riabilitazione.

Da sempre siamo stati promotori, nelle varie edizioni del Sitet, di questa tendenza che prima è stata recepita un po' tardivamente dal sistema regionale toscano, ma rispetto alla quale si è molto recuperato negli ultimi anni. Oggi tutte le terme, proprio tutte, dispongono di un proprio centro benessere, mentre solo quindici anni fa, quando fu presentata la prima edizione del Sitet, non ne disponeva quasi nessuno.

Il *benessere termale*, in una più generale tendenza ad un'attenzione olistica della propria salute, è una grande risorsa della Regione Toscana, così come lo è in tutto il resto dell'Italia, ma in particolare in Emilia Romagna, in Veneto, in Lombardia, in Campania. In ogni regione il sistema termale si caratterizza per proprie peculiarità che vanno dall'albergo concepito come isola termale ai centri del benessere termale autonomi, con pernottamenti all'esterno presso gli alberghi.

Non sarebbe male raggruppare le regioni e le destinazioni di eccellenza termale per promuovere alcune azioni comuni.

Alcune valutazioni di sintesi

Le analisi condotte evidenziano che la presenza di un albergo termale e/o del benessere è un qualcosa di più per le destinazioni termali, che rende l'offerta più sistemica e completa.

L'albergo non esclude la presenza dei centri di benessere termale autonomi, anzi la favorisce perchè consente una più facile integrazione fra i diversi aspetti di un soggiorno salutare.

Nella regione sono presenti diversi alberghi con terme che rappresentano un prodotto di qualità, anche se non sempre è molto legato al territorio.

Il territorio termale, un ambiente riconoscibile come tale, è un'altra tendenza da perseguire recuperando e valorizzando le acque presenti e rendendo visibile a tutti, anche ai turisti non curisti, la presenza delle acque termali, con testimonianze architettoniche come grandi fontane nei punti strategici di accesso alle grandi città come spesso accade all'estero. Inoltre è essenziale predisporre percorsi nei parchi e formule di trekking legate al soggiorno termale, come in diversi casi sta già avvenendo, in modo da collegare ed integrare quello che è dentro gli stabilimenti con quello che è fuori.

Un ulteriore problema è quello della comunicazione e promozione del benessere termale, evidenziato anche in un recentissimo convegno tenutosi il 22 e 23 ottobre scorso a Riolo Terme: *Comunicare le Thermae, Media, Scienza e Società per una corretta e responsabile informazione*, ove si è proposto, come una sfida, il passaggio dalle terme ai centri di medicina integrata.

Il problema di come comunicarsi e promuoversi è sempre stato decisivo per le terme perchè si è partiti da una totale assenza del problema. Si ricorda che quando nel 1993 facemmo una indagine per conto dell'IRI, che in quel momento aveva la temporanea gestione delle terme ex Eagat prima del passaggio all'IRI, non trovammo alcun responsabile di marketing all'interno delle terme regionali e nazionali, perchè resisteva ancora una concezione molto sanitarizzata del comparto e vigeva addirittura il divieto di fare promozione.

Da allora un po' di acqua è passata sotto i ponti, ma quella della comunicazione termale, e ora del *benessere termale* o della *medicina termale* e/o della *medicina integrata*, resta un grande problema non risolto.

Per questo motivo nel convegno citato si è prevista la realizzazione di una Carta della comunicazione termale di Riolo, che speriamo non resti nel cassetto come quasi tutte le Carte che negli ultimi anni sono state redatte, da quella sul turismo, a quelle sui diversi turismi ed a quelle sulle diverse sostenibilità. Spesso è sembrato che la redazione di una "Carta" rappresentasse più un punto di partenza che un punto di arrivo al quale fare conseguire azioni.

In realtà sul piano della comunicazione rimangono alcuni problemi:

- È vero oppure no che gli alberghi termali sono fra i più obsoleti?
- Quali strutture sono più idonee per una ville d'eau?
- Come attivare un'informazione capace di trasmettere il valore scientifico delle cure?
- Come coniugare tale scientificità con la nuova frontiera dell'offerta dei centri benessere e della medicina naturale?
- Come essere presenti e visibili in un mondo dominato da internet, con troppe e ridondanti notizie, che mediaticamente divora tutto in pochi minuti?
- Come valorizzare le città d'eau e quali progetti integrati sono compatibili?
- Come integrare gli stabilimenti, le strutture sanitarie, le scuole di formazione con i territori?
- Come gestire e valorizzare la filiera fra medici, terme, territori e cliente?
- Come attivare una promozione di sistema, di prodotto che fa da paradigma a quelle delle singole imprese?

