



INDICE

PREMESSA.....	1
1. I RIFERIMENTI NORMATIVI.....	3
1.1 I Distretti Produttivi in Italia.....	3
1.2 I Distretti Produttivi in Sicilia.....	5
1.3 Legislazione Nazionale per le attività di ricerca e concessione termali....	8
1.4 Legislazione Regionale per le attività di ricerca e concessione termali....	8
2. IL PANORAMA GLOBALE DI RIFERIMENTO E LE “BEST PRACTICES”.....	9
2.1 Analisi dei processi evolutivi del settore termale.....	9
2.2 Analisi dei processi evolutivi del sistema benessere.....	14
2.3 Il Settore Termale nel resto d’Europa.....	15
2.4 Benessere termale – il caso “VICHY” (Francia).....	43
2.5 Terme e benessere: le “best practices” italiane.....	48
2.6 Il proliferare dello Pseudo-Benessere Termale.....	55
2.7 Analisi del mercato italiano turistico-termale (Domanda/ Offerta).....	58
3. L’ANALISI DI CONTESTO REGIONALE.....	106
3.1 Analisi degli aspetto storico-culturali del Termalismo Siciliano.....	106
3.2 Comuni termali siciliani.....	108
3.3 Analisi comparativa degli aspetti socio-economici del Termalismo Siciliano e Nazionale.....	129
3.4 Analisi comparativa degli assetti imprenditoriali del Termalismo Siciliano e Nazionale.....	164
4. IL DISTRETTO PRODUTTIVO DEL BENESSERE TERMALISICO.....	173
4.1 Denominazione del distretto.....	173
4.2 Localizzazione del distretto.....	173
4.3 Sede del distretto.....	173
4.4 Rappresentante del Patto Distrettuale.....	173
4.5 Soggetti aderenti al Patto Distrettuale.....	174
4.6 Realtà produttiva del Distretto del Benessere Termale.....	180
5. IL PIANO STRATEGICO PER IL SETTORE TERMALE SICILIANO.....	183
5.1 Analisi S.W.O.T.....	183
5.2 Mission.....	189
5.3 Programma d’azioni.....	197
6. IL PIANO FINANZIARIO.....	217



AALLEGATI:

Allegato 1. Firme autografe dei legali rappresentanti di Imprese e Associazioni sottoscrittrici

Allegato 2. Firme autografe dei legali rappresentanti degli Enti Pubblici sottoscrittori

Allegato 3. Schede di adesione soggetti privati (con allegata visura camerale con dicitura antimafia per le Imprese)

Allegato 4. Delibere dell'organo esecutivo di governo degli Enti Pubblici sottoscrittori

PREMESSA

La cultura delle terme ha radici profonde e si ricollega al costume romano della pratica termale intesa più come elemento della vita sociale, come un'esperienza edonistica che come mezzo curativo. Da allora le cose sono molto cambiate, soprattutto negli ultimi anni.

L'Italia è il Paese in Europa che vanta il maggior numero di stazioni termali e di luoghi idonei ad altri trattamenti naturali quali la climatoterapia, la talassoterapia e la elioterapia. Tuttavia, negli ultimi decenni del secolo scorso, in netto contrasto con un clima di generale riscoperta delle cure termali, il termalismo, nel nostro Paese, ha vissuto una stagione di scarsa considerazione sia dal punto di vista scientifico che collettivo. In quegli anni, la situazione era difficile e si stava assistendo in particolare alla perdita di credibilità che il comparto termale assumeva verso il Servizio Sanitario Nazionale (SSN). Come scrisse il *Sole 24ore* dell'epoca, la gestione dell'attività termale era completamente fuori dal mercato. L'appartenenza e la identificazione con il Servizio Sanitario Nazionale portavano ad escludere qualsiasi forma di marketing, anche perché proprio dal SSN era proibita qualsiasi forma di pubblicità; allo stesso modo la gran parte delle entrate era determinata dai contributi dello stesso SSN.

Dall'esigenza di capire appieno e monitorare il processo evolutivo e le innovazioni che stavano cambiando l'assetto dell'industria termale nel nostro Paese, ebbe origine il **Primo Rapporto sul Sistema Termale in Italia**, realizzato da Mercuri Srl, e focalizzato sugli stabilimenti termali.

“Per lungo tempo le terme sono state un comparto "protetto" e svincolato dai problemi di competitività e perciò fuori dal mercato. La grande crisi della prima metà degli anni Novanta ha determinato un nuovo atteggiamento e ha portato il comparto a entrare nel mercato con non pochi problemi di riassetto organizzativo.

Il nuovo sistema legislativo e il riordinamento del SSN che si è determinato nel corso degli anni Novanta ha prima contribuito ad accentuare la crisi e poi ha assecondato il processo già in atto con l'introduzione e la applicazione delle concezioni di marketing.”

Ne è conseguito un radicale cambiamento all'interno del sistema termale in cui, oggi, non solo viene esaltato l'aspetto curativo-sanitario, ma viene anche

abbracciata una concezione più allargata di soggiorni di salute, con al centro le cure termali. Pertanto, si sta assistendo ad una lenta ma costante ripresa del comparto con una crescita annua media che si attesta intorno al 3%, facendo rientrare a pieno titolo l'azienda termale nelle regole di mercato di domanda e offerta con cui si confronta quotidianamente.

Secondo il *Primo Rapporto sul Sistema Termale* in Italia, nel corso dell'ultimo ventennio, si è assistito ad una rapida evoluzione della concezione delle cure termali e del turismo della salute: il soggiorno della salute, oltre a essere un momento terapeutico, diventa anche un ottimo strumento di prevenzione e di valorizzazione del proprio stato di salute. In particolare, il benessere termale è stato identificato come valore aggiunto rispetto al benessere *tout court* e la validità terapeutica scientifica delle cure è confermata dai risultati positivi del progetto Naiade, la più grande ricerca epidemiologica di settore.

Alcuni dati possono, appunto, delineare un quadro più chiaro delle caratteristiche che il comparto termale ha assunto negli ultimi anni:

“Nell'immaginario collettivo l'idea delle terme è spesso collegata a una esperienza salutistica rivolta a persone anziane, di solito donne, e vissuta in aziende fortemente aiutate dal Sistema Sanitario Nazionale. L'analisi condotta prova che questi sono solo pregiudizi. Infatti i dati raccolti evidenziano che la domanda è composta prevalentemente da curandi di età inferiore ai sessant'anni (53%) e che la componente femminile è in linea con le dinamiche nazionali (57%). È opportuno, inoltre, rilevare che i 2/3 del fatturato derivano direttamente dai clienti.”

Con la crescita delle cure cosiddette collaterali (bagni, fanghi, inalazioni, irrigazioni e riabilitazioni) ci si è resi conto che negli stabilimenti termali si può andare per i motivi più diversi e il pubblico stesso è cambiato: la presenza di sempre più giovani e più famiglie ha fatto superare l'idea del termalismo collegata agli anziani e/ o a soggetti bisognosi di cure sanitarie.

In sintesi, l'industria termale sta vivendo un momento di grandi cambiamenti sul piano della qualità nell'ambito di un più ampio sistema della salute. È necessario, dunque, saper cogliere le tendenze positive di questo processo recuperando la valenza sanitaria terapeutica e preventiva delle cure termali come cure naturali con un alto valore aggiunto di grande efficacia.

1. I RIFERIMENTI NORMATIVI

1.1. I Distretti Produttivi in Italia

I Distretti Produttivi rappresentano uno dei maggiori punti di forza del sistema produttivo italiano e si configurano come sistemi produttivi locali omogenei, caratterizzati da un'elevata concentrazione di imprese industriali, prevalentemente di piccola e media dimensione e dall'elevata specializzazione produttiva.

Il Parlamento Nazionale ha inciso sulla materia dei distretti produttivi e delle reti di imprese nell'attuale legislatura in occasione dell'esame del decreto-legge 112/2008, convertito dalla legge 133/2008 (A.C. 1386), e del decreto-legge 5/2009, convertito dalla legge 33/2009 (A.C. 2187).

Il decreto-legge 112/2008 aveva modificato in più parti la disciplina sui distretti produttivi introdotta dalla legge finanziaria per il 2006 (legge 266/2005), eliminando le disposizioni relative al consolidamento fiscale ed alla tassazione unitaria per le imprese appartenenti ai distretti produttivi, sostituite da norme di mera semplificazione ai fini degli adempimenti IVA. Inoltre, aveva esteso la normativa sui distretti produttivi alle reti delle imprese¹ di livello nazionale e alle catene di fornitura.

Il decreto-legge 5/2009 ha ripristinato l'originaria formulazione della disciplina fiscale sui distretti produttivi introdotta dalla legge finanziaria per il 2006, in quanto il decreto-legge 112/2008, pur avendone esteso l'applicazione a nuovi soggetti, ne aveva ridotto fortemente la portata applicativa sotto il profilo delle agevolazioni fiscali. Tale disciplina, comunque, non ha ancora trovato applicazione in quanto non sono state emanate le norme di attuazione. Inoltre il decreto-legge 5/2009 ha disciplinato i contenuti essenziali del contratto di rete tra due o più imprese, con particolare riferimento ai diritti e agli obblighi assunti dalle imprese partecipanti e alle modalità di esecuzione del contratto stesso, prevedendo per la rete di imprese che nasce dalla conclusione di tale contratto l'applicazione delle disposizioni amministrative previste per i distretti produttivi dalla legge finanziaria per il 2006.

¹ Per reti di imprese si intendono forme di coordinamento di natura contrattuale tra imprese, soprattutto di piccola e media dimensione, che vogliono aumentare la forza sul mercato senza doversi fondere o unire sotto il controllo di un unico soggetto.

Con l'approvazione della legge 99/2009 (A.C. 1441-ter) il Parlamento ha inteso apportare altri cambiamenti alla normativa in esame. L'articolo 1 in primo luogo dispone alcune modifiche ed integrazioni alle norme sul contratto di rete contenute nel decreto-legge 5/2009, relativamente alle indicazioni da inserire nel contratto e alle disposizioni che si applicano alla rete di imprese che nasce dalla conclusione dello stesso contratto (non solamente le disposizioni amministrative ma anche quelle finanziarie e di ricerca e sviluppo previste per i distretti produttivi dalla legge finanziaria 2006). Inoltre, il medesimo articolo 1 abroga interamente la disciplina prevista per i distretti produttivi e le reti di imprese dal decreto-legge 112/2008 (le cui scelte normative, soprattutto per quanto concerne la disciplina fiscale, come anticipato sono già peraltro state superate con il decreto-legge 5/2009).

Da ultimo, sulle reti di imprese è intervenuto il decreto-legge 78/2010, convertito dalla legge 122/2010 (A.C. 3638), che all'articolo 42 dispone il riconoscimento, a favore delle imprese appartenenti ad una rete di imprese (nascente dal contratto di rete), di vantaggi fiscali, amministrativi e finanziari, compresa la possibilità di stipulare convenzioni con l'ABI alle condizioni stabilite con regolamento ministeriale.

In attuazione del citato articolo 42, il Governo ha emanato il decreto del Ministero dell'economia e delle finanze 25 febbraio 2011 di individuazione dei requisiti degli organismi espressione dell'associazionismo imprenditoriale che sostengono il programma comune di rete, ai sensi del comma 2-quater dell'articolo 42 del decreto-legge 31 maggio 2010, n. 78 (pubblicato nella Gazz. Uff. 31 marzo 2011, n. 74).

Nel corso dell'esame parlamentare sono state introdotte disposizioni che hanno ridisciplinato il contratto di rete di cui ai commi 4-ter e 4-quater dell'art. 3 del decreto-legge 5/2009, a tal fine novellati. Inoltre, è stata introdotta una agevolazione fiscale per le imprese che sottoscrivono o aderiscono a un contratto di rete. In particolare per tali imprese viene previsto un regime di sospensione d'imposta relativamente alla quota degli utili dell'esercizio accantonati ad apposita riserva e destinati alla realizzazione di investimenti previsti dal programma comune di rete.

