

THERMALIA ITALIA

Ischia
6 ottobre 2001

Sistema ricettivo
delle località termali
in Italia

La ricettività delle località termali

- ricettività delle località termali e ricettività termale: le differenze
- terme e ricettività: le tendenze
- la ricettività delle località termali nelle regioni
- la ricettività delle località termali nelle province
- la domanda termale nelle regioni
- il ruolo della ricettività alberghiera per terme e benessere
- l'evoluzione del comparto termale secondo il Primo rapporto sul sistema termale in Italia
- la classificazione delle località termali
- le concorrenze vecchie e nuove
- le tendenze in atto

Ricettività delle località termali e ricettività termale

Le aree termali si distinguono fondamentalmente:

- località termali caratterizzate dalla prevalenza di curandi locali, come nel caso di Castel San Pietro
- località turistico-termali con la prevalenza di presenze di curandi che sono anche turisti (curisti) in quanto pernottano in esercizi ricettivi nella località od aree limitrofe, come nel caso di Salsomaggiore e di Montecatini.
- località turistiche con presenze termali ove i curisti sono una componente minoritaria rispetto ad altre tipologie turistiche, come nel caso di Sirmione o di Rimini

Le località turistico termali sono caratterizzate da una ricettività prevalentemente alberghiera in termini di offerta e quasi esclusivamente alberghiera in termini di domanda.

Sono state attivate, negli ultimi anni, anche alcune esperienze di agriturismo termale.

La diversificazione dell'offerta

In linea generale le località turistico termali hanno differenziato la loro offerta:

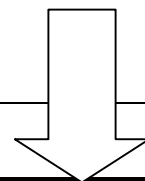
- attivando altri segmenti di soggiorni di salute, es. soggiorni benessere
- attivando altre tipologie turistiche, es. congressuale, turismo d'arte e culturale ecc.....

Da un punto di vista statistico è molto difficile rilevare l'offerta di ricettività strettamente termale proprio perché in molte località che sono anche termali la ricettività ha una pluralità di destinazioni.

In alcune località turistiche con presenze termali, come nel caso di Rimini o di Cervia, la ricettività ha destinazione quasi esclusivamente balneare e rivolta ad altri turismi.

La caratterizzazione termale rappresenta comunque un considerevole valore aggiunto non adeguatamente valorizzato. *Inoltre*

Alcune località di grande tradizione hanno reagito alla crisi termale dei primi anni Novanta valorizzando gli altri turismi possibili. In molte località, infatti, gli arrivi per altre motivazioni hanno superato quelli termali. Di fatto mentre le prestazioni curative continuano a diminuire, le presenze turistiche dell'area crescono spinte da altri turismi. Ne è esempio tipico la città di Montecatini.



In alcune località l'imprenditoria delle ricettività ha reagito in modo migliore alla crisi rispetto all'imprenditoria termale, in particolare quella pubblica, in altre vi è stata, invece, una positiva integrazione.

Le regioni “termali”

Se si considera la ricettività delle località termali la graduatoria e l'importanza relativa delle regioni appare molto diversa rispetto a quella che si ha considerando il numero delle prestazioni effettuate e dei curandi, ed ancora diversa appare se si considerano le presenze termali in quanto l'ISTAT considera solo le località che sono prevalentemente termali; non appaiono come termali regioni che pure presentano una significativa rete di località, anche se destinate prevalentemente ai residenti ed ai curandi pendolari, come ad es. le Marche ed altre che solo negli ultimi anni hanno valorizzato le loro terme come la Liguria (e neppure la Basilicata, il Molise, la Sardegna, l'Umbria).

Gli alberghi termali, che offrono servizi termali al proprio interno sono concentrati essenzialmente nella zona delle Terme Euganee e ad Ischia.

Molti alberghi, in località termali e non, offrono servizi benessere senza essere caratterizzati come alberghi termali.

Molte località dispongono di almeno un albergo termale come ad esempio Guardia Piemontese in Calabria, Monsummano Terme in Toscana.

La tendenza generale è quella di attivare almeno un albergo termale anche nelle località che al momento non ne dispongono.

Vi sono, inoltre, stabilimenti termali con ricettività alberghiera tendenzialmente orientata ad altri comparti e solo parzialmente ai curisti.

Prestazioni e presenze nelle regioni termali

La graduatoria delle regioni in base al numero delle prestazioni termali appare assai diversa da quella attivata secondo il numero delle presenze nelle località prevalentemente termali (così facendo si rilevano circa 15 milioni di presenze delle località termali rispetto ai circa trenta milioni effettivi perché non sono considerate località come Sirmione, Cervia, Rimini ecc...); entrambe le graduatorie appaiono un po' distorcenti rispetto alla realtà turistica.

Va precisato che le valutazioni a livello regionale rappresentano una semplificazione e che il livello più adeguato di analisi territoriale è quello a livello di plesso e di distretto turistico termale.