Queste domande sono necessarie perché la dicotomia fra termalismo tradizionale e wellness termale è in via di superamento ma è ancora forte, come mostra il *Rapporto Mercury 2011 sul Benessere termale in Italia*, redatto per conto di Federterme, in corso di pubblicazione.

Crescono gli arrivi ed il fatturato del benessere, mentre si conferma il calo della componente propriamente sanitaria.

È in atto una sorta di compensazione del wellness che incide più sugli arrivi (ormai un terzo del totale) che sui fatturati (1/6 della domanda complessiva) a causa della minore durata dei soggiorni benessere spesso legati agli weekend ed agli short break.

Altra novità portata dalla tendenza verso il benessere è la considerevole quota della fascia dei 25-40enni che frequenta gli stabilimenti a fronte della loro quasi assenza per le cure tradizionali.

Queste tendenze generali sono confermate anche dall'analisi qui condotta relativamente al sistema termale regionale della Toscana. Per le terme toscane, peraltro, abbiamo deciso di non riproporre la distinzione fra le grandi terme e le altre, vista l'anno scorso, perché ci sembra superata dai fatti. Le grandi terme storiche sono state scalzate come dimensione e come qualità dei servizi offerti, da altre.

Il wellness termale e le terme rappresentano una grande risorsa ma bisogna imparare a comunicarla come singola impresa, come in parte già avviene, e come sistema, adottando le risorse del web: canali di promozione un line, nuovi linguaggi multimediali,

Alcune valutazioni di sintesi

social network, communities, gestione dell'interattività, corsi on line per medici di base, ed altro. È un mondo in continua evoluzione che sta sostituendo, si spera non del tutto, il vecchio concetto del passaparola sul quale, in assenza della possibilità di azioni di marketing, a lungo si è fondata la promozione delle terme. È un passaparola tecnologico che si è articolato in mille rivoli, che offre migliaia di opportunità ma, proprio per questo, anche migliaia di incertezze.

Bisogna innovare ed intercettare le nuove latenti domande della clientela; non è un caso che il solo comparto nel quale si è innovato nel corso dell'ultimo decennio sia quello del benessere; la domanda è aumentata perchè ovunque si è creata una nuova offerta diversa e aggiuntiva a quella già presente in ambito termale.

Il rischio è che si perda la valenza scientifica del comparto, per questo motivo assumono grande valenza attività come quelle del Forst (Fondazione della Ricerca Scientifica Termale) che propugna un orientamento scientifico delle terme ma aggiungendo anche, ed è questa una novità, anche il benessere. Tale orientamento ha avuto già i suoi effetti perchè ha prodotto la decisione congiunta del Ministero dell'istruzione e della ricerca scientifica e del Ministero della Salute di istituire tre Scuole di specializzazione in medicina termale, a Milano, Roma e Napoli, con il supporto delle imprese del settore.

Si prospetta, dunque, un nuovo sistema di comunicazione fondato all'interno degli stabilimenti su una maggiore integrazione fra terme e wellness, secondo la nuova concezione di *benessere termale*; al di fuori su una maggiore integrazione con i territori recuperando ed aggiornando il concetto di ville d'eau.

Tutto ciò come parte di un conteso multimediale e tecnologico in continuo aggiornamento, ma senza perdere il contatto con il gusto dei rapporti personali fra chi fornisce certi servizi e chi li utilizza.

La realtà è molto complessa, gestirla in modo efficiente recuperando le discontinuità oggi presenti e conciliando le diverse esigenze come *wellness termale* è la sfida dei prossimi anni.

1.2 Le risposte

Il dibattito che ha seguito la presentazione del lavoro, tenutosi a Chianciano il 20 Novembre 2011, presso la sala congressi dell'Excelsior ha dato alcune risposte agli interrogativi che sono stati posti.

Per questo motivo si ritiene opportuno aggiungere questo paragrafo che riprende le osservazioni che sono state fatte e completa le valutazioni finali.