Il testo unificato delle proposte di legge A.C. 98 ed abbinate, approvato dalla Camera, pone tra i principi generali che concorrono a definire lo statuto giuridico delle imprese, la promozione dell'aggregazione tra imprese anche attraverso il sostegno ai distretti e alle reti di imprese. Inoltre dispone che, al fine di sviluppare la competitività e la produttività delle micro, piccole e medie imprese e delle reti di imprese, lo Stato favorisce la ricerca e l'innovazione, l'internazionalizzazione, la

capitalizzazione e la promozione del made in Italy, tra l'altro garantendo ai predetti soggetti imprenditoriali una riserva minima del 60% degli incentivi alle imprese e condizioni trasparenti e non vessatorie di accesso al credito.

1.2. I Distretti Produttivi in Sicilia

Nel periodo compreso tra ottobre 2002 e aprile 2003, è stata condotta un'indagine² al fine d'identificare le potenzialità d'internazionalizzazione della Sicilia. Il lavoro è stato diviso in due fasi:

mappatura dei progetti e delle iniziative relative all'internazionalizzazione, realizzata tramite analisi desk, analisi sul campo e interviste;

analisi delle potenzialità di internazionalizzazione dei sistemi locali.

Nell'indagine si è, dunque, cercato di incrociare le potenzialità del territorio (in termini di sistemi produttivi esistenti), i mezzi di programmazione negoziata (quali i PIT che permettono di reperire le risorse necessarie) e le misure finalizzate all'internazionalizzazione, con l'intento di verificarne la coerenza interna.

Ai tempi dell'indagine non esisteva ancora una Legge Regionale sui distretti produttivi, per cui è stato utilizzato il termine cluster (anziché distretto), per definire "l'unità logica di intervento delle politiche pubbliche finalizzate alla crescita e alla internazionalizzazione". A cambiare, però, non è solo il nome, quello che cambia è anche l'approccio: piuttosto che dirigere lo sguardo sull'esistente, si è dato rilievo alle potenzialità, così da identificare quelle realtà in movimento su cui puntare per l'apertura della Sicilia ai mercati esteri, "ovvero – come recita il Rapporto – per un percorso di sviluppo endogeno sostenibile".

L'analisi dei sistemi locali e la definizione dei clusters sono state condotte attraverso un approccio metodologico che non ha seguito i criteri restrittivi forniti dall'Istat (secondo i quali, peraltro, non sono identificabili distretti produttivi in Sicilia), né i soli dati dimensionali delle imprese; quello di cui si è tenuto conto sono i dati relativi agli investimenti all'estero e i tassi di redditività degli investimenti su base territoriale.

Analisi sul campo, interviste e focus group, hanno permesso di individuare tre grandi macro-ripartizioni con le più elevate potenzialità d'internazionalizzazione:

agroalimentare nella Sicilia Occidentale;

² Tratto da: UTI (Unità Tecnica per l'Internazionalizzazione), *Attività per l'identificazione delle potenzialità economico-culturali delle Regioni Obiettivo 1 e delle azioni prioritarie per la loro realizzazione. Rapporto Sicilia*, luglio 2003.

tessile nella Sicilia Centrale;

nuove tecnologie nella Sicilia Orientale.

La Tabella 1 riassume molto chiaramente questa macro-ripartizione evidenziandone anche criticità e opportunità.

	TEMA	CRITICITÀ	OPPORTUNITÀ	REDDITIVITÀ	FINANZA
Scilia Occidentale	Il successo della tradizione: l'agro-alimentare	La commercializzazione e il management	Creare un'agenzia regionale di servizio e formazione	Alta	Fondi di Garanzia
Scilia Centrale	L'abbigliamento: dal pronto moda al brand	La concorrenza dell'est	Fare del pronto moda un brand (zara); gruppi di PMI	Bassa	Venture Capital
Scilia Orientale	Il Prometeo incatenato: dal petrolio alle nuove tecnologie	La sub fornitura	Gruppi di PMI; incubatori; sviluppo autonomo sui mercati	Alta	Fondi Chiusi e Venture Capital

Tabella 1. Macro-ripartizioni economia siciliana³

L'indagine condotta evidenzia che l'analisi della redditività del territorio e delle connessioni tra finanza, investimenti diretti all'estero e fasi di sviluppo dei clusters sono fattori necessari nel processo d'internazionalizzazione.

Analizzando i tre clusters in termini redditività e capacità d'attrazione degli investimenti, risulta che quello delle nuove tecnologie ha già raggiunto ottimi risultati, quello agroalimentare si muove nella stessa direzione, il cluster del tessile, invece, ha ancora da lavorare, sembra richiedere una qualche azione forte che possa dargli una svolta consistente.

Giò significa che le potenzialità di alcuni clusters produttivi sono elevate, ma richiedono un qualificato intervento d'indirizzo;

³ Tratto da: UTI (Unità Tecnica per l'Internazionalizzazione), *Attività per l'identificazione delle potenzialità economico-culturali delle Regioni Obiettivo 1 e delle azioni prioritarie per la loro realizzazione. Rapporto Scilia*, luglio 2003.

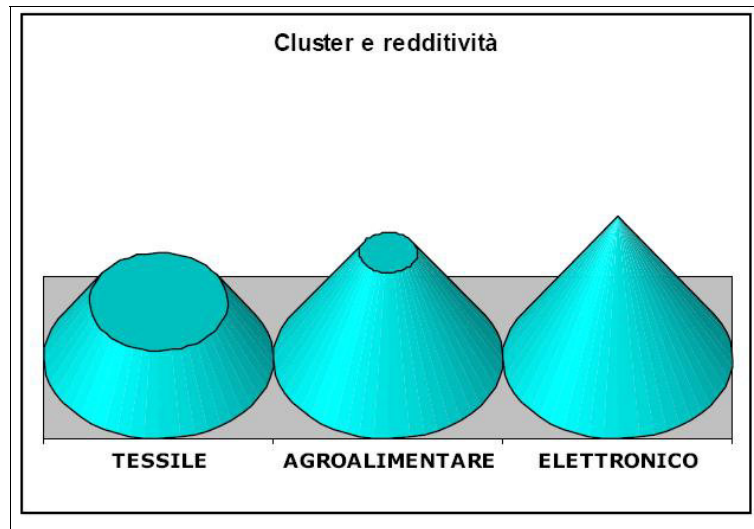


Figura 1. Redditività dei principali clusters identificati⁴

Questa indagine ha fornito una seria mappatura delle potenzialità d'internazionalizzazione della Sicilia, costituendo un utilissimo strumento in fase di definizione della Legge Regionale n. 17/ 2004, art. 56.

L'art. 56 della Legge Regionale n. 17/ 2004, istituisce i distretti produttivi in Sicilia, affidando ad un Decreto dell'Assessorato alla Cooperazione, Commercio, Artigianato e Pesca il compito di stabilire i criteri di individuazione e le procedure di riconoscimento dei distretti produttivi. Questa legge si inserisce in una realtà economica di non facile gestione, vista la tendenza "individualistica" delle imprese siciliane; infatti, come sottolineato dal *PRINT* Sicilia, l'organizzazione in gruppo delle imprese, per quanto allineata ai valori del Mezzogiorno, è nettamente inferiore alla media nazionale.

Ciò nonostante, pare che la predetta legge e il relativo decreto di attuazione (D.A. n. 152 dell'1 dicembre 2005 – Criteri di individuazione e procedure di riconoscimento dei distretti produttivi) siano stati accolti positivamente: entro il termine del 20 aprile 2006, sono state presentate ben 58 istanze di riconoscimento, per un totale di 7.409 imprese coinvolte. Il presente decreto

Con la pubblicazione del decreto n.152 dell'1 dicembre 2005 (modificato dal D.A. 6 febbraio 2008 – GURS n. 11 del 7 marzo 2008) la Regione Sicilia, sebbene in ritardo,

⁴ Tratto da : UTI (Unità Tecnica per l'Internazionalizzazione), *Attività per l'identificazione delle potenzialità economico-culturali delle Regioni Obiettivo 1 e delle azioni prioritarie per la loro realizzazione. Rapporto Sicilia*, luglio 2003.

ha ridisegnato il futuro economico del proprio territorio promuovendo con forza la politica dei distretti produttivi.

1.3. **Legislazione nazionale per le attività di ricerca e concessione termali**

Le attività di ricerca e concessione termali in Italia sono normate dal Decreto Regio n. 1443 del 29 luglio 1927 *“Norme di carattere legislativo per disciplinare la ricerca e la coltivazione delle miniere (nel Regno). Il presente decreto è aggiornato e coordinato al d.lgs. 4 agosto 1999, n.213”* integrato dal D.L. n. 624 del 25 novembre 1996 che introdotto misure per la tutela e la sicurezza e della salute dei lavoratori durante il lavoro nelle attività estrattive.

1.4. **Legislazione regionale per le attività di ricerca e concessione termali**

In Sicilia, in materia di termalismo, sono state promulgate le seguenti leggi:

- Legge Regionale 1 ottobre 1956, n. 54 (in G.U.R.S. 18 ottobre 1956, n. 67) *“Disciplina della ricerca e coltivazione delle sostanze minerali nella Regione”* Testo coordinato (annotato alla legge regionale 8/ 91)
- Legge Regionale Sicilia 08 Agosto 1960 n.35 *“Istituzione del Corpo regionale delle miniere”*
- Legge regionale 27 aprile 1999, n. 10 *“Misure di finanza regionale e norme in materia di programmazione, contabilità e controllo. Disposizioni varie aventi riflessi di natura finanziaria”.*

2. **IL PANORAMA GLOBALE DI RIFERIMENTO E LE “BEST PRACTICES”**

2.1 **Analisi dei processi evolutivi del settore termale**

Per comprendere i processi che hanno determinato lo sviluppo del settore termale in Italia, bisogna necessariamente fare riferimento a come si è evoluta la

concezione del termalismo nazionale dal 1890 ad oggi. Le attività termali possono essere sommariamente distinte in cinque generazioni:

La prima, il “**Termalismo Ludico**”, che va dal 1890 al 1930, periodo nel quale alle terme non viene attribuita solo una funzione terapeutica, ma anche una funzione di preservazione della salute e di relax; questa prima generazione di attività termale si fonda sulla concezione di *trattamento*, su un’ipotesi allargata di soggiorno e su un approccio aristocratico ed elitario.

Nei primi anni del secolo infatti il “*passare le acque alle terme*”, durante il periodo estivo, aveva la stessa valenza che qualche decennio dopo avrebbe assunto la frequentazione delle maggiori località balneari.

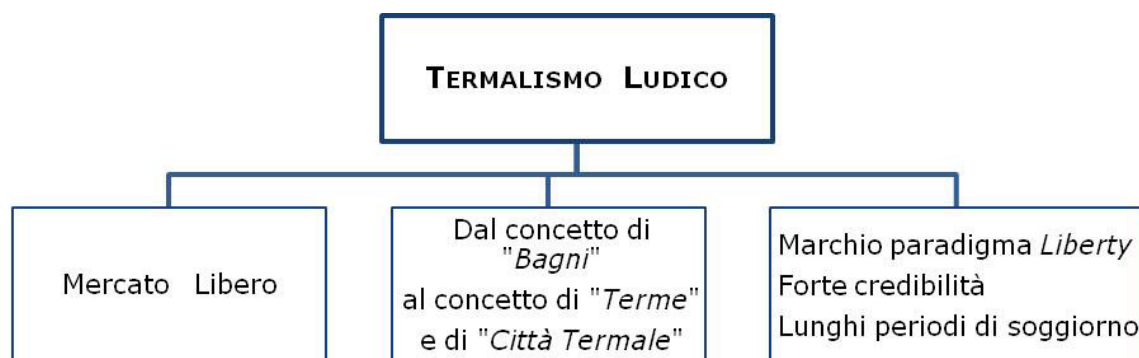


Grafico 1 – Elaborazione dati: “Rapporto Federterme 2011” –

La seconda generazione termale, il cosiddetto “**Termalismo Sociale**”, ricade negli anni del secondo dopoguerra sino alla metà degli anni settanta: la componente salutare assume una rilevanza sempre maggiore, e il “*passare le acque*” diventa “*l’effettuare cure termali*”. Le terme, favorite da politiche sanitarie ad hoc, consentono ferie aggiuntive per effettuare cure che vengono pagate dalle mutue, cioè dal Servizio Sanitario Nazionale. In questo periodo le cure assistite sorpassano nettamente quelle private.