Graduatoria delle regioni termali

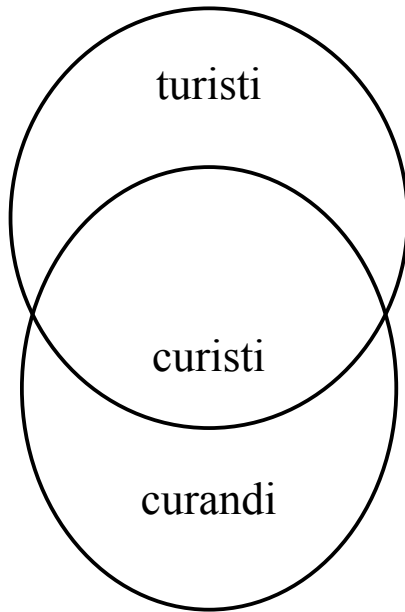
PRESTAZIONI TERMALI

- **1) Emilia Romagna 17%**
- **2) Veneto 14%**
- **3) Toscana 12%**
- **4) Lombardia 10%**
- **5) Campania 9%**
- **6) Lazio 7%**
- **7) Trentino 5%**
- **8) Sicilia 5%**
- **9) Calabria 4%**
- **10) Marche 4%**

• PRESENZE IN LOCALITÀ TERMALI

- **1) Toscana 25,9%**
- **2) Veneto 22,3%**
- **3) Lazio 14,3%**
- **4) Emilio R. 10,1%**
- **5) Trentino A.A. 9,2%**
- **6) Campania 7,3%**
- **7) Sicilia 3,5%**
- **8) Lombardia 2,3%**
- **9) Friuli V.G. 1,1%**
- **10) Marche 1,0%**

le tassonomie delle località termali



•rispetto alla clientela

- albergo termale
- albergo appoggiato ad attività termale
- albergo pluriclientela
- albergo con clientela diversa
(congressuale, d'affari, d'arte ecc)

rispetto al rapporto con territorio

- albergo città (Salso, Ischia, Karl vary)
- albergo isola (Abano, Montegrotto)
- albergo "dormitorio"

terme e territorio

- parco termale/ambientale
- area termale
- città termale

- RICETTIVITA' della SALUTE
- alberghi termali (Ischia, Terme Euganee) oppure stabilimenti con ricettività (Terme Tommasini)
- alberghi ed altre strutture (es. agriturismi) destinati a clientela che effettua cure termali in stabilimenti separati (Montecatini, Salsomaggiore)
- alberghi e centri benessere

- RICETTIVITA' delle LOCALITA' TERMALI
- alberghi ed altre strutture con clientela mista, termale (curisti) e non (turisti)
- comprende anche alberghi destinati a turismi diversi da quelli termali
- comprende altre tipologie ricettive non tipicamente termali (agriturismi, residences, alloggi privati ecc...)
- tipologie varie x diverse località

le caratteristiche della ricettività termale

• POSITIVE

- legame fra ricettività e territorio
- strutture di qualità (poche)
- edifici di prestigio e storici (es. Liberty) che fanno immagine e caratterizzano
- flessibilità dei targets [clientela termale sostituita con altre tipologie (arte, congressi, scolastico, sport ecc..)]
- attenzione all'ambiente e qualità
- prevalenza gestioni dirette familiari

• NEGATIVE

- talvolta no integrazione con terme
- obsolescenza strutture (spesso la crisi termale non ha consentito adeguati rinnovamenti)
- difficile riconversione per la vetustà di certi edifici storici
- carenza di alberghi termali
- commistione di turismi poco conciliabili (es. scolastico e termale)
- prevalenza gestioni dirette familiari

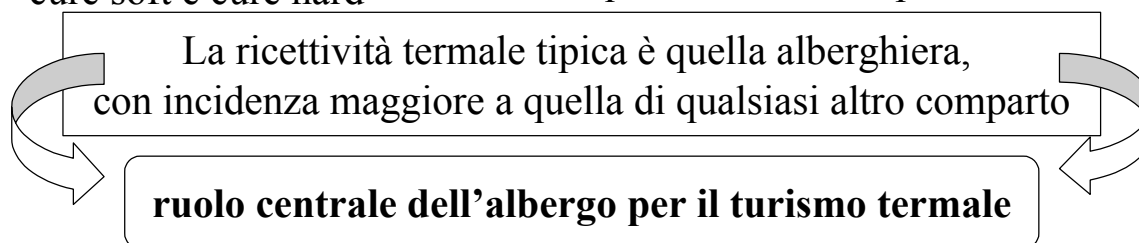
La ricettività termale: tendenze

TERME

- rivalutazione e validazione valenza sanitaria delle cure
- da località termali a parchi della salute
- terme e benessere
- concezione olistica e promozione della salute
- superamento distinzione fra cure soft e cure hard

RICETTIVITA'