Il convegno è stato aperto dal Sindaco di Chianciano terme Gabriella Ferranti e dal Segretario Generale di Uniocamere della Toscana Dott. Enrico Ciabatti ed è stato chiuso dall'Assessore regionale al turismo della Toscana Cristina Scaletti. Riportiamo di seguito la scaletta del convegno

Terme & turismo, come cambia una grande tradizione

10 novembre 2011
Chianciano

- 9.30 Registrazione Partecipanti
- 10.00 Introduzione
Gabriella Ferranti - Sindaco di Chianciano Terme
- 10.15 Apertura dei Lavori – Segretario Generale unioncamere Enrico Ciabatti
- 10.30 Presentazione del Rapporto sul Termale a cura di Emilio Becheri (Mercury Srl)
- 11.00 La nuova direttiva comunitaria (2011/24/UE del 9 marzo 2011) sull'assistenza transfrontaliera – intervento a cura della Regione Toscana, Paolo Bongini (Regione Toscana)
- 11.30 Lo stato di crisi delle nostre città termali: prospettive e spunti per il rilancio
 - Massimo Tedeschi, Presidente Ancot (Associazione Nazionale dei Comuni Termali)
 - Sirio Bussolotti - Presidente Terme di Chianciano SpA
 - Massimo Giovanetti, Direttore ufficio commerciale e marketing, Terme di Montecatini.
 - Paolo Corchia - Presidente Federalberghi Toscana - Confcommercio
 - Anna Duchini, Confesercenti Toscana
 - Costanzo Iannotti Pecci, Presidente Federterme - Confidustria
 - Gianni Gurnari, Benaquam Srl esperto di tecnologia delle acque e di centri benessere
- 13.00 Conclusione, Assessore regionale Cristina Scaletti

A proposito delle risultanze del convegno si osserva che:

- il problema dell'obsolescenza degli alberghi, e più in generale della ricettività termale esiste ed è molto serio, ma differenziato da zona a zona.

Riguarda in primo luogo le strutture ricettive che si trovano in località ove sono presenti stabilimenti termali ed un po' meno quelle ove prevalgono alberghi termali, cioè con servizi del benessere termale al proprio interno.

Nel primo caso la scarsa manutenzione delle strutture e la mancata realizzazione di quelle nuove, è dovuta alla riconversione verso altre tipologie di turismo che considerano l'alloggio in modo subordinato rispetto ad altre motivazioni e più orientato al turismo di massa a buon mercato: turismo studentesco oppure turismo d'arte degli stranieri,

individuali o inclusive tour, che scelgono località vicine alle più costose grandi città per contenere il prezzo dell'alloggio.

A parte va considerato il caso del turismo congressuale che ha rappresentato sempre una parte significativa del sistema di offerta delle città termali; ancora sopravvive e mostra un certo interesse per i bassi prezzi, ma incontra notevoli difficoltà proprio per la ridotta qualità dell'offerta.

Si ha la sensazione che mentre il mondo è andato avanti il sistema di ospitalità di molte città termali sia rimasto ancorato a più di trenta anni fa.

Questo stato delle cose è stato esplicitato nell'intervento del Presidente di Federalberghi toscana Paolo Corchia quando ha affermato che le città termali vivono da anni una grave crisi testimoniata da una forte diminuzione dei ricavi medi. Proseguendo ha specificato le cause storiche che secondo gli albergatori hanno determinato la crisi.

- ridotta competitività dell'offerta alberghiera, perché è sempre più difficile dare luogo ad investimenti di riqualificazione delle strutture, in particolare in presenza restrizione pesante di accesso al credito ordinario ed una contrazione importante di disponibilità di risorse pubbliche per il credito agevolato;
- disaffezione alle tradizionali cure terapeutiche;
- modifiche intervenute nel sistema di assistenza sanitario;
- mutamento profondo del mercato del termale , di natura anche generazionale, culturale e sociale, che ha portato ad una immagine obsoleta del termalismo tradizionale
- mutate condizioni ambientali ed urbanistiche delle nostre città termali, che sono comunque in ritardo nella attuazione di un programma di evoluzione ed aggiornamento di strutture ed impianti
- permanere di un costo di soggiorno termale , che non regge la competizione di proposte alternative emergenti, specie nei paesi dell'est europeo.