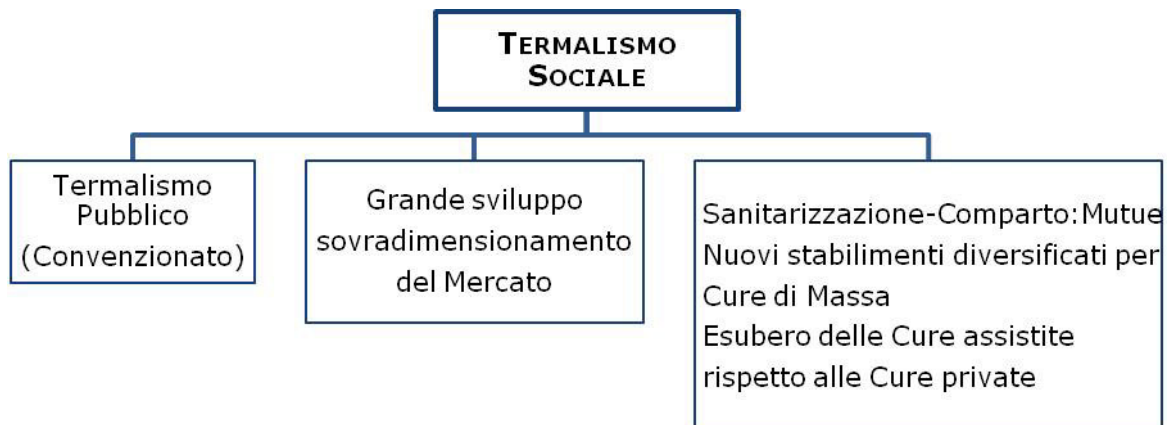


Grafico 2 – Elaborazione dati: “Rapporto Federterme 2011” –

Nella terza generazione delle attività termali si parla di “**Termalismo Assistito**” (dalla seconda metà anni settanta agli anni ottanta), il termalismo sociale si evolve verso una concezione più passiva, con un arroccamento del comparto sulla concezione di “sanitarizzazione” e di rifiuto del benessere.

Si distingue una netta prevalenza di cure di massa e il facile accesso alle prestazioni sanitarie (le cure sono quasi esclusivamente pagate dal SSN, ragione per la quale il *termalismo assistito* viene concepito prevalentemente fuori dal mercato): Tale evento determina una perdita di credibilità che provoca, negli anni a seguire, l’introduzione di limiti (abolizione della concessione di ferie aggiuntive, misure più restrittive per l’effettuazione delle cure, introduzione del ticket) da parte del Sistema Sanitario Nazionale.

L’insieme di questi condizionamenti determina la prima grande crisi del comparto; provocando una modifica della concezione di termalismo, che implica il passaggio dalla cura alla prevenzione, spostando l’attenzione dalla malattia alla salute ed al voler star bene, dalla patologia e dalle relative terapie ad un insieme di servizi funzionali mirati a creare condizioni favorevoli ed a sviluppare le potenzialità dell’individuo anche in rapporto all’ambiente nel quale opera.



Grafico 3 – Elaborazione dati: “Rapporto Federterme 2011” –

È in questa fase di crisi che nasce la quarta generazione di attività termale che si fonda sulla integrazione fra “**Termalismo e Benessere**”.



Grafico 4 – Elaborazione dati: “Rapporto Federterme 2011”

In tale ottica muta anche la funzione delle prestazioni termali: da una visione di tipo scientifico che considera la cura come terapia, si passa ad una **visione olistica**, che si pone come nuova meta-obiettivo; la *mission* è il raggiungimento di un benessere globale psico-fisico e, anche spirituale; quale interazione fra corpo ed anima.

Si può parlare, quindi, di quinta generazione dell'attività termale largamente connessa alla promozione del benessere psico-fisico "termale".

Il "**Benessere Termale**", non cura soltanto una tipologia di malattia ma, senza perdere nulla della sua scientificità terapeutico-preventiva, si prende cura della salute dell'uomo in senso generale e completo.



Grafico 5 – Elaborazione dati: "Rapporto Federterme 2011"

Da non sottovalutare, inoltre il concetto di "Termalismo terapeutico" che ha un ruolo strategico ed una propria forza autonoma che appare come la linfa vitale in grado di qualificare anche il benessere, poiché molti trattamenti possibili nel campo del *wellness* possono caratterizzarsi per l'uso di prodotti termali.

Ai giorni nostri la medicina termale è una scienza che utilizza, al pari di ogni altra disciplina medica, presidi diagnostici e terapeutici resi disponibili dal progresso tecnologico e dalle conoscenze e che promuove e sviluppa la ricerca scientifica. Questo rigoroso approccio è dettato dalla volontà e dalla necessità di sfruttare appieno le proprietà terapeutiche del patrimonio idromineraie.

La ricerca, una volta delegata alla buona volontà dei termalisti, oggi viene condotta e coordinata dalle Università, alle quali spetta inoltre il compito di completare la formazione del medico con l'indispensabile apporto della scienza idrologica.

Attualmente, la ricerca in campo idrotermale muove dalla stretta collaborazione tra le Cattedre di Idrologia, Farmacologia, Biochimica e Fisiologia e di tutte le numerose branche della medicina nelle quali l'intervento termale assume una valenza preventiva, terapeutica e riabilitativa (reumatologia, ortopedia e traumatologia, otorinolaringoiatria e pneumologia, ginecologia, dermatologia, pediatria e geriatria, gastroenterologia, urologia, etc.). Da tali rapporti di collaborazione scaturisce l'approfondimento dei meccanismi d'azione delle terapie termali e delle loro possibilità di impiego in modo costantemente rivisitato ed aggiornato, al passo con l'evoluzione conoscitiva tecnico-scientifica. Alle Università è anche demandata la divulgazione degli studi compiuti con l'ausilio di parametri oggettivi e quantificabili e per questo confrontabili e verificabili secondo la prassi ed il linguaggio comune della scienza.

Le stazioni termali collaborano con le Università nel lavoro di ricerca e vengono costantemente aggiornate sulle nuove acquisizioni, metodiche e protocolli diagnostici e terapeutici; ciò promuove anche l'innovazione scientificamente guidata per l'adeguamento delle strutture, delle infrastrutture e delle soluzioni tecnologiche da adottare e le moderne stazioni termali si vanno sempre più configurando come presidi diagnostico-terapeutici ad alta efficacia nell'ambito del Servizio Sanitario Nazionale.

A tal proposito, va sottolineato come il *Progetto Naiade*, basato su un'indagine epistemologica di largo spettro, promossa dal Ministero della Salute, avviato nel 1996 e terminata a fine decennio, sia riuscito a dimostrare scientificamente l'efficacia terapeutica delle cure termali, sistematicamente, messa in discussione dall'esuberante potere esercitato sul *mercato della salute* dalle case farmaceutiche.

In termini di divulgazione medico-scientifica, dalla strenua contrapposizione tra le terapie termali e farmacologiche (rispettivamente sostenute dai relativamente pochi medici termalisti) e le potentissime *lobbies* economiche (multinazionali farmaceutiche), scaturiscono le enormi difficoltà di affermazione dell'efficacia terapeutica e preventiva della Medicina Termale; con la conseguenza di bloccare inevitabilmente le possibilità di sopravvivenza di un'imprenditoria termale disorganizzata che, non riuscendo a fare sistema, non è capace di elevare il livello di innovazione tecnico-scientifica, necessario alla propria permanenza sul mercato.

2.2 Analisi dei processi evolutivi del Sistema Benessere

Oggi l'evoluzione dei costumi e degli stili di vita, che caratterizzano le società *consumisticamente* evolute, pone l'attenzione su di una spasmodica ricerca del benessere psico-fisico.

Se i consumi sono lo specchio dei nostri tempi, la ricerca del benessere psichico e della perfetta forma fisica da parte di un numero sempre crescente di persone sono espressione di una nuova visione della salute intesa, infatti, non più come prevenzione o cura delle malattie, ma come attenzione allo stato di benessere, come sviluppo delle potenzialità della singola persona e come raggiungimento della serenità interiore, da cui il termine "*olismo*". Per alcuni l'olismo è una semplice etichetta utilizzata per facilitare la comunicazione, per altri una filosofia rilanciata in ambito *new age*, per altri ancora un nuovo modo di intendere l'uomo e il mondo; la verità sta nel fatto che se esiste un termine inflazionato, ai nostri giorni, quello è sicuramente "olismo" con la variante dell'aggettivo "olistico". Del resto non ci si deve stupire se i concetti applicati a questo termine sono molteplici, basta rammentare la radice del nome (dal greco "*olos*", vale a dire: tutto) per spiegare come, con olismo, si faccia riferimento ad un numero considerevole di cose: un modo di pensare, una filosofia di vita, un metodo di cura naturale, un modo per prendersi cura di se stessi, un atteggiamento nei confronti del mondo esterno e chi più ne ha più ne metta. Insomma, l'olismo rimanda ad una visione della realtà dove ogni piccolissima parte contiene in sé tutti gli elementi dell'intero di cui partecipa, come in ogni singola cellula del corpo umano vi si trova, con il Dna, l'informazione globale sull'intero patrimonio genetico dell'individuo. Una visione diametralmente opposta, quindi, a quella meccanicistica con cui siamo abituati a fare i conti, dove invece ogni singolo elemento si pone in contrapposizione con gli altri. Ecco quindi che nella visione olistica l'uomo non è la somma di tante parti ma un'unità bio-psico-spirituale che, a sua volta, contiene la totalità dell'ambiente in cui è inserito. Estremizzando, l'olismo ci insegna che noi siamo tutto ciò che esiste e tutto ciò che esiste è in noi: vale a dire dentro di noi vi è l'intero universo. In altre parole l'olismo sembra incarnare, molto semplicisticamente, principi che si pongono alla base di filosofie religiose prettamente orientali di matrice "*Buddhista*".

Da queste premesse è facile capire come il concetto dell'olismo si sposi alla perfezione con tutto quanto ha a che vedere con il benessere e la cura di sé; infatti, proprio nella medicina alternativa, ma anche nei massaggi e nelle manipolazioni più diverse, le tecniche olistiche trovano la loro principale applicazione. Si tratta di tecniche, come è facile intuire, basate sull'integrazione di varie metodologie, in modo da prendere in considerazione l'essere umano nella sua interezza: mente, corpo e anima, con l'obiettivo finale di far ritrovare l'equilibrio perduto.

Ecco, così, l'importanza che rivestono le luci, i suoni, gli odori e perfino i sapori, in modo da coinvolgere tutti i sensi in quella che è destinata a diventare un'esperienza totalizzante che arrivi a sublimare il corpo nello spirito e viceversa.

I percorsi olistici, sempre più in voga e richiesti, si propongono così come un cammino verso la riappropriazione di quell'unità perduta per le cause più diverse: dalla malattia allo stress, dalla stanchezza ai problemi con cui dobbiamo quotidianamente confrontarci. Attraverso un vero e proprio "bombardamento" di emozioni, a livello di tutti e cinque i sensi, il corpo e la mente saranno chiamati ad una danza armonica, i cui benefici effetti finiranno per riversarsi sulla vita quotidiana di noi tutti.