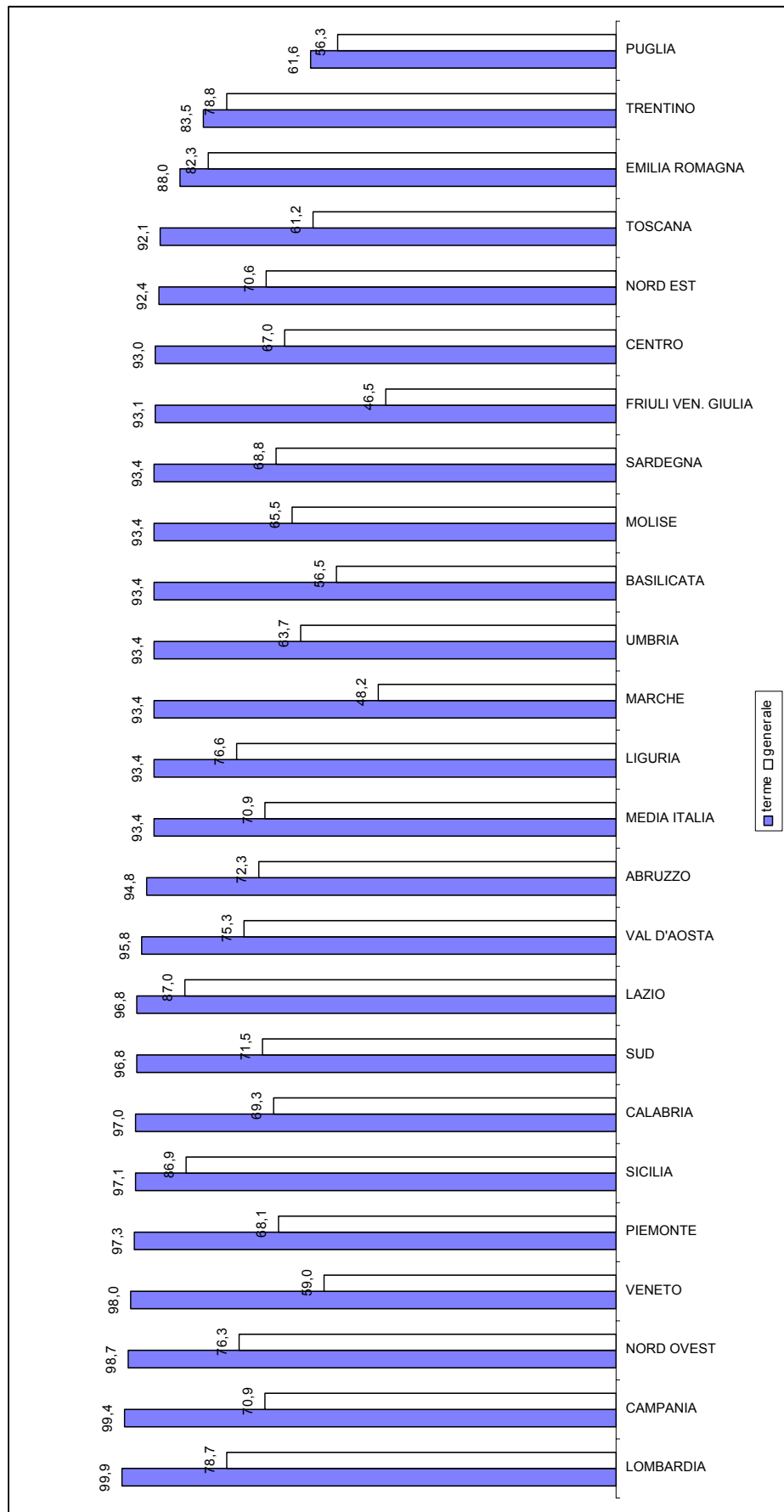
- apparire di nuove concorrenze come nicchie di mercato
- volontà imprenditoriale alberghiera di attivare sinergie e strategie di lungo periodo con l'imprenditoria termale
- riscoperta dell'albergo termale
- valorizzazione rete ricettività
- integrazione con territorio
- qualità totale e ampliamento servizi



Da notare che in base ad indagini non sospette, perché effettuate nell'ambito del turismo congressuale (*Osservatorio sul turismo congressuale – Università di Bologna*) in termini di spesa media turistica a giornata, il comparto termale è fra quelli che registra i valori più elevati. Al primo posto si colloca il turismo congressuale con 225mila Lit, seguito dalle città d'arte (201mila), dalle terme (180mila), dai laghi (93 mila), dai monti (90mila) e dal mare (65mila).

Da precisare, inoltre, che il mercato termale è prevalentemente autoctono ad esclusione di alcune limitate proposte come Ischia, Terme Euganee etc.

Incidenza delle presenze alberghiere sulla presenze termali e sul totale delle presenze: regioni e macroaree



Variatione percentuale delle presenze nelle località prevalentemente termali nell'anno 2000 rispetto all'anno precedente

REGIONE	5 stelle		4 stelle		3 stelle+residenze		2 stelle		1 stella		totale alberghi		altri esercizi		totale generale		
	arrivi	presenze	arrivi	presenze	arrivi	presenze	arrivi	presenze	arrivi	presenze	arrivi	presenze	arrivi	presenze	arrivi	presenze	
PIEMONTE																	
VAL D'AOSTA																	
LOMBARDIA																	
NORD OVEST																	
TRENTINO																	
VENETO																	
FRIULI VEN. GIULIA																	
EMILIA ROMAGNA																	
NORD EST																	
TOSCANA																	
LAZIO																	
CENTRO																	
ABRUZZO																	
CAMPANIA																	
PUGLIA																	
CALABRIA																	
SICILIA																	
SUD																	
ITALIA																	

Incidenza degli arrivi e delle presenze delle località prevalentemente termali nelle varie tipologie di ricettività per regioni

