

Poli d'eccellenza per il benessere ecco il nuovo business delle terme

Gli enti pubblici ora rimborsano solo la spesa per le cure e non più il soggiorno alberghiero e questo ha costretto l'offerta a cambiare rotta puntando soprattutto su wellness e fitness. Con l'obiettivo fondamentale della battaglia contro lo stress

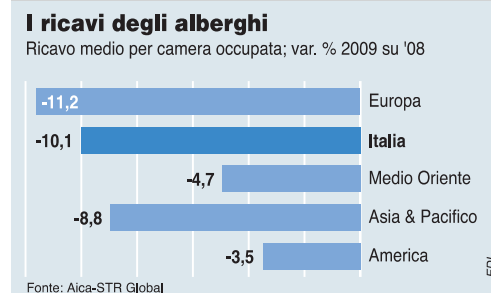
LUIGI DELL'OLIO

Milano

Da enti assistiti per le cure mutualistiche a grandi poli per il wellness e il fitness orientati al business. È l'evoluzione che ha caratterizzato negli ultimi anni il mondo termale, decretando nuovi campioni e penalizzando quelle strutture che non hanno saputo cogliere i cambiamenti della domanda.

«La svolta è arrivata in seguito alle modifiche normative in senso restrittivo per le cure dei dipendenti pubblici — spiega Piergiorgio Mangialardi, direttore di Antoitavia Hospitality, società che si occupa di individuare, per conto degli investitori, terreni con potenzialità turistiche in tutta Italia — Da quando la Pa ha cominciato a limitare il rimborso spese ai soli aspetti curativi, escludendo le spese per il soggiorno, l'offerta termale ha dovuto reinventarsi». Si è prodotto, quindi, un passaggio da un business sostanzialmente anticiclico perché sostenuto in parte dallo Stato a una competizione sul libero mercato.

Per rilanciare gli alberghi che hanno subito il colpo più duro necessari grandi investimenti



Negli ultimi anni è comune cresciuto l'interesse dei cittadini-consumatori verso i temi del benessere e della cura fisica, come dimostra anche il boom di centri benessere, palestre e saune nelle città. «A subire il colpo maggiore sono stati gli alberghi delle città termali, che per decenni avevano tenuto sostanzialmente intatta la loro offerta di servizi e che di colpo si sono trovati a competere in uno scenario che richiedeva grandi investimenti per affiancare ai fanghi e all'aerosol, palestre tecnologiche, ampi spazi e piscine di grande impatto anche dal punto di vista estetico». Senza dimenticare lo sviluppo

LA SVOLTA

Le terme lanciano nuovi servizi per la loro clientela. Nella foto, un'immagine di Saturnia

di un'offerta culinaria orientata ai temi del biologico. Giuseppe Albertin, presidente del Consorzio albergatori di Abano Montegrotto, la più grande stazione termale d'Europa con oltre tre milioni di presenze annue e un fatturato di 350 milioni di euro, spiega: «I cambiamenti sono stati rapidissimi ed è rimasto competitivo solo chi è stato disposto a

IL RALLENTAMENTO

Calano nei cantieri gli ordini per la nuove navi da crociera

Primi segnali di rallentamento per il settore delle navi da crociera dopo un lungo periodo di crescita ininterrotta. Secondo i dati diffusi dall'Ente Bilaterale Nazionale del Turismo, dopo che tra il 1999 e il 2009 il settore è passato da 8,6 a 17,5 milioni di passeggeri a livello mondiale, potrebbe arrivare una pausa. Per il prossimo triennio gli ordini sono in flessione, con 38 navi in cantiere da qui al 2013, otto in meno rispetto agli ultimi tre anni. Il rischio, sottolinea Ebnt, è che questo possa ripercuotersi a cascata su tutta la filiera, a cominciare dagli occupati nel settore.

modificare profondamente i propri parametri di lavoro». Tra il 2009 e quest'anno il bacino veneto ha realizzato un investimento pubblico-privato da 1,3 miliardi. «Stiamo cambiando volto all'offerta, ma il quadro normativo non ci aiuta perché manca una regolamentazione del concetto di *wellness* e questo provoca confusione nel mercato. Dal canto



nostro siamo impegnati in un investimento culturale per aiutare i consumi a comprendere l'importanza di affidarsi a centri che utilizzano davvero acqua termale».

«Oggi prevale una concezione olistica della cura personale, che tiene insieme aspetti curativi ed edonistici — spiega Carla Milos, direttore generale delle Terme di Saturnia (in provincia di Grosseto), una realtà che impiega 200 addetti e che nel 2009 ha fatturato 20 milioni di euro — Partendo dalle virtù dell'acqua, abbiamo sviluppato un programma di benessere globale che combatte lo stress grazie a miglioramenti nell'alimentazione, attraverso la meditazione e l'esercizio fisico. Così le aree di in-

tervento legate alla salute si affiancano con i trattamenti per la bellezza, l'*anti-aging* e lo sport». Carla Milos vede in questo nuovo approccio anche una risposta al cambiamento

dei ritmi di vita, che comporta una domanda crescente di servizi onnicomprensivi per il corpo e per la mente. «Oggi ciascuna struttura deve essere in grado di segmentare l'offerta per rispondere alle diverse esigenze — osserva Carmen Fioriti, direttrice delle Terme di Fordongianus (in provincia di Oristano) — con la clientela giovanile che tende a concentrarsi sulle permanenze più brevi e richiede anche servizi di intrattenimento, rispetto a quella *senior*».

Agli interventi per la salute si affiancano trattamenti per la bellezza e l'anti-aging