Un numero sempre crescente di persone, in modi diversi, ambisce a fare del proprio corpo un punto in armonia con l'ambiente circostante; le cure estetiche, le palestre; le innumerevoli tecniche di *fitness* oggi praticate, unite alle innumerevoli pratiche e terapie non riconosciute dalla Scienza Medico-Cattedratica sono divenuti i mezzi per raggiungere questa dimensione "olistica" dell'esistenza, cioè lo stretto legame tra corpo e anima alla ricerca del benessere. Sembrerà forse paradossale, ma questa spiritualità *sui generis* sta generando in Italia una vasta area di *business*, in fase di ulteriore espansione ed in grado di dare luogo ad elevati livelli di fatturato.

Questa nuova filosofia del "viver bene" si sta allargando a qualsiasi strato della popolazione e si alimenta con una ricerca crescente del benessere psico-fisico: se è vero che sempre più persone praticano attività sportive, si allenano regolarmente in palestra e scelgono sempre più numerose le cosiddette "vacanze salute" presso i centri benessere, tra tutti si vanno sempre più affermando, nel gradimento di tale categoria di turisti, i centri benessere inseriti nelle aziende termali.

L'Italia è il paese più ricco di stabilimenti termali di tutta Europa; occorre tuttavia rilevare che questo ingente patrimonio non è sufficientemente valorizzato.

2.3 Il Settore Termale nel resto d'Europa

Anche se le terme italiane presentano proprie peculiarità, analizzando il contesto europeo, risulta che anche altri paesi hanno subito la crisi del comparto ed è interessante valutare le analogie e le diverse strategie con cui questa crisi è stata fronteggiata e, talvolta, superata.

Un'analisi comparativa può risultare molto utile al fine di valutare i prodotti, la qualità del servizio, le potenzialità, in funzione di quanto succede nel resto d'Europa.

Per fornire un quadro chiaro ed esaustivo di quanto accade in alcune località termali europee si è fatto riferimento all'analisi condotta nell'ambito del Rapporto 2004 Federterme sul settore termale. Questo studio, seppur relativo ad un arco temporale che non tiene in considerazione l'ultimo biennio, offre interessanti spunti di riflessione che, tuttavia, vanno rivisti alla luce di nuove considerazioni. In particolare, l'analisi si sofferma su alcuni paesi del Centro e dell'Est Europa, considerati possibili "*competitors*" dell'industria termale italiana.

L'Italia è da sempre un paese a forte vocazione termale, per la ricchezza qualitativa delle acque di cui dispone. Tuttavia, nello scenario internazionale, è concreto il rischio di subire la concorrenza di mete turistiche di minore tradizione e caratterizzate da un'offerta di risorse naturali e paesaggistiche spesso non comparabili con quelle italiane ma che hanno, soprattutto in questi ultimi due anni, saputo rispondere alle richieste del nuovo cliente termale, diversificando il tipo di offerta e i destinatari.

Nel prosieguo viene svolta una disamina delle principali località termali europee.

Austria

In Austria vi è una forte attenzione per il settore del benessere, una politica volta all'integrazione con altre tipologie di turismo; le strategie promo-pubblicitarie attuate nel settore tengono in considerazione, inoltre, tanto i "*curisti*" che i "*curandi*". Un peso notevole riscuotono le aspettative ed i bisogni del *target* famiglia.

La tabella seguente illustra le peculiarità, in termini di cure, prodotti, immagine e *target*, di alcune delle maggiori località termali in Austria.

Tabella 2. Immagine delle Terme in Austria

Località	Cure	Abbinamento prodotto	Target	Immagine-marchio
Bad Kleinkirchheim	Piscine, cure idropiniche	Sport invernali, benessere, trekking estivo, vacanze attive per i bambini	Famiglie, età dai 30 ai 50 anni. Buone offerte per i bambini	Buono il posizionamento di marchio e di prodotto.
Bad Gleichenberg	Piscine	Enogastronomia, benessere	Età dai 50 anni in poi	Identità ben definita, messaggio pubblicitario incalzante.
Bad Radkersburg	Piscine	Turismo rurale, cultura e artigianato locale, benessere	Famiglie	Il prodotto non corrisponde al posizionamento del marchio.
Bad Waltersdorf	Piscine	Sport, ecologia, benessere	Famiglie tra i 30 e i 50 anni	Il prodotto non corrisponde al posizionamento del marchio.
Bad Blumau	Piscine	Cosmesi, benessere	Oltre i 50 anni	Buono il posizionamento del marchio e la rispondenza al prodotto.
Villach	Piscine, riabilitazione	Non attuano una politica di abbinamento al prodotto termale	Oltre i 50 anni	Immagine essenzialmente terapeutica
Terme della Stiria		Ecologia, benessere	Target non definiti, l'approccio al mercato è indifferenziato	Il marchio si posiziona nel segmento benessere
Bad Geingberg		Riabilitazione, fanghi	Oltre i 50 anni	Il marchio si posiziona nel segmento terapeutico.

Fonte: Rapporto sul sistema termale in Italia 2004. Federterme

Interessante appare l'abbinamento prodotto con il settore enogastronomico, gli sport invernali, gli itinerari naturalistici ed il benessere.

Riguardo al *target* occorre fare delle precisazioni; l'offerta, infatti, negli ultimi tre anni, non presi in considerazione dall'analisi condotta da Federterme, si è modificata con proposte variegata che vanno anche oltre la considerazione degli *over 50* e delle famiglie. A queste si associano proposte per un target di utenti di età inferiore, anche per *single*, con programmi benessere variegati in attrezzati centri SPA di cui la maggior parte delle strutture termali sono oggi fornite.

L'Austria termale si divide in sette zone principali: Alta Austria, Bassa Austria, Carinzia, Salisburghese, Stiria, Tirolo, Burgenland.

Alta Austria

BadIschl, centro termale dell'Alta Austria, si trova a 50 chilometri da Salisburgo ed è immersa in un paesaggio di laghi e montagne; da alcuni anni, accanto alle cure tradizionali, anche i trattamenti di bellezza e antistress hanno conquistato fama

internazionale. La località mette a disposizione maneggi sportivi, campi da tennis al coperto, campi da golf, piscina termale riscaldata all'interno del parco, elio-balneo-terapia con sauna. Da oltre 175 anni BadIschl è un centro termale a livello internazionale: le sue acque curano patologie delle vie respiratorie, dell'apparato motorio e del sistema cardio-circolatorio.

Bassa Austria

Le acque termali di Baden bei wien, provenienti da sorgenti sulfuree, erano già note ai romani sotto il nome di *Aquae*; questa stazione climatica e termale, situata a 26 chilometri a sud di Vienna, fino al 1834 fu la residenza della corte degli Asburgo. La nota caratteristica delle Terme di Baden sono le acque sulfuree, i cui effetti curativi trovano soprattutto impiego nelle terapie antalgiche dell'apparato scheletrico e motorio; questo balsamo di antica tradizione viene applicato nella forma di bagni d'acqua sulfurea e di fanghi. I trattamenti curativi esistenti sono: bagni sulfurei, impacchi, massaggi, terapia subacquea e diverse forme di ginnastica che contribuiscono al riposo, alla distensione e rigenerazione dell'ospite.

Carinzia

La regione della Carinzia è nota per la grande varietà naturale con le sue meravigliose montagne, i suoi laghi adatti al bagno e le incantevoli cittadine, tutto accompagnato da un clima mite e salubre. Esistono tre terme principali in Carinzia:

- *Bad Kleinkirchheim*
- *Althofen*
- *Terme di Bleiber*

Salisburghese

Bad Gastein è considerato in Europa tra le stazioni termali più antiche; l'acqua termale affiora da 17 sorgenti ad una temperatura compresa tra i 15° e i 51°C e milione di litri di acqua al giorno alimentano lo Stabilimento Termale al centro del paese e i diversi centri termali pubblici, oltre che le terme di 108 alberghi del territorio circostante. Le acque termali sono adatte per curare l'artrosi, le malattie reumatiche e favoriscono il ricambio cellulare. Nelle grotte dell'ex miniera d'oro, fermandosi a vari livelli, l'alta temperatura (da 38°C a 41,5°C) e l'umidità (70-90%) attivano le proprietà dell'aria carica di radon (4,5 nCi): questi sono gli elementi base dell'antro-terapia. Alle Terme nella roccia di Bad Gastein si accostano le nuove terme di Bad Hofgastein (AlpenTherme Gastein) aperte nel 2003; considerate una delle più moderne strutture alpine per la salute e il tempo libero d'Europa, si sviluppa su un'area di 32.000 metri quadrati e offre sei ambienti termali e *wellness*:

- Relax-World: le terme del relax di classe extra
- Family-World: le terme del divertimento per grandi e piccini
- Sauna-World: il paese più caldo delle Alpi
- Ladies-World: il *saunarium*, dove la distensione è ancora una cosa da donne
- Sports-World: il paradiso per i campioni dello sport e per chi vuole diventarlo
- Gusto-World: i ristoranti delle terme che vi viziano con squisiti piaceri del palato

A fianco del Ladies World si trova la Beauty Residenz per lui e per lei che offre programmi per il relax.

Vigaun - Bad St. Barbara si trova a meno di 20 km a sud di Salisburgo, la città di Mozart. L'acqua termale sgorga dalle viscere della terra ad una temperatura di 34°C., rimedio ai malanni, fonte di eterna giovinezza e divertimento nel tempo libero, tutto in uno; sono presenti, inoltre, sauna finlandese, bagno turco, solarium e bio-sauna.

Stiria

La regione delle Terme della Stiria è a sud-est dal capoluogo Graz (distanza di ca. 60 km). Gli stabilimenti termali sono centri di salute e benessere della Stiria e sono:

- *Bad Aussee,*
- *Bad Gleichenberg,*
- *Bad Loipersdorf,*
- *Bad Radkersburg,*
- *Bad Waltersdorf.*

Tirolo

Bad Häring si trova a circa 700 metri di altitudine, ma è situato nel centro del comprensorio sciistico di Brixental dove alla pratica dello sci è possibile coniugare la ricerca del benessere personale attraverso la fruizione delle numerose saune finlandesi e bagni turchi dello stabilimento termale. A Bad Häring si applicano cure di medicina tradizionale, ma vengono offerte anche quelle di medicina alternativa.

Burgenland

Le terme di *Bad Tatzmannsdorf* sono utilizzate già da almeno tre secoli, tra Vienna e Graz, nel Burgenland meridionale, sorgono gli Steigenberger Hotels Bad Tatzmannsdorf. L'acqua termale, fortemente mineralizzata, che sgorga da una profondità di 896 metri con una temperatura di 42 gradi centigradi, è indicata per le patologie legate al sistema motorio, soprattutto della spina dorsale, al cuore e alla circolazione.

Svizzera

Il caso di successo: Bagni termali a Vals

Le terme di Vals sorgono in un villaggio isolato nei Grigioni, alla fine di una conca valliva a 1200 metri sul livello del mare. Risorsa importante di questo piccolo villaggio è l'acqua termale che sgorga dalla montagna a 26 gradi centigradi e contiene calcio, solfato, idrogeno, carbonato e ferro. Nel 1983 il Comune di Vals comprò le terme con gli hotel e la società Hotel und Thermalbad. Oggi Vals AG (Hoteba) è proprietà del Comune al 100%. Nel 1986, l'architetto Peter Zumthor di Haldenstein fu incaricato di costruire una nuova stazione termale che si inaugurò nel 1996; dopo solo due anni le terme diventano monumento nazionale. Le immagini delle Terme di Vals fecero il giro del mondo: *“Una lezione di coraggio ed estetica, una stazione termale e terapeutica straordinariamente arcaica, ricca di sensibilità silenziosa”*. *“Terme come il mondo non ha visto mai”*.