Per gli alberghi termali la situazione è diversa perchè si sono orientati prima al benessere ed hanno riorganizzato la loro attività, favoriti dal fatto che in alcuni casi, come ad Ischia, è molto forte l'integrazione con il turismo balneare, in altri casi, come per le Terme Euganee, mostrano grande appeal le vicine città d'arte e le altre offerte locali.

Per questi motivi si è arrivati a ipotizzare, in modo un po' provocatorio, la riattivazione di alberghi termali anche nelle località che non ne dispongono;

- Una prova della divaricazione in atto nelle città termali fra domanda termale e del benessere e domanda per altre motivazioni è data dall'andamento contrario che assume il movimento delle presenze dei due segmenti: Bisogna prenderne consapevolezza e ipotizzare politiche turistiche differenziate associate alla ipotesi di strategie di integrazione. Basti pensare al vantaggio che potrebbe derivare ad una città come Montecatini se solo riuscisse ad orientare alla frequentazione degli stabilimenti termali l'1% degli stranieri che soggiornano in città per altri motivi: gli arrivi di clienti termali aumenterebbero di circa un quarto;
- la soluzione sta proprio nella valorizzazione delle *ville d'eau* come tali, integrando terme e territorio in modo da far sì che gli alberghi possano caratterizzarsi per l'offerta di trattamenti benessere, al proprio interno, ma anche all'esterno.

Questa ipotesi è stata propugnata da diversi interventi ed in particolare da quello di Anna Duchini che, con riferimento a Chianciano Terme, ha proposto di recuperare tutte le fonti minerali e termali che si trovano nel territorio della città e riportarle alla luce, secondo un percorso salutistico. Rispetto alle attuali fonti di idropincica, ben più ricca è l'offerta del sottosuolo che se veicolata in superficie, accolta da una architettura contemporanea, potrebbe consentire di comunicare un benessere bio-salutistico diffuso nella città, qualificandola per una percezione originale della nuova *ville d'eau*, fra parchi fruibili a tutti e nuova accoglienza.

È una ipotesi che può essere portata avanti solo con la forte integrazione fra gli operatori privati e le istituzioni locali;

- è davvero necessario recuperare il valore delle acque termali e delle città, con i loro parchi termali.

Una città termale si deve identificare anche per il suo *sky line* e per la presenza di una serie di funzioni essenziali per l'ospite, anche per il cliente non curista ma solo turista. In tal senso c'è la necessità di evidenziare la presenza dell'acqua, magari anche con grandi ed originali fontane attive, con le quali gli ospiti possono interagire.

L'oggetto principale delle politiche non è il comparto termale ma la città termale intesa in senso urbanistico e relazionale, come ambiente attivo nel quale si collocano le proposte termali.

- per attivare un'informazione capace di trasmettere il valore scientifico delle cure sembra opportuno attivare strategie di promozione unitaria del comparto da parte del Sistema termale, per raggiungere un livello di efficacia presso il pubblico, nella convinzioni che, come indicano numerose ricerche di mercato, una buona quota della popolazione è parte dei potenziali clienti. È necessario una strategia di comunicazione dell'intero comparto, entro la quale collocare e valorizzare la promozione dei singoli stabilimenti;
- deve essere perseguita e portata all'esterno, perché assuma una valenza promozionale e commerciale, la valorizzazione della natura scientifica delle cure delle cure, associandola alla loro naturalità, in modo da presentare un ampio spettro di opzioni che si fonda su un unico atteggiamento di credibilità. La concezione olistica del benessere non osta con la specificità delle singole cure, anzi, può esaltarla;
- lo sviluppo della medicina termale è l'altro obiettivo da perseguire in modo da evidenziare la garanzia della efficacia sanitaria delle prestazioni e da ricordarla sempre.

Il ruolo della medicina termale è, da questo punto di vista, decisivo anche per conciliare mercato e prodotto, immagine e realtà.

Non si può restare schiavi di una concezione troppo orientata al marketing in cui attrae più un trattamento alla cioccolata o all'olio di oliva che un normale trattamento con fanghi terapeutici;

- il forte orientamento scientifico non deve far dimenticare che esistono alcuni strutture termali presso le quali la quota di prestazioni assistite dal Servizio sanitario nazionale è molto ridotta, mentre in un caso manca del tutto. È opportuno cominciare a pensare alle terme tradizionali anche fuori dal SSN, pur fidando sulla loro scientificità ed autenticità;
- il ruolo chiave nelle strategie di comunicazione è quello di internet e dei social media. È un aspetto che non deve essere concepito come un settore dell'attività aziendale, ma come un modo strumentale di essere di tutta l'attività aziendale.