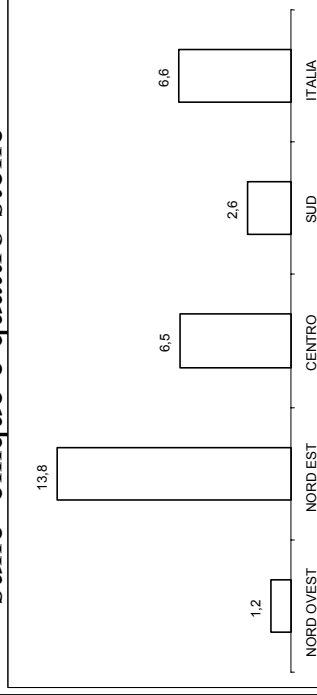
REGIONE	5 stelle		4 stelle		3 stelle+residenze		2 stelle		1 stella		totale alberghi		altri esercizi		totale generale		
	arrivi	presenze	arrivi	presenze	arrivi	presenze	arrivi	presenze	arrivi	presenze	arrivi	presenze	arrivi	presenze	arrivi	presenze	
PIEMONTE	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	1,8	0,9	2,4	0,6	2,2	0,8	1,4	0,0	0,0	0,6	1,0
VAL D'AOSTA	0,0	0,0	25,5	16,9	5,1	3,6	4,3	4,3	3,5	3,3	4,5	9,3	6,2	0,8	0,8	7,3	4,9
LOMBARDIA	0,0	0,0	0,3	0,7	1,0	2,6	0,9	0,9	2,1	0,4	0,8	0,7	1,7	0,0	0,0	0,6	1,3
NORD OVEST	0,0	0,0	1,0	1,2	1,0	1,6	1,0	1,0	1,5	0,4	0,8	0,9	1,4	0,1	0,1	0,8	1,1
TRENTINO	0,0	0,0	10,3	9,1	4,4	3,8	3,3	3,3	3,1	3,1	3,8	5,0	4,4	4,5	3,2	4,9	4,1
VENETO	27,3	46,6	6,1	17,0	6,5	14,6	2,5	2,5	6,2	1,5	1,9	6,0	13,7	0,6	0,4	4,8	8,3
FRIULI VEN. GIULIA	0,0	0,0	0,0	0,0	1,1	2,7	1,1	1,1	1,7	0,3	0,6	0,7	1,7	0,0	0,1	0,5	0,8
EMILIA ROMAGNA	9,5	13,5	5,4	9,7	3,4	4,0	2,9	2,9	3,7	4,2	6,6	3,9	4,9	4,3	3,1	3,9	4,6
NORD EST	22,9	40,9	6,3	12,3	4,6	6,7	2,8	2,8	4,0	2,6	3,9	4,8	7,2	2,1	1,4	4,3	5,5
TOSCANA	14,6	14,7	10,0	13,9	18,0	19,7	16,3	16,3	22,5	5,0	7,1	14,6	17,8	2,7	2,4	12,1	11,9
LAZIO	3,2	4,4	1,2	1,8	5,1	7,4	3,4	3,4	6,7	3,3	9,6	3,3	5,4	0,9	1,2	3,1	4,8
MARCHE	0,0	0,0	0,0	0,0	20,9	36,5	31,6	31,6	25,6	9,8	5,8	22,8	30,9	5,0	8,9	17,3	17,2
CENTRO	6,0	7,1	4,4	6,5	10,0	11,6	7,8	7,8	12,3	3,8	6,5	7,5	9,9	1,9	1,5	6,7	7,2
ABRUZZO	0,0	0,0	1,1	1,5	0,9	1,8	1,8	1,8	3,2	0,5	1,1	1,0	1,8	0,3	0,3	0,9	1,4
CAMPANIA	5,7	8,0	3,1	5,0	5,9	10,4	3,8	3,8	7,5	2,4	5,4	4,2	7,5	0,2	0,1	3,7	5,4
PUGLIA	0,0	0,0	0,5	0,8	0,6	1,3	0,9	0,9	1,8	0,0	0,0	0,6	1,1	1,3	0,9	0,7	1,0
CALABRIA	0,0	0,0	1,0	2,0	0,6	1,1	0,8	0,8	0,5	0,9	1,8	0,8	1,2	0,1	0,1	0,7	0,9
SICILIA	0,0	0,0	0,0	0,0	4,5	8,4	0,5	0,5	0,9	0,0	0,0	2,6	5,6	0,6	1,1	2,5	5,0
SUD	2,8	4,1	1,4	2,5	2,9	5,1	1,9	1,9	3,4	1,4	2,6	2,2	4,0	0,4	0,3	2,0	3,0
ITALIA	8,2	13,8	3,5	6,2	5,1	6,6	3,8	3,8	5,3	2,2	3,6	4,3	6,2	1,4	1,1	3,9	4,7

le caratteristiche della ricettività termale

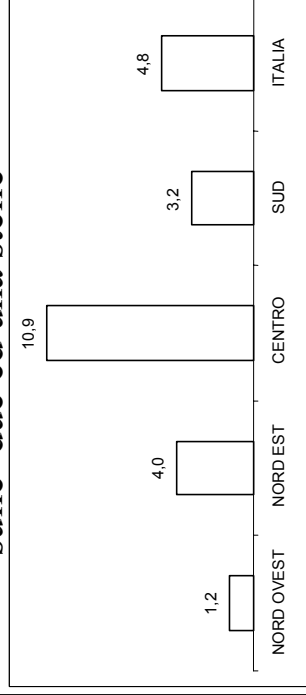
incidenza delle *cinque e tre stelle* e delle *due ed una stella* sulla domanda termale ed in generale

	incidenza su dom. term.	in generale
NORD OVEST	23,6	28,0
NORD EST	35,6	18,6
CENTRO	19,2	29,3
SUD	20,0	31,4
ITALIA	27,1	25,2
	incidenza su dom. term.	in generale
NORD OVEST	19,9	22,5
NORD EST	16,4	29,7
CENTRO	22,1	21,6
SUD	10,8	13,6
ITALIA	14,7	23,0

incidenza della componente termale sulle cinque e quattro stelle



incidenza della componente termale sulle due ed una stelle



L'incidenza dei posti letto nelle aree promozionate anche per una attività termale sul totale d'area.