Le terme sono una costruzione rettangolare dalle pareti stratificate in lastre di pietra, la quarzite di Vals, estratta a due chilometri di distanza dalle terme, vennero utilizzate 60.000 lastre di pietra; tale realizzazione rappresenta, pertanto, un caso emblematico di come l'ammodernamento delle strutture termali, coniugato al genio architettonico ed ad una offerta innovativa di percorsi benessere, possa determinare la notorietà di un piccolo centro montano, divenendo il riferimento per l'intero paese. La nuova costruzione si presenta come un grande volume in pietra, coperto di erba, incastrato nella montagna con cui forma un tutt'uno; un soggetto solitario che si oppone all'integrazione con le strutture esistenti, per lasciare emergere ciò che, in relazione al tema, appariva più importante: esprimere un intenso rapporto con la sua imponente topografia. Nello sviluppare questa idea, l'edificio trasmette l'impressione di essere più vecchio della costruzione che gli sta accanto, una presenza senza tempo nel paesaggio; Peter Zumthor dice che le Terme di Vals *“...non sono un'esibizione di giochi acquatici alla moda; esprimono (...) la silenziosa, primaria esperienza del bagnarsi, rilassarsi nell'acqua, del contatto del corpo con la pietra e con l'acqua a diverse temperature in differenti situazioni..”* (Peter Zumthor, 1997)

Per quanto riguarda l'acqua è a temperature diverse, non sgorga direttamente dalla montagna, ma attraverso complessi meccanismi e impianti, che filtrano e trattano l'acqua contenuta in un grande serbatoio prima di immetterla nei bagni. Dal punto di vista architettonico la stratificazione uniforme della pietra dà l'impressione di una costruzione monolitica: zone di circolazione, pavimentazione delle piscine, soffitti, scale, sedili, aperture, tutto è dominato dal principio della stratificazione.

Slovenia

La Slovenia è un paese ricco di sorgenti di acque salubri con la presenza nel suo territorio di ben 87 fonti; dagli effetti benefici dell'acqua sorgiva, scoperti in origine prima dalle popolazioni locali, sono nate conoscenze nuove e intorno alle sorgenti negli ultimi decenni sono sorti nuovi stabilimenti termali. Le strutture termali slovene rappresentano una forte attrattiva per il turismo, che punta sui centri termali non esclusivamente come centri di cura, ma come luoghi di benessere, relax e divertimento; ne consegue che accanto alle strutture mediche sorgono moderni centri *wellness*, con un'offerta spesso integrata con altre risorse del territorio (tempo libero, eventi sociali, ecc...). Negli ultimi anni, inoltre, si è prestata particolare attenzione alle nuove tendenze introdotte nel turismo europeo dalla filosofia del benessere combinando la medicina termale occidentale con quella tradizionale orientale. Il cambiamento dell'immagine di detti stabilimenti negli ultimi anni ha fatto da promotore alle ricerche di risorse naturali in Slovenia, contribuendo alla crescita di nuovi centri turistico-balneari.

In Slovenia sono presenti 25 centri termali di cui 18 hanno acquisito lo *status* di centro verificato dallo Stato; i 15 centri termali turistici e di cura naturale più conosciuti sul mercato sloveno sono riuniti sotto il marchio comune "Slovenska Zdravilišča" - "Le terme della Slovenia" –

Le principali stazioni termali ricomprese nel gruppo *Slovenska Zdravilišča*, sono:

- Terme Catež
- Terme Dobrna
- Centro benessere Dolenjske Toplice
- Centro di cura naturale Zdravilišče Strunjan
- Centro benessere Šmarješke Toplice
- Terme Lasko
- Terme Lendava

- Terme 3000 Moravske Toplice
- Terme Olimia Podcetrtek
- Terme & Wellness Palace Portorož
- Terme Ptuj
- Terme Radenci
- Terme di Rogaska
- Terme di Topolsika
- Centro termale climatico Zrece-Rogla

Le terme appartenenti al gruppo *Slovenska Zdravilišča* posseggono tutti i requisiti richiesti e verificati dallo Stato per essere chiamate a tutti gli effetti “centri termali e di cure naturali”; l’appartenenza alla rete sanitaria pubblica della Slovenia assicura un’alta qualificazione professionale del personale ed un alto livello di prestazioni non solo sanitarie.

Il prospetto seguente riporta alcune delle caratteristiche del comparto termale sloveno, secondo un’analisi condotta negli anni 2003-2004 e riportata nel Rapporto Federterme.

Tabella 3. Caratteristiche comparto termale sloveno

Cure	Abbinamento prodotto	Target	Immagine-marchio
Piscine, cure idroponiche, riabilitazione. Scarsa differenziazione delle acque.	Scarso abbinamento con altri turismi a livello di marketing del territorio. si rileva l’iniziativa di qualche azienda alberghiera che cerca collegamenti con il turismo congressuale.	Curandi e curisti e nazionali. Età medio alta e reddito alto. Il target estero è centrato sulla domanda tedesca ed austriaca. La comunicazione non è stata differenziata per target. Scarsa attenzione al target “famiglia”.	Immagine in fase di declino, orientata al terapeutico. Messaggio pubblicitario scarsamente accattivante.

Fonte: Rapporto sul sistema Termale in Italia 2004. Federterme.

Riguardo le caratteristiche dell’immagine e del *target*, riportate nella precedente tabella, occorre dire che taluni cataloghi di *tour operator* dedicati esclusivamente al benessere (vedi ad es. Aviomar, TecnoTurism) propongono, per il 2005 e 2006, una vasta e variegata offerta di pacchetti benessere in alberghi con innovativi centri benessere (sia per la tipologia di programmi offerti che per le nuovissime strutture), con attenzione ad una variegata clientela europea. Negli ultimi due anni, pertanto, anche le terme slovene, cogliendo appieno le esigenze del nuovo cliente benessere, sono divenute un forte *competitor* per la vicina Italia.

Ne consegue che il prospetto di Fedeterme si può dire in parte superato guardando soprattutto all'offerta delle località termali più rinomate di seguito riportate.

Anche altre terme dell'est europeo rappresentano, per l'analisi, casi da analizzare per comprenderne i punti di forza e le politiche strategiche attivate nel settore di riferimento; di seguito si riporta una tabella che definisce gli aspetti che contraddistinguono il settore in Romania, Repubblica Ceca, Ungheria secondo l'indagine condotta da Federterme negli anni 2003-2004.

Da tali analisi si evince come, in tali paesi, si privilegia nella maggior parte dei casi, l'indirizzo terapeutico e l'organizzazione del sistema e la comunicazione tengono conto *in primis* dei "curandi" con un'età media alta.

Tabella 4. Caratteristiche termalismo in altri paesi dell'est Europa

Località	Cure	Abbinamento prodotto	Target	Immagine-marchio
Romania	Piscine, fanghi, cure idroponiche, riabilitazione. Talassoterapia. Le acque hanno indicazioni curative molto differenziate.	Scarso abbinamento con altri turismi.	Età avanzata, reddito medio. Discreto livello di penetrazione del mercato italiano.	Immagine in declino, nettamente orientate al terapeutico, la comunicazione è di vecchia concezione.
Repubblica Ceca	Piscine, fanghi, cure idroponiche, riabilitazione. Talassoterapia. Le acque hanno indicazioni curative molto differenziate.	Ecologia. Scarso abbinamento con altri turismi.	Età avanzata, reddito alto.	Scarsa identificazione tra marchio e prodotto, nettamente orientate al terapeutico, la comunicazione è di vecchia concezione.
Ungheria	Piscine, fanghi, cure idroponiche, inalazioni.	Scarso abbinamento con altri turismi.	Età media, reddito medio.	

Fonte: Rapporto sul sistema Termale in Italia 2004. Federterme.

I profondi mutamenti, che hanno investito il settore termale negli anni, in particolar modo dal 2004 al 2006, hanno determinato una realtà che non sembra del tutto rispecchiarsi nelle caratteristiche che appaiono in tabella. Si assiste, infatti, ad un'evoluzione in cui il benessere sembra spesso coniugarsi con le cure tradizionali dando vita ad un'offerta variegata. Notevoli, inoltre, appaiono i vantaggi competitivi che il comparto offre in questi paesi della *middle* Europa rispetto alla politica dei prezzi adottata ed alla ricchezza di patologie trattate.

Repubblica Ceca

Alcune centinaia di sorgenti e una ricca varietà di fanghi curativi fanno della Repubblica Ceca una destinazione termale di grande interesse con una tradizione

antica e trentotto località termali sparse in tutto il paese. L'offerta è molto ricca e affianca ai trattamenti curativi veri e propri programmi *beauty & wellness* a cui fanno da sfondo interessanti spettacoli e ricchi programmi culturali per una efficace offerta integrata col territorio. La tradizione delle stazioni termali ceche costituisce una parte inseparabile del patrimonio culturale europeo e, grazie all'alta qualità delle fonti idrotermali, ha conquistato una fama eccellente nel panorama europeo. L'uso delle tecniche moderne di terapia e di riabilitazione unito all'uso tradizionale di acque minerali naturali, fanghi, gas terapeutici e condizioni climatiche rendono la Repubblica Ceca un grande *competitor* del settore termale e wellness.

Karlovy Vary, Mariánské Lázně e Františkovy Lázně costituiscono il cosiddetto triangolo termale nella Boemia occidentale.

Karlovy Vary – Boemia occidentale

Karlovy Vary, la più grande città termale ceca, si trova all'estremità occidentale della Boemia, al confine con la Germania. Le sorgenti si trovano ad una profondità di 2 - 2,5 km e l'acqua raggiunge una temperatura che varia dai 41 ai 73 gradi centigradi; qui si curano soprattutto le patologie del metabolismo e dell'apparato digerente ed è possibile trascorrere dei periodi di convalescenza a seguito di terapie oncologiche. Gli alberghi di Karlovy Vary sono in grado di offrire speciali programmi benessere oltre a numerosi trattamenti anti-age e dimagranti.

Mariánské Lázně – Boemia occidentale

Meta prediletta da Edoardo VII, Chopin e Goethe, Mariánské Lázně è la più giovane città termale della Boemia occidentale; qui si curano le malattie dell'apparato motorio, delle vie urinarie, dei reni e varie malattie femminili. I programmi utilizzano l'effetto curativo di risorse naturali quali un'acqua minerale fredda ad alto contenuto di ferro e di CO₂ nonché dei fanghi; oltre alle tradizionali cure, gli interessati possono scegliere tra una ricca offerta di programmi *fitness* e *wellness*.

Františkovy Lázně – Boemia occidentale

Terza città termale del triangolo, Františkovy Lázně, è considerata per l'ambiente che la circonda, un vero gioiello delle cure termali; l'immenso parco boschivo che si estende su una superficie di 200 ettari e l'architettura neoclassica conferiscono alla città un'atmosfera magica. Le cure dei sistemi vascolari, del cuore e delle malattie femminili sono quelle moderne del XXI secolo: il personale utilizza i tradizionali impacchi di fango, i bagni e le inalazioni, non trascurando però la più moderna strumentazione disponibile. Oltre a programmi di relax e bellezza, le strutture termali offrono agli ospiti più attivi anche programmi *wellness & fit*, cicloturismo e passeggiate nel parco naturale di Smrcina.

Jeseníke Jáchymov, e terme morave di Jeseník si trovano ai piedi dei monti Rychleby e vantano un primato mondiale: proprio qui infatti fu fondato, nel 1822, da Vincenz Priessnitz, cui si devono varie metodologie idroterapiche, il primo istituto di idroterapia nel mondo.