Le terme debbono essere presente nel modo più efficace possibile nel web, come gruppi e come singole imprese, in particolare per attrarre una clientela under i 50 anni, e per gestire secondo le tecnologie più aggiornate la propria promozione ed i rapporti con la clientela.

Sono in atto esperienze molto eterogenee, ma in generale i siti non sono molto interattivi, anche se esteticamente sono molto belli. Forse è opportuno pensare che internet, attraverso i social media, è anche che la moderna concezione attraverso cui si manifesta il vecchio passa-parola.

Peraltro, non sempre un bel sito significa che è anche un sito efficace.

La realizzazione di un grande portale del benessere termale può rappresentare un passo avanti, a condizione che si ponga ad alti livelli qualitativi, con una forte utilizzazione dello web 2.0 e web 3.0.

- per l'integrazione gli stabilimenti, le strutture sanitarie e le scuole di formazione fra loro e con i territori sembra poggiare sul fulcro della medicina termale, che sembra stia trovando ora un nuovo vigore nel campo delle scienze mediche. È già in atto una filiera che va dal grande esperto termale al *fanghino* ed al cliente. Bisogna convincersi che si tratta di un grande patrimonio e promuovere continui corsi di aggiornamento, mentre a livello universitario si debbono sviluppare le

Alcune valutazioni di sintesi

ricerche che provano o meno la validità delle cure e di alcune cure rispetto ad altre.

Risulta evidente, ad esempio, la crisi delle cure più soft come quelle idropiniche e quelle inalatorie, sulla effettuazione delle quali vi sono non poche riserve da parte dei medici generalisti. Alcune risposte sono già state date ma se non bastano, oppure non sono state recepite dal pubblico, ne sono necessarie altre.

Su questo punto bisogna avere il coraggio di decidere e, eventualmente, riproporre nuove modalità di fruizione delle prestazioni oppure inventarne e proporre altre.

- perchè tutte queste ipotesi si possano verificare è essenziale che le terme si integrino con il territorio, aprendosi all'esterno e promuovendo iniziative coinvolgenti, con manifestazioni mirate a valorizzare la cultura e l'identità locale: mostre, convegni, dibattiti, incontri periodici, fiere, show, ambienti relax, punti d'incontro fra i residenti ed i turisti ecc...
- In altre parole se le terme non si manifestano all'esterno e restano chiuse negli stabilimenti, vi potrà essere anche un gran numero di curandi, ma gli effetti indotti e la comunicazione mancheranno di quella sostanziale vitalità che può portare ad aggiornare e valorizzare il prodotto benessere termale.
- Per attivare strategie efficienti e virtuose sembra opportuno adottare un approccio multimediale, proponendo un'ottica di sistema che faccia riferimento alla concezione di benessere termale, come ipotesi di promozione olistica della salute per tutte le persone.
Definito ed imposto questo paradigma si possono realizzare con efficacia tutte le attività di marketing e di commercializzazione locali ed individuali, a condizione che le altre componenti della filiera siano integrate e mirino allo stesso scopo.
- Le istituzioni debbono svolgere il loro ruolo così come gli operatori privati, senza rimpallarsi responsabilità ma agendo con consapevolezza e guardando al futuro.

Se le terme tradizionali sono in crisi da anni bisogna capire perchè ed individuare in quali comparti lo sono di più, orientandosi, nel contempo, ad una concezione di benessere termale, più omnicomprensiva e più duttile, per la quale, però, la presenza di terme autentiche rappresentano una garanzia di naturalità e di identità del territorio.