Totale Regioni	Totale Esercizi Alberghi	Campeggi e Villaggi turistici	Alloggi iscritti al REC	Alloggi Agro- Turistici	Altre Strutture Ricettive	Totale Esercizi compleme- ntari	Totale Esercizi comple- sivi
Emilia Romagna	50,4	45,2	76,9	7,9	38,2	46,6	49,2
Abruzzo	2,2	-	5,2	1,4	-	0,2	1,2
Basilicata	3,8	-	1,5	0,8	-	0,3	2,2
Calabria	5,5	9,1	15,5	9,1	35,8	9,4	8,1
Campania	37,2	5,9	17,5	2,0	23,7	6,8	23,4
Friuli	46,6	68,2	90,4	0,8	49,4	76,6	66,6
Lazio	21,1	1,5	35,9	6,1	6,7	3,0	13,9
Liguria	0,1	-	0,2	-	1,8	0,1	0,1
Lombardia	8,9	5,5	21,5	1,9	3,9	7,0	8,2
Marche	9,9	25,9	28,1	10,6	8,3	24,9	20,5
Molise	-	-	-	-	-	-	-
Piemonte	6,6	3,4	3,8	6,7	5,2	4,0	5,2
Puglia	4,2	2,9	4,2	4,5	16,5	3,1	3,4
Sardegna	1,8	3,4	-	-	-	3,2	6,6
Sicilia	14,0	13,1	30,6	14,7	5,6	14,0	14,0
Trentino	9,2	13,1	7,6	8,3	9,8	9,9	9,5
Umbria	23,7	13,8	17,1	17,1	31,1	17,6	20,3
Aosta	8,7	0,6	-	2,3	-	0,4	4,1
Veneto	32,0	10,8	2,0	-	12,7	10,5	19,7
Toscana	21,8	32,3	8,3	9,9	1,4	10,9	15,4
ITALIA	20,6	14,3	28,7	8,5	12,9	14,1	17,5

Fonte: ENIT, TCI, Espresso

Una concezione allargata di area termale

Se viene individuata l'area termale considerando tutti i comuni italiani che si promuovono anche per la presenza di strutture termali, si osserva come il 17,5% dei posti letto del sistema ricettivo italiano è ubicato in queste aree.

Secondo questa linea interpretativa il 20,6% dell'offerta di letti in Italia è ubicata in queste aree, con picchi che si aggirano intorno al 50% dell'offerta regionale. Questo dato, tuttavia, considera quei territori ove, pur essendo presente una forma di offerta salutistico termale, l'incidenza del fenomeno salutistico è minima (Rimini, Riccione, Cervia, Assisi, Grado, Lignano Sabbiadoro etc.).

Comunque queste destinazioni con la loro complessiva offerta alberghiera e ricettiva si propongono di conquistare fette del mercato della salute, che rappresenta un mezzo per integrare e differenziare l'offerta balneare.

Ruolo dei sistemi ricettivi termali

Totale Regioni	Totale Esercizi Alberghi	Campeggi e Villaggi turistici	Alloggi iscritti al REC	Alloggi Agro- Turistici	Altre Strutture Ricettive	Totale Esercizi compleme- ntari	Totale Esercizi comples- sivi
Emilia Romagna	5,7	1,8	6,5	5,4	5,1	2,9	4,8
Abruzzo	2,2	-	5,2	1,4	-	0,2	1,2
Basilicata	3,8	-	1,5	0,8	-	0,3	2,2
Calabria	5,5	9,1	15,5	9,1	35,8	9,4	8,1
Campania	37,2	5,9	17,5	2,0	23,7	6,8	23,4
Friuli	2,5	-	0,1	0,8	3,8	0,4	1,1
Lazio	21,1	1,5	35,9	6,1	6,7	3,0	13,9
Liguria	0,1	0,0	0,2	-	1,8	0,1	0,1
Lombardia	8,9	5,5	21,5	1,9	3,9	7,0	8,1
Marche	9,9	25,9	28,1	10,6	8,3	24,9	20,5
Molise	-	-	-	-	-	-	-
Piemonte	6,6	3,4	3,8	6,7	5,2	4,0	5,2
Puglia	4,2	2,9	4,2	4,5	16,5	3,1	3,4
Sardegna	1,8	3,4	-	-	-	3,2	2,5
Sicilia	14,0	13,1	30,6	14,7	5,6	14,0	14,0
Trentino	9,2	13,1	7,6	8,3	9,8	9,9	9,5
Umbria	0,7	-	1,7	0,6	2,4	0,8	0,7
Aosta	8,7	0,6	-	2,3	-	0,4	4,1
Veneto	32,0	10,8	2,0	-	12,7	10,5	19,7
Toscana	21,8	32,3	8,3	9,9	1,4	10,9	15,3
ITALIA	12,9	9,7	12,8	7,0	7,2	7,9	10,4

Fonte: Elaborazioni e stime Mercury su dati ENIT, TCI, Espresso

Un'analisi più approfondita, che esclude quelle località ove l'influenza del fenomeno termale è scarsamente rilevante, evidenzia come il 10,4% dei posti letto offerti nel nostro Paese ha uno stretto legame con la proposta salutistico – termale.

> Posti letto alberghieri in aree termali	233 mila
> Posti letto extralberghieri in aree termali	144 mila

Realtà come la Campania, il Veneto, la Toscana ed il Lazio evidenziano, specialmente nel settore alberghiero, le profonde sinergie che collegano la realtà locale con la proposta termale. Questa connessione dipende sia dalle proposte di *alberghi termali*, sia dall'articolazione in città termali locate in queste aree.