Oltre all'idroterapia, la Repubblica Ceca vanta anche la fondazione nel 1906 delle prime terme che utilizzano il *radon*; queste si trovano nella Boemia occidentale, nella piccola città mineraria ai piedi dei Monti Metalliferi di Jáchymov di giacimenti radioattivi ad alto contenuto di elementi preziosi, rari nel mondo. Anche qui le cure alle malattie dell'apparato motorio affiancano i numerosi programmi *fit relax* e *antistress*.

Luhacovice – Moravia

Luhacovice, la maggiore città termale in Moravia, è specializzata nelle cure delle malattie delle vie respiratorie e dell'apparato digerente; nell'area della cittadina si trovano, oltre ad una sorgente di zolfo, ben 16 diversi tipi di acque minerali contenenti carbonato di potassio e cloridrato di sodio. Ogni ora sgorgano in superficie 15 mila litri di un'acqua minerale che è considerata, grazie al suo alto contenuto di sali minerali e alla presenza di anidride carbonica libera, tra le più efficaci d'Europa; agli ottimi effetti curativi contribuisce anche la posizione di questa incantevole cittadina, nascosta tra le colline boschive.

Tra i numerosi altri centri termali vale la pena menzionare:

- *Karlova Studánka*, frequentata spesso da pazienti con malattie professionali delle corde vocali,
- le terme di *Lázne-Lipová*, unico centro nella Repubblica Ceca specializzato in cure dermatologiche,
- *Darkov*, che ospita un centro antiustioni è ideale per le convalescenze post-operatorie,
- *Trebon*, con i suoi fanghi contro l'artrosi e i reumatismi,
- *Podebrady*, le terme "del cuore".

Degne di nota sono anche le città termali specializzate in cure per bambini, tra cui menzioniamo la già ricordata *Teplíce Bludov*, *Kynžvart*, *Kyselka* e anche *Teplícenad Bečvou*.

Ungheria

La tradizione delle acque in Ungheria risale al tempo dei Romani; infatti, furono essi a gettare le basi della cultura termo-balneare costruendo i primi bagni in

quella provincia dell'Impero Romano che era l'attuale Pannonia; dopo i Romani vi furono i Turchi che, durante la dominazione dei secoli XVI e XVII, costruirono magnifiche terme, alcune tuttora funzionanti.

Andare alle terme, è uno dei passatempi preferiti anche dagli attuali abitanti dell'Ungheria che, per quanto priva di sbocchi sul mare, va considerata a tutti gli effetti un "Paese d'acqua". L'Ungheria, infatti, è uno dei Paesi più ricchi di acque termali del mondo: dispone di 1.289 sorgenti termali, 300 bagni termali di cui 30 nella sola capitale, 5 grotte termali, 48 diverse qualità di acque minerali, 136 sorgenti di acque curative. Negli anni '60, forse per attrarre particolare interesse nell'area connessa ai paesi legati all'ex Unione Sovietica, fu dato valore strategico all'uso dei bagni termali, furono costruiti nuovi impianti con piscine all'aperto e al chiuso e furono rimessi in funzione anche bagni di antica tradizione.

L'ONU riconoscendo le straordinarie risorse dell'Ungheria, negli anni '70, fondò l'istituto *Thermal Project* a Budapest, per promuovere lo sviluppo delle terme ungheresi e elaborare progetti utilizzando le esperienze acquisite e *il know-how* in altri paesi. Dalle sorgenti naturali e dai pozzi trivellati, ogni giorno, sgorgano circa 350.000 m³ d'acqua termale. Secondo la legge ungherese è nominata acqua medicinale quella naturale con temperatura superiore a 30 °C. L'acqua medicinale ha anche un effetto terapeutico dimostrato da esperimenti medici; in Ungheria per ottenere la licenza d'uso della denominazione acqua medicinale, che è rilasciata dal Ministero della Sanità, occorrono anni di esperimenti e di prove, le cosiddette doppie cieche, ripetute diverse volte.

Budapest

Nella capitale ci sono diversi Hotel che dispongono di Centro *Fitness* e SPA:

Il Danubius Thermal Hotel Helia propone un'ampia scelta di possibilità diagnostiche e terapeutiche sotto la supervisione di medici altamente qualificati.

Il Danubius Thermal Hotel Margitsziget è dotato di un moderno centro termale con centro medico annesso ed è il primo hotel spa di lusso che sia stato mai costruito nel cuore di una metropoli; sorge sulla caratteristica e pittoresca Isola Margherita, parco naturale di Budapest. L'ambiente circostante e il pittoresco paesaggio dell'Isola di Margherita rendono questo hotel spa il luogo ideale per rigenerarsi, il potere curativo di queste acque termali è noto in tutto il mondo; ricche di minerali, esse vengono utilizzate largamente a scopo terapeutico.

Il bagno termale *Gellért*, per eleganza e stile, uno dei simboli della città di Budapest. Nel luogo dove è situato il bagno, si trovano sorgenti curative scoperte 2.000 anni fa, l'attuale edificio fu costruito durante la prima guerra mondiale, tra il 1914 ed il 1916 ed è meritatamente famoso sia per l'imponenza delle strutture

termali situate in riva al Danubio, sia per le magnifiche statue, i mosaici di ceramica e i vetri dipinti che le impreziosiscono. L'acqua curativa, che proviene da dieci sorgenti, contiene calcio, magnesio e idrocarburo ed è un po' alcalina, con la presenza di cloruro e zolfo, il servizio medico è svolto dai medici e dal personale sanitario dell'ospedale che funziona all'interno dello stesso edificio.

Gyula è una delle città più importanti della Grande Pianura Meridionale, vicina al confine con la Romania; grazie alla ristrutturazione, le Terme del Castello di Gyula sono oggi lo stabilimento più moderno e più grande della zona; il bagno ha nove piscine aperte e undici coperte; l'acqua ha una temperatura di 72 gradi, emerge dalla profondità di 2.500 metri, si usa con efficacia per malattie agli organi motori, infiammazioni, malattie ginecologiche, neurologiche e per disturbi allo stomaco, nonché per la fisioterapia riabilitativa.

Le terme *Hajduszoboszlo* si estendono su una superficie di 8 ettari e sono la stazione balneare più frequentata della Grande Pianura ungherese; l'acqua termale, a 75°C, sorge dalla profondità di 1.100 metri.

Király è uno dei bagni più belli, rimasto dall'epoca turca, che ha mantenuto l'atmosfera della prima metà del Cinquecento. Il bagno già nell'epoca turca usufruiva dell'acqua delle sorgenti del bagno Lukács, condotta fino a lì attraverso piccoli canali di pino rosso. La situazione odierna è rimasta immutata, con l'unica differenza che adesso l'acqua curativa è condotta ai bagni in modo diverso; il bagno che aveva subito gravi danni durante la seconda guerra mondiale, è stato riaperto soltanto nel 1959, le indicazioni terapeutiche sono le stesse del bagno Lukács.

Il bagno-grotta termale di *Miskolctapolca* è un fenomeno unico in Europa: le terme sono collocate in grotte scavate nel corso di millenni dalle acque stesse, che sgorgano alla temperatura di 28-34°; molto suggestivi gli effetti di luce del fiume sotterraneo.

Rác, sul versante di Buda del ponte Elisabetta si trova questo bagno termale, conosciuto sin dal Quattrocento, si racconta che un collegamento diretto con il palazzo reale consentiva ai reali di potervi accedere, il bagno turco costruito nel Cinquecento funziona ancora oggi; il bagno ha 4 bacini la cui origine risale ai tempi del re Sigismondo, i turchi ne realizzarono la piscina con cupola, mentre la grandiosa ricostruzione e l'ampliamento sono del 1869.m In fase di completamento i progetti di ristrutturazione che prevedono non solo la ricostruzione e l'ammodernamento dell'edificio storico, ma anche la realizzazione di un lussuoso albergo che costituirà un hotel termale unico in Europa; la composizione dell'acqua è molto simile a quella del bagno Rudas, è leggermente radioattiva e contiene calcio, magnesio, idrocarburo, solfati e fluoruro. Nel palazzo funziona anche un centro *fitness*.

Il bagno termale *Rudas* fu costruito nella seconda metà del Quattrocento dal pascià di Buda Sokoli Mustafà: è rimasto pressoché inalterato nella sua forma, le acque che lo alimentano provengono da 3 sorgenti famose (la *Juventus*, l'*Attila* e la *Hungaria*) e da 15 sorgenti più piccole e sono leggermente radioattive; contengono calcio, magnesio, idrocarburo, solfati e fluoruro. Molto diffusa è tra gli ungheresi la credenza popolare secondo la quale soprattutto l'acqua della sorgente *Juventus* faccia ringiovanire; certamente il bagno è utilizzato nella cura di malattie acute degli organi motori e le sue acque hanno un benefico effetto nella cura di malattie gastrointestinali, di nefrolitiasi e calcolosi.

Le terme di *Harkany*, località del Transdanubio meridionale, al confine con la Croazia, sorgono in un parco di 13 ettari, aperto tutto l'anno, adatto per cure, relax e divertimento; l'acqua termale, unica al mondo, contiene iodio solfitico in forma di gas, questa caratteristica rende il posto famoso anche all'estero.

L'acqua termale di *Sarvar*, cittadina del Transdanubio ai confini con l'Austria, è tra le più preziose del Paese e alimenta un modernissimo centro termale e *wellness* che offre una vastissima gamma di servizi curativi e benessere.

Francia

In un'analisi comparativa è bene tenere in considerazione anche paesi come la Francia e la Germania in cui le risorse termali si contraddistinguono per un'offerta altamente concorrenziale per qualità, professionalità ed innovazione.

I centri francesi di talassoterapia, balneoterapia e termali (i tre ambiti della *remise en forme* in Francia) sono, infatti, famosi in tutto il mondo per la professionalità delle cure e la qualità dell'accoglienza; la talassoterapia (Terme di mare) consiste nell'utilizzo simultaneo, a scopo curativo e preventivo, dell'acqua di mare e dei suoi derivati; indicata per curare numerosi disturbi (locomotori, circolatori, alle vie respiratorie), è ideale per tonificare l'organismo, rilassarlo e perdere i chili superflui. La talassoterapia era monopolio dei francesi, sulla costa atlantica ad inizio secolo ed ancora la Francia rimane la meta di riferimento nonostante altri centri nati in molte parti di Europa; le ultime novità in fatto di benessere provengono dalla Bretagna, dalla Loira Atlantica, dall'Aquitania, dalla Provenza e dalla Costa Azzurra: qui le terme inaugurano un nuovo concetto di trattamento basato sulle più recenti innovazioni della medicina e sugli ultimi progressi della tecnologia.

Nella seguente tabella sono rappresentate le differenze più rilevanti che emergono da un confronto fra Francia ed Italia. Tali differenziazioni riguardano sia la percentuale degli stabilimenti a gestione pubblica, più alta in Francia, sia

l'interesse verso il benessere, maggiore in Italia. In Italia, inoltre, risulta più alto il numero degli occupati diretti, mentre per l'indotto risultano superiori gli occupati in Francia.

Tabella 5. Termalismo in Francia e Italia

FRANCIA	ITALIA
In Francia il 30% degli stabilimenti è gestito dal pubblico (11%) o da società miste (19%); corrisponde al 34% (pubblico 21% miste 13%) dei curandi.	In Italia la percentuale di pubblico è significativamente minore in termini di stabilimenti (20% circa) che richiamano una percentuale di curandi che ammonta al 30%.
Il termalismo medico è la pratica nettamente prevalente (95%); solo il 5% <i>remise en forme</i> ; il 27% delle cure è esonerato dal ticket; il ticket corrisponde al 30% delle spese termali	In Italia la percentuale di benessere è relativamente maggiore intorno al 10%
1/3 degli stabilimenti è aperto tutto l'anno	In Italia sono aperti in media il 25% degli stabilimenti
Numero di occupati diretti: 9.300 di cui 1.600 fissi annuali; Occupati dell'indotto: 100.000	15.350 occupati diretti di cui 2.200 fissi annuali; Occupati dell'indotto: 74.000

Fonte: Mercury, srl

Germania

In Germania la cultura del vero benessere ha preso piede molto prima che in Italia. I tedeschi vantano una notevole esperienza nelle cure naturali; si pensi al curato Kneipp, che più di un secolo fa in Baviera aveva scoperto l'importanza delle terapie naturali per rinforzare il sistema immunitario e aveva messo a punto una "ricetta" valida ancora oggi: idroterapia, alimentazione bilanciata, erbe naturali, movimento e ritmi di vita regolari.