- Un primo passo da compiere sul piano istituzionale può essere rappresentato dall'occasione del decreto Sviluppo (decreto legge 13 maggio 2011 n. 70 convertito in legge 106 del 12 luglio 2011 art. 3 commi 4-6)- Tale provvedimento prevede, fra i distretti produttivi, la attivazione dei distretti turistici per le imprese delle zone costiere, con alcune agevolazioni fiscali, di semplificazione amministrativa, insieme ad altri benefici legati al credito ed alla ricerca.
Si chiede all'Ancot (Associazione dei comuni termali), alle associazioni di categoria, alle istituzioni locali e regionali di farsi carico di una attività che porti ad assimilare i territori delle città termali a quelli delle zone costiere, in modo da assimilare i distretti termali a quelli turistici;
- Sul piano del *Destination Management* condizione essenziale per una strategia vincente è, da sempre, quella della integrazione fra terme e territorio e fra località e reti di località e di prodotti termali.
Contano le identità locali e come le varie componenti che le identificano si integrano fra loro.
- Per le due principali città termali alcune iniziative degli ultimi anni vanno nel senso di un rinnovamento, con le terme sensoriali di Chianciano ed il Piano industriale di Montecatini T. che ha già visto, nel 2010, l'apertura delle Nuove Terme Redi (fangobalneoterapia, terapia inalatoria, fisioterapia strumentale, due palestre per fisioterapia, piscina termale, le maggiori terapie anche in convenzione con l'SSN) e prevede a breve l'apertura delle Nuove Terme Leopoldine (piscina termale di 2.400 mq e centro benessere di 4.800 mq, su progetto dell'arch. Massimiliano Fuksas).
- Tuttavia gli operatori affermano che le proposte che afferiscono il turismo della salute non basta più, in particolare con riferimento alle

due grandi città storiche del termalismo regionale, di Montecatini e di Chianciano.

Gli operatori concordano sul fatto che è necessario partire dal territorio, per garantire una proposta che si presenti su mercati della domanda complementari al turismo della salute: mercato del congressuale, domanda enogastronomica e percorsi ambientali. In particolare Montecatini, per la sua posizione di centralità rispetto alle città d'arte di maggior attrattiva in Toscana, dovrebbe esaltare la sua naturale vocazione a città per convention, mentre per Chianciano, la sua posizione su di un territorio a vocazione agricola dovrebbe consentire grandi potenzialità in termini di competizione enogastronomica e per le molteplici offerte come cuore del tipico paesaggio toscano.

Si tratta di una vera e propria riconversione non facile ma da dovere gestire se non si vuole essere sopraffatti dalla evoluzione della domanda;

- Infine un cenno all'Unione Europea, che con l'nuova direttiva comunitaria (2011/24/UE del 9 marzo 2011) sull'assistenza transfrontaliera e conseguenti opportunità per il turismo termale regionale apre nuovi scenari internazionali più competitivi per la libertà di accesso dei cittadini alle cure termali possibili in qualsiasi Paese dell'Unione. Potranno arrivare più stranieri in Italia, ma potranno andare all'estero anche più italiani.

L'importante è, come ha ben evidenziato il Presidente dell'ANCOT e Massimo Tedeschi, prendere atto dell'esistenza di tale Direttiva e farsi trovare pronti al nuovo scenario competitivo.

- Lo scenario competitivo cambierà anche per l'avvento sul mercato delle terme dei Paesi BRICS, con Cina e Brasile che sono paesi ricchi di sorgenti minerali naturali e che stanno rapidamente progettando grandi centri termali, anche con l'aiuto dei tecnici italiani. Questo aspetto è stato bene evidenziato da Gianni Gurnari nel suo intervento dedicato al possibile sviluppo delle terme e del benessere in Cina

Le conclusioni dell'Assessore regionale Cristina Scaletti hanno confermato l'impegno della regione Toscana per assecondare i grandi cambiamenti del comparto termale, testimoniato dal fatto che è stato attivato un tavolo emetico specifico all'interno della Cabina di regia del governo turistico regionale, con la partecipazione delle province ove sono localizzati gli stabilimenti termali, Unioncamere, Toscana Promozione, Fondazione Sistema Toscana (www.turismo.intoscana.it) e di esperti nominati dalle associazioni di categoria e, anche, da Federterme.

Lo scopo è di lavorare alla costruzione del prodotto turistico e alla individuazione delle migliori strategie di promozione per il settore.

In questa ottica si ricorda che il sito regionale contiene una sezione specifica dedicata al prodotto turistico termale. che hanno aderito al sistema di prenotazione online oltre 100 strutture ricettive e che concretamente la giunta regionale, dall'ottobre scorso, ha affidato a Toscana Promozione un fondo di 110mila euro per azioni di comunicazione relative al sistema termale regionale.