L'articolazione in stelle dell'offerta alberghiera nelle aree termali

REGIONI	Sistema termale					Regione				
	1 Stella	2 Stelle	3 Stelle	4 Stelle	5 Stelle	1 Stella	2 Stelle	3 Stelle	4 Stelle	5 Stelle
Piemonte	21,5	23,9	48,9	5,6	-	19,5	19,8	42,4	17,2	1,0
V. Aosta	3,9	33,1	23,0	40,0	-	7,2	27,1	49,6	16,1	-
Lombardia	6,2	18,9	54,3	20,5	0,1	12,3	20,5	48,7	17,3	1,2
Tren. A. A.	9,2	16,1	56,2	17,2	1,4	13,1	24,3	52,6	9,9	0,1
Veneto	4,9	14,4	54,3	22,3	4,1	11,6	19,5	44,4	22,0	2,4
Friuli V. G.	8,4	18,1	53,9	19,6	-	14,0	20,9	48,5	16,1	0,5
Liguria	-	100,0	-	-	-	12,2	16,0	55,5	14,8	1,5
Emilia Romagna	13,5	30,5	43,0	12,1	0,9	11,0	27,4	50,0	11,2	0,3
Toscana	3,8	22,1	50,5	22,1	1,5	7,0	17,2	53,5	20,9	1,3
Marche	8,5	23,7	67,8	-	-	6,7	20,0	61,4	11,8	0,1
Umbria	8,1	34,5	40,1	17,3	-	7,8	27,0	46,1	18,6	0,5
Lazio	10,8	17,0	57,4	12,8	2,0	6,0	14,4	46,6	29,4	3,5
Abruzzo	2,8	18,6	52,0	26,5	-	11,4	12,2	40,5	34,7	1,1
Campania	7,4	14,3	36,8	40,2	1,4	6,7	13,6	37,9	40,1	1,7
Puglia	13,2	12,7	74,1	-	-	10,4	12,6	55,7	21,2	-
Basilicata	7,5	56,3	36,2	-	-	8,4	30,5	46,3	13,8	1,0
Calabria	-	8,6	91,4	-	-	3,3	14,5	61,4	20,4	0,4
Sicilia	4,4	8,1	76,5	11,0	-	5,9	14,3	60,2	18,8	0,7
Sardegna	5,8	10,9	81,6	1,7	-	1,8	6,6	57,3	31,8	2,5
ITALIA	8,3	20,5	49,1	20,4	1,7	9,6	20,2	50,6	18,4	1,1

Fonte: ENIT, TCI, Espresso

Dal confronto della dimensione in termini percentuali delle diverse stelle si osserva che tendenzialmente nelle Regioni del Centro e del Nord Italia il ruolo delle strutture di qualità (4 5 stelle) ha un peso superiore alla media d'area. Questo fatto deriva dalla tradizione di queste città storicamente legate a forme di turismo d'élite. Per quanto riguarda le altre categorie di qualifica inferiore (1 – 2 stelle) il sistema alberghiero in aree termali ha un ruolo lievemente inferiore rispetto al dato complessivo; prevalgono le piccole forme ricettive a gestione familiare che hanno da sempre accolto la domanda di curisti assistiti attivando un rapporto costo benefico di ottima valenze. È effetto del boom dell'imprenditoria degli anni Settanta ed Ottanta che si è indirizzata ad accogliere clientela sempre più di massa. Gli alberghi di 3 stelle hanno un ruolo lievemente inferiore rispetto al dato nazionale, questo ad indicare una tipologia di offerta che, tranne alcuni casi, presenta forti differenziazioni tra una regione e l'altra.

Da notare che la struttura dell'offerta non corrisponde a quella della domanda.

Alcuni esempi tra i principali sistemi provinciali di località termali

Per illustrare come sia determinante, per alcune province, il ruolo dell'offerta ricettiva nelle località termali sull'intera dinamica dell'offerta turistica d'area, proponiamo alcuni dati relativi alle principali destinazioni termali in Italia.

Incidenza nelle varie categorie del peso della ricettività alberghiera nelle località termali sul totale provinciale

	1 stella	2 stelle	3 stelle	4 stelle	5 stelle	alberghiero
Padova	23,1	51,0	87,3	70,6	100,0	76,9
Frosinone	71,0	64,3	72,2	89,3	86,5	72,4
Pistoia	48,1	66,4	66,6	80,2	93,9	68,4
Parma	72,0	71,4	59,6	58,0	100,0	64,0
Napoli	61,7	63,0	57,6	62,0	45,4	60,1
Siena	47,9	69,0	57,9	53,7	-	58,9
Brescia	12,5	21,6	20,3	16,2	1,7	18,3

Fonte: elaborazione su dati ENIT

Si osserva come il ruolo della ricettività alberghiera in queste località è importante per non dire determinante. Brescia è per noi un caso limite giustificato da una presenza in area di importanti centri turistico ricettivi. Le altre realtà territoriali indicano come l'intero sistema alberghiero locale sia influenzato direttamente dalla dinamica degli alberghi legati ai complessi termali.