Oggi in Germania ci sono 330 cittadine che offrono la possibilità di praticare cure termali o di rivolgersi a centri-benessere per un soggiorno di cura o di *remise-en-forme*, e sono disseminate su tutto il territorio tedesco. Sulle coste del Baltico e del Mare del Nord le proprietà delle acque termali vengono abbinata ai benefici dell'aria salsoiodica, ai bagni arricchiti con alghe, alle inalazioni di acqua marina micronizzata; ampia risulta essere, inoltre, l'integrazione con altri tipi di turismo (escursioni naturalistiche, sport, incontri culturali, etc..) Svariati sono gli esempi di centri termali che coniugano perfettamente la cura del corpo con un articolato programma di carattere culturale, sportivo e che punta sulle bellezze paesaggistiche.

“Regina delle Terme” è una delle tante denominazioni della città di *Baden-Baden*, con i suoi oltre 800.000 litri di acqua termale che affluiscono dalle 23 sorgenti locali, a cui si aggiunge un’interessante proposta culturale ed artistica.

Risulta utile riportare le peculiarità del sistema tedesco in riferimento alle principali località, realizzato considerando l’analisi “aggiornata” del settore effettuata sulla base del Rapporto Federterme 2004 (Tabella 6).

Tabella 6. L’immagine delle Terme in Germania

Località	Cure	Abbinamento prodotto	Target	Immagine-marchio
Bad Griesbach	Piscine, prevenzione, riabilitazione, rigenerazione, cure idropiniche	Golf, folklore, escursionismo, diverse attività sportive	Età dai 40 anni in poi, livello sociale medio alto	Immagine classica senza forte caratterizzazione. Fortemente legata alla visione tradizionale delle terme.
Bad Gogging	Cure idropiniche, piscine	Beauty center Centro medico Arte, relax, natura	Età dai 50 anni in poi, livello sociale medio alto	Immagine chiara e sobria indirizzata ai turisti termali tradizionali ed in particolare ai curisti
Bad Aibling	Cure idropiniche, piscine	Agopuntura, relax	Età dai 50 anni in poi, livello sociale medio alto	Immagine termale classica Struttura in fase di rinnovamento (apertura della nuova terme nella primavera del 2007)
Baden Baden	Centro benessere Beauty farm, cosmetica Malattie respiratorie, cure idropiniche, piscine, salasso-termalismo cliniche, cure tradizionali e alternative, fangoterapia, riflessologia plantare, cosmesi	Casinò, importanti manifestazioni musicali ippica, arte, cultura enogastronomica, possibilità di praticare diversi sport	Età medio alta Famiglie Curisti Reddito alto	Marchio forte e ben posizionato nel mercato termale mondiale. Si rileva un maggior orientamento alle terme viste come benessere per il corpo, la mente e lo spirito. Particolare attenzione nell'associare le cure alle vacanze termali.
Bad Erding	Piscine, idromassaggi, fangoterapia	Cosmesi	Sevizi termali indirizzati in prevalenza ai giovani e alle donne tra i 30 ed i 50 anni Reddito medio/alto	Marchio molto forte. Immagine collegata al benessere fisico e mentale e all'attività ricreativa, molto poco al terapeutico.
Bad Worishofen	Piscine, idromassaggi, saune, cure idropiniche,	Centri fitness. Impianti sportivi. Acqua park. Centro benessere (cura del Dott. Kneipp)	Target ampio : Sportivi Famiglie Bambini Teenager Età dai 40anni in poi per le cure termali. Livello di reddito medio-alto	Immagine termale fortemente associata al benessere e al divertimento, piuttosto che al terapeutico.

Fonte: "Circuito delle Terme Siciliane – Filiera del Benessere"- Alimentaria Sicilia srl

Grecia

Tra i potenziali *competitors* Europei, con i quali il termalismo siciliano inevitabilmente dovrà confrontarsi, particolare attenzione va riservata alla Grecia non solo per il suo *ingente patrimonio idrotermale*, ma soprattutto, per le varie analogie e potenzialità, territoriali, rilevabili da un'analisi comparativa Sicilia/ Grecia, dalla quale emerge:

- sostanziale equidistanza di entrambe le aree dai principali bacini di utenza Nord-Europei;
- analogie geo-climatiche territoriali;
- analogie del patrimonio storico-archeologico;
- analogie vocazionali turistiche del territorio.

Del resto la Grecia è annoverata tra i Paesi privilegiati non solo per la varietà del paesaggio, ma anche per le sue sorgenti ricche di proprietà terapeutiche che risultano quasi uniformemente distribuite sull'intero territorio nazionale. La loro presenza è legata sia ad attività tettonica (Kaiafa, Kyllini e Lagadà) che ad attività vulcanica (Methana, Milo, Lesvos, Samotraccia e, Limnos). Secondo i dati dell'Istituto di Ricerche Geologiche e Minerali (IGME), le sorgenti di acqua termominerale censite in Grecia ammontano complessivamente a 822, di cui 752 (91,5%) sono fruibili per le proprietà termali, le potenzialità in campo energetico (geotermia) o per la loro potabilità.

Dal punto di vista geografico, le 822 sorgenti di acqua termominerale sono distribuite, soprattutto in provincia, in località che abbinano un'eccezionale cornice paesaggistica a un clima piacevole.

Tabella 7. Distribuzione geografica delle fonti termali e regime di sfruttamento

REGIONE	N.ro fonti termali gestione/ ETA*	N.ro fonti termali gestione/ Comuni	N.ro fonti termali private	Stazioni termali private	Totale fonti e stazioni termali
Macedonia/ Tracia	1	5			6
Macedonia centrale	3	9			12
Macedonia occidentale	1	5			6
Tessaglia	2	2			4
Epiro		4	1		5
Isole Ionie		1			1
Grecia occidentale	3	11			14
Grecia continentale	8	1	8	14	31
Peloponneso	1	3	4		8
Attica	1	1	1		3
Egeo del nord	2	3	11		16
Egeo del sud	2	2	3		7
Creta		3			3
Totale Grecia					

Elaborazione dati Istituto Nazionale per il Commercio Estero (fonte EOT)

Il numero di alberghi dotati di servizi termali in Grecia è ancora irrilevante rispetto alla consistenza alberghiera del Paese (41 alberghi su un totale di 9.385 posti letto), le strutture dotate di impianti termali sono presenti in ogni categoria alberghiera; tuttavia, il 50% dei posti letto si concentra negli alberghi a 5 stelle, il rimanente 50% è soprattutto distribuito negli alberghi a 2 stelle. Sul totale generale delle strutture ricettive, gli alberghi tradizionali rappresentano circa il 15% di tutti i posti letto, va precisato che gli impianti termali negli alberghi a 5 stelle sono il risultato di investimenti compiuti a partire dal 2004, contrariamente

a quelli di categoria inferiore dotati di impianti che risalgono ad un passato più lontano.

Tabella 8. Numero Alberghi dotati di Impianti Termali (per sorgente) – anno 2009

Sorgente	Alberghi	Camere	Posti letto
Edipso – EUBEA	17	783	1.506
LoutraKyllini – ELIDE	1	655	1.500
KamenaVourla - FTHIOTIDA	1	172	368
Kaiafa – ELIDE	3	76	207
Platistomo - FTHIOTIDA	2	83	185
Nea Apollonia - SALONICCO	2	93	178
LoutraEleftheron - KAVALA / THASOS	2	77	166
LoutraLangada - SALONICCO	1	82	152
Smokovo – KARDITSA	1	53	106
Sidirokastro – SERRES	1	51	103
Methana – ATTICA	2	47	95
Termopili – FTHIOTIDA	1	44	88
LoutraTraianoupolis – EVROS	1	42	83
Volimes – ZANTE	1	38	76
Xylokeratea – KILKIS	1	31	69
Aridea – PELLA	1	15	35
Totale	41	2.342	4.917

Fonte: Camera alberghiera ellenica

Osservando la tabella, si nota subito l'elevata concentrazione delle strutture, dato che il 61% dei posti letto si concentra intorno a due sorgenti: il 31% a *Edipso* (Eubea) e il 30% a *Kyllini* (Elide); importante è anche la percentuale rappresentata da *KamenaVourla* (Fthiotida) con un 7%, mentre il 4% è rappresentato da *Kaiafa* (Elide), *Platistomo* (Fthiotida) e *Nea Apollonia* (Salonicco). Va precisato che gli alberghi di Edipso hanno una ricettività inferiore (in media 89 posti letto/ albergo) rispetto alla media nazionale che, nel 2009, si aggirava sui 120 posti letto.

Secondo i dati 2009 della Camera Alberghiera Ellenica, 68 alberghi del Paese sono dotati di impianti di *talassoterapia*. Questi alberghi (di cui il 75% appartiene alla categoria 5 stelle) dispongono di 13.344 camere e di 26.914 posti letto; Il 28% degli impianti si trova a Creta e copre il 33% del totale dei posti letto disponibili.

Oltre agli alberghi ubicati nelle aree con sorgenti termali e dotati di impianti di termalismo e di talassoterapia, numerose sono le strutture turistiche che dispongono della relativa attrezzatura e degli impianti per trattamenti rigeneranti

e di benessere. Questa tendenza si sta sviluppando per ampliare la gamma dei servizi alberghieri. Impianti di rigenerazione sono disponibili presso 637 alberghi, con 143.443 posti letto, e presso 140 appartamenti ammobiliati con un totale di 11.869 posti letto. In termini di strutture ricettive turistiche dotate di impianti per il *wellness*, in base ai dati 2009, risulta sì un'elevata concentrazione delle strutture (48% dei posti letto) su 4 Prefetture(Dodecaneso, Calcidica, Iraklio e Corfù); tuttavia, gli stabilimenti di maggiore entità sono ubicati nella Prefettura dell'Elide per un totale di 825 posti letto, per albergo, contro i 200 che costituiscono il valore medio dell'intero Paese.

Il comparto turistico rappresenta un elemento preponderante e di vitale importanza per l'economia greca. Nel 2008, il totale degli arrivi nelle strutture alberghiere del Paese ha raggiunto 15,6 milioni registrando una crescita annua media del 7,1% nel periodo 2004-2008; i clienti stranieri hanno rappresentato il 55% con un aumento medio dell'8,2%, contro il 45% di clienti nazionali con una crescita media inferiore (5,8%). Sempre nel 2008, i pernottamenti sono stati di 64,1 milioni con una crescita annua media del 5,6%, stabile nel 2008; i pernottamenti dei clienti stranieri sono stati di 47,2 milioni (quota percentuale del 74% e crescita media del 5,4%), mentre per i clienti greci, i pernottamenti sono stati di 16,8 milioni (quota percentuale del 26% e crescita media del 6,1%).