Per completezza riportiamo le località termali presenti in questi luoghi

Padova	Frosinone	Pistoia	Parma	Napoli	Siena	Brescia
Abano	Ferentino	Monsummano	Medesano Sant'Andrea	Barano d'Ischia	Chianciano	Sirmione
Battaglia	Fiuggi	Montecatini	Salsomaggiore	Casamicciola	Montepulciano	Angolo Terme
Garzigliano			Tabiano	Castellammare di Stabia	Rapolano	Boario
Montegrotto				Foriò d'Ischia	San casciano dei bagni	Vallio
Stanghella				Ischia	San Quirino d'Orcia - Bagno Vignoni	
				Lacco ameno	Sarteano	
				Pozzuoli		
				Serrara Fontana		
				Torre Annunziata		
				Vico Equenze		

Riferimenti normativi

LEGGE QUADRO TERME (L. di riordino /2000)

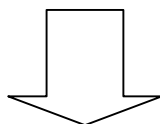
- rilevanza sociale ed economica del patrimonio termale
- efficacia terapeutica delle cure
- definizione di aziende termali
- definizione di territorio termale (con una o più concessioni)
- marchio di qualità termale ed ambientale

LEGGE QUADRO TURISMO (L. di riforma 135/2001)

- individua le imprese turistiche
- fra queste le imprese ricettive
- no, gli stabilimenti termali in quanto strutture sanitarie
- individua nei *Sistemi Turistici Locali*, come distretti turistici, l'unità territoriale di programmazione e di promozione turistica

necessità di una programmazione e di una promozione a livello di STL e di rete **ma** -sistema regionale e nazionale

lavoro ACI-CENSIS (settembre 2001) sui distretti turistici (balneari, montani, d'arte e cultura, integrati) non individua distretti termali



Il concetto di distretto turistico termale è fondamentale, secondo qualsiasi caratterizzazione si consideri, per l'economia termale che induce.

Si ricordi che i servizi termali costano solo lo 0,15 % al servizio sanitario nazionale mentre generano un indotto complessivo che corrisponde a più di 20 volte la spesa complessiva termale

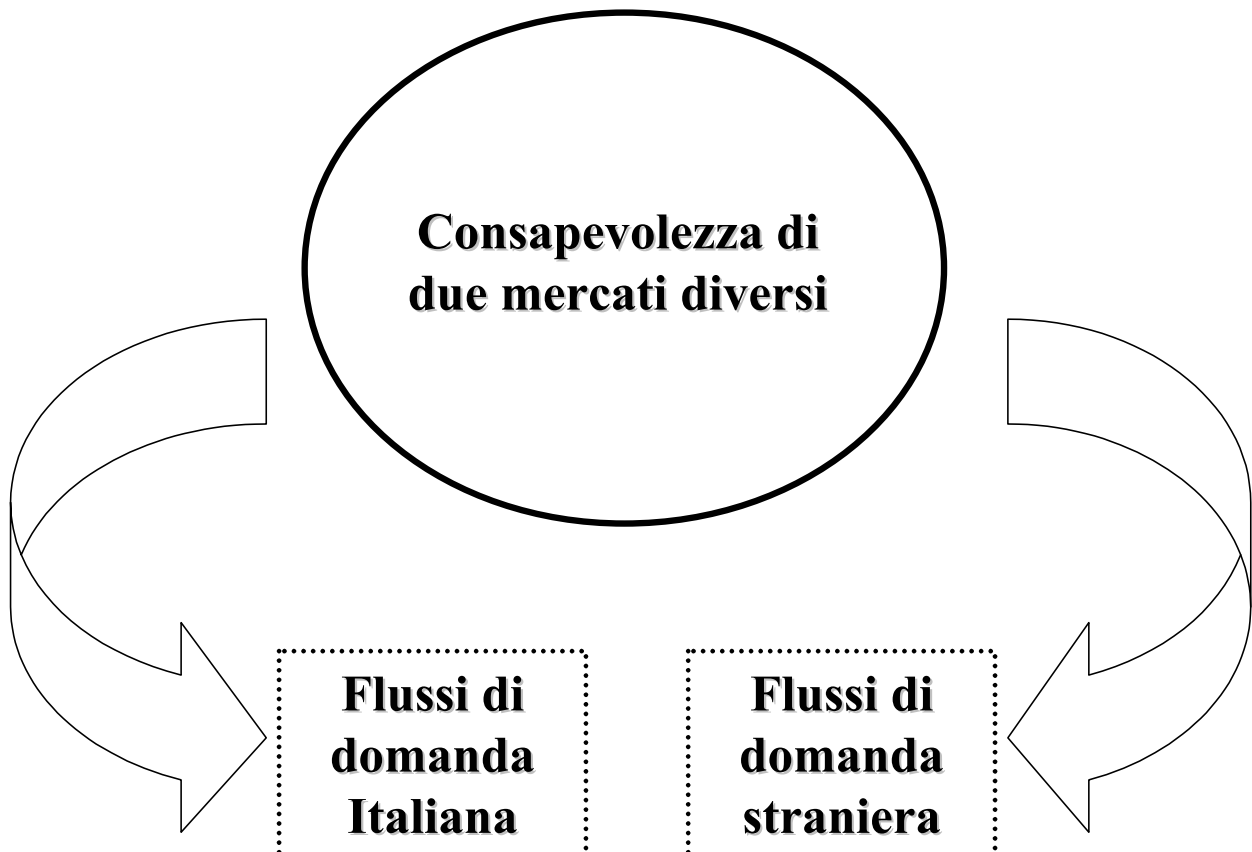
Cosa fare?

- (STLT) distretti ambientali termali (della salute)
- rete delle località termali e della salute
- prodotti termali integrati con benessere
- specificità e valore aggiunto del benessere termale
- validazione delle prestazioni termali
- integrazione fra terme e ricettività termale
- integrazione con altri servizi

programmaz.
e
marketing

progettazione per reti
regionali, nazionali,
internazionali

progettazione integrata
per territori



Le riflessioni effettuate portano alle seguenti valutazioni

- *Dal lato dell'offerta*, in Italia sono presenti circa di 340 aziende termali attive e circa 300 alberghi che offrono servizi termali e benessere, spesso in contesti ambientali attraenti sotto il profilo naturalistico ed artistico. Oltre a ciò il cliente può contare su stabilimenti altamente attrezzati sotto l'aspetto curativo, su personale specializzato e su un contesto ambientale adeguato. Appare evidente che le cure termali sono qualcosa di diverso e di integrato rispetto alle cure farmacologiche ed hanno una grande valenza sia sul piano della prevenzione, sia su quello della riabilitazione. Ne consegue che è necessario avviare un rapporto funzionale e strutturato fra ambiente termale e attività di riabilitazione e prevenzione creando le condizioni per determinare riduzioni di costi nella spesa sanitaria. Basti pensare che la riabilitazione effettuata all'interno degli stabilimenti termali (ecosistema gradevole, specializzato, sanitariamente efficace e diverso dall'ospedale) dà l'opportunità di ridurre in modo sostanziale il periodo di recupero del paziente. Inoltre, in questo contesto, è da rivalutare il ruolo delle cure termali sia sotto l'aspetto sanitario, sia come validazione e valore aggiunto come cure benessere.
- *dal lato dell'importanza economico-sociale delle aziende termali*, esse contribuiscono, talvolta in misura pressoché esclusiva (soprattutto in quei luoghi dove non esiste un flusso di turismo autonomo), a generare, attraverso l'arrivo e le presenze dei curisti, un forte moltiplicatore di indotto soprattutto su commerci e servizi di ricettività, con conseguenti

benefici in termini di generazione di reddito ed occupazione. Proprio per tale motivo, sia gli Enti/Amministrazioni locali che gli operatori dell'indotto sono chiamati a collaborare attivamente con le aziende termali per trovare, attraverso un'organizzazione integrata delle politiche, tutte le possibili soluzioni, anche di carattere finanziario, che possano favorire la ripresa del settore e l'avvio di iniziative di sviluppo;

- *sul piano urbanistico del rapporto fra aziende termali e territorio*, occorre recuperare un legame che è stato molto forte in passato quando si progettavano vere e proprie città termali, tanto da definire una specifica tipologia di urbanistica termale. Questa connessione è stata perduta o si è attenuata nel corso della seconda metà del Novecento, e deve, invece, essere decisamente recuperata e valorizzata. In altre parole deve essere riproposto lo stretto, positivo rapporto fra terme e territorio, in una prospettiva non solo salutistica, ma di pluriprodotto; un mezzo perché ciò accada è la concezione e la applicazione della logica del *parco ecologico termale, del parco della salute* (salute in chiave olistica, di benessere psicofisico), per connettere in una sintesi dinamica territorio, natura, cultura e terme.
- Ne consegue che è indispensabile introdurre ovunque e sviluppare una cultura imprenditoriale che anche in base alle caratteristiche terapeutiche, storiche e strutturali di ogni singola azienda termale sia orientata a valorizzare, da una parte, le attività termali tradizionali/curative e, dall'altra, sappia cogliere le opportunità di una diversificazione dell'offerta verso modelli termali innovativi (centri

salute, *remise en forme*, centri estetici, termalismo romano/piscine termali, ecc.) con benefici effetti in termini di attrattiva (nuove fasce di clientela e diverse possibilità nella durata del soggiorno) e qualità del servizio. E' un compito, questo, particolarmente impegnativo, che richiede, tra l'altro, un'enfasi sugli aspetti di marketing e di promozione del prodotto terme, l'assimilazione della logica del *parco ecologico termale*, una professionalità sempre più "aziendalista" e, come tale in grado di darsi obiettivi e strategie ben definite, di fare investimenti strutturali adeguati e di trovare adeguate risorse finanziarie e professionali.

- I veri problemi che restano sul tappeto sono quelli della credibilità del comparto e quindi quelli dell'ottimizzazione dei fattori produttivi, dell'efficienza, dell'espansione dei servizi offerti, dell'attenzione alle politiche di marketing, di un reale sostegno finanziario ad una politica di investimenti atta a supportare le attività ed a realizzare, laddove possibile, una riconversione verso un concetto del termalismo in grado di soddisfare una domanda diversificata. Il rischio è, altrimenti, un continuo deterioramento delle gestioni economiche e l'extramarginalizzazione dal mercato.

- Su un piano macro, infine, si deve rilevare con forza che la tradizione termale italiana fa parte del "sistema paese", così come accade in Francia, in Germania e anche in Ungheria, nella Repubblica Ceca e in Slovenia. Questa tradizione deve essere recuperata.

In altre parole e come valutazione di sintesi, dovranno imporsi, come linea di promozione termale a livello nazionale, l'idea del *parco ecologico (ambientale) termale (della salute)* e quella della *rete dei parchi termali della salute*, soprattutto come collegamento per la promozione termale italiana all'estero, passando da una concezione tradizionale o estemporanea e sempre molto legata alla componente pubblica, ad una più sistematica ed imprenditoriale e come tale in grado di darsi obiettivi e di trovare risorse. Alcune realizzazioni avviate fanno ben sperare in tal senso.

La concezione di network regionale, nazionale ed internazionale si è imposta in questi ultimi anni con l'attivazione di vari consorzi regionali e, più recentemente, con la ricerca di una maggiore integrazione fra le imprese e le componenti associative che operano sul territorio sia in campo termale che in quello della ricettività.

E' davvero tempo di impostare un grande progetto sulle terme per recuperare i ritardi accumulati sul piano del marketing territoriale.

Edizioni ISTA
Istituto Internazionale
di Studi e Documentazione
Turistico Alberghiera
Via Toscana 1 - 00187 - Roma