Grafico 6. Flusso Turistico in Grecia (in milioni)

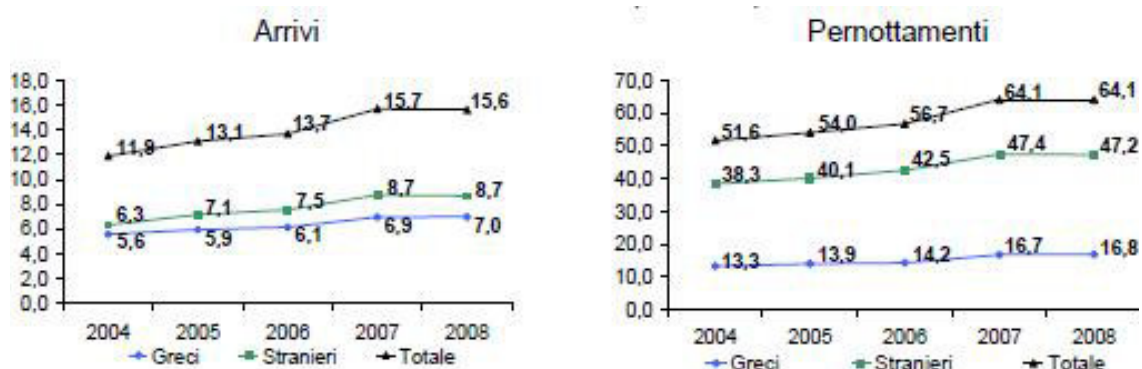
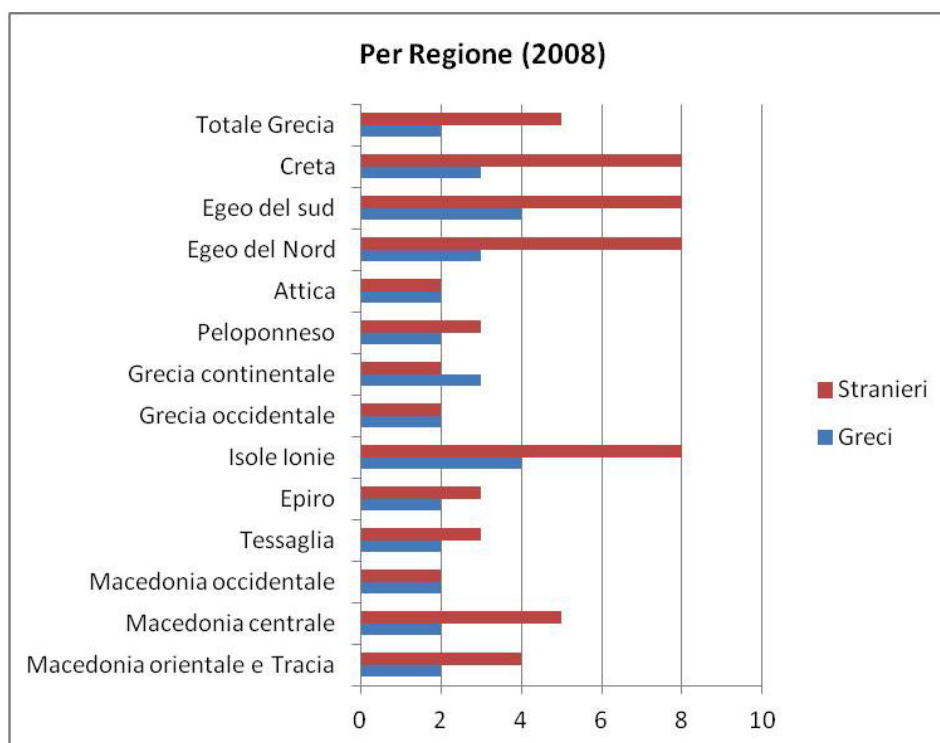


Grafico 7. Permanenza media (in giorni)

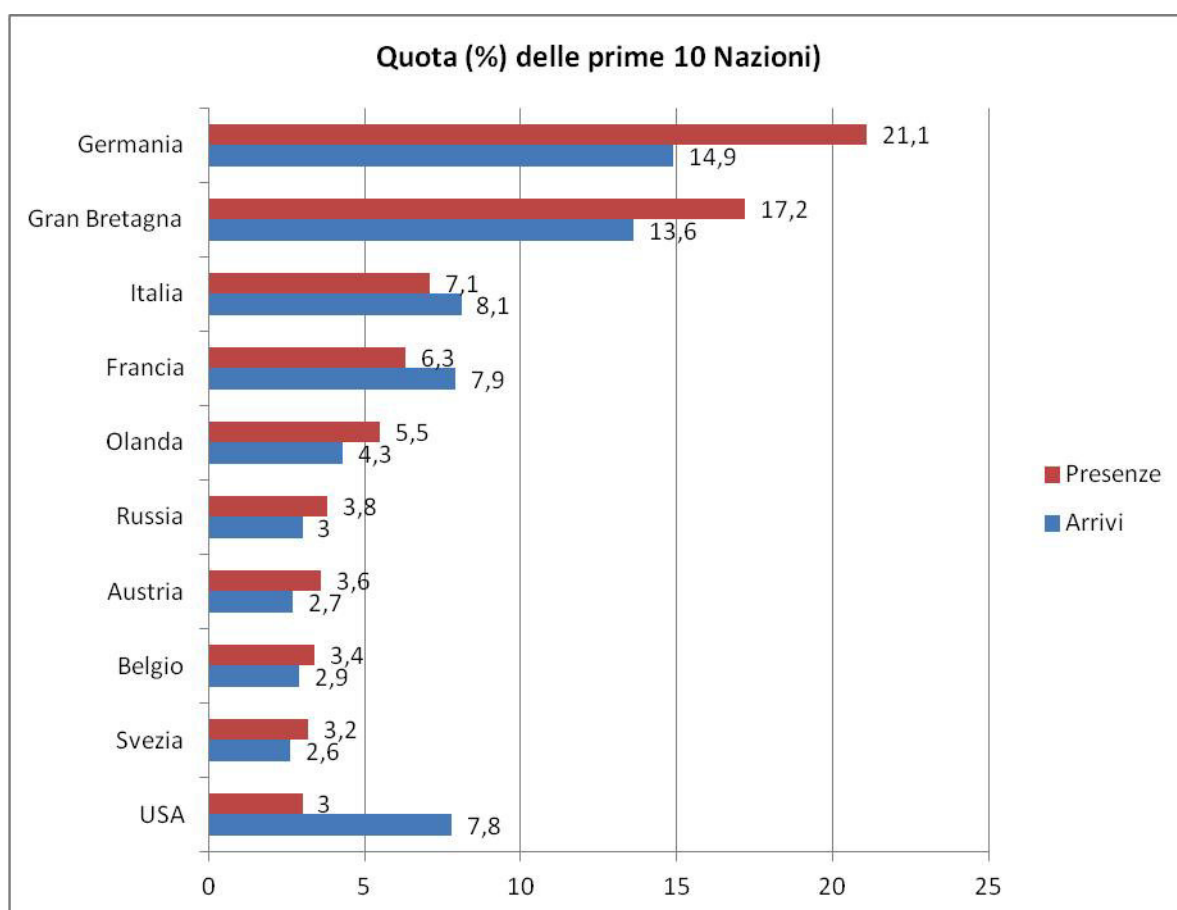


La durata media di permanenza dei turisti espressa in giornate, per il 2008, è stata di 2 giorni per i turisti greci e di 5 giorni per gli stranieri.

Per quanto riguarda la media dei turisti stranieri, spiccano i dati di Creta, dell'Egeo del nord e del sud e delle Isole Ionie (8 giorni). Per le stesse Regioni, emerge che anche la permanenza media dei turisti greci è più elevata rispetto al relativo indice medio. L'andamento della permanenza media durante il periodo 2004-2008 presenta una certa stabilità nel totale delle presenze sia estere che nazionali mentre, nel biennio 2007-2008, la permanenza di turisti stranieri ha registrato un decremento di un giorno, passando da 6 a 5.

Per quanto riguarda i Paesi di provenienza dei turisti stranieri sia in termini di arrivi sia di pernottamenti, il primo posto è occupato dalla Germania con un indice medio di arrivi e di pernottamenti pari rispettivamente al 14,9% e al 21,1% ; seguono la Gran Bretagna con il 13,6% di arrivi e il 17,2% di pernottamenti e l'Italia con l'8,1% e il 7,1%. Insieme alla Francia e all'Olanda, questi Paesi rappresentano il 48,8% degli arrivi e il 57,2% dei pernottamenti nell'intero Paese. L'incremento più alto, nel periodo 2004-2008, lo ha fatto registrare la Russia (+36,8%: arrivi e +39,3%: pernottamenti), raggiungendo il 3,0% di arrivi e il 3,8% di pernottamenti; altrettanto apprezzabile risulta l'aumento dei turisti provenienti dalla Polonia (+26,8% di crescita media annua per i pernottamenti) e dalla Repubblica Ceca, con il 18,9%.

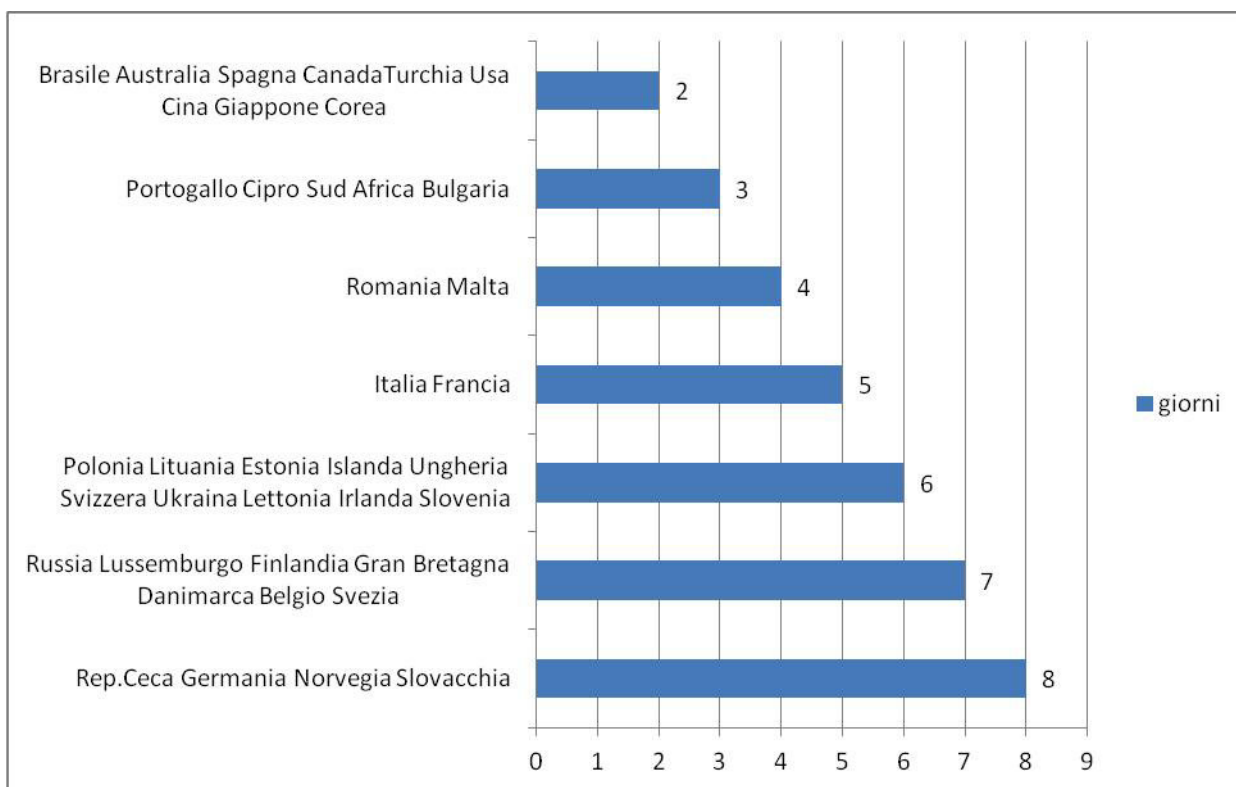
Grafico 8. Flussi turisti stranieri per Paese di provenienza (valori medi periodo 2004–2009)



Fonte INS

I turisti provenienti da: Repubblica Ceca, Germania, Norvegia e Slovacchia soggiornano in Grecia, in media 8 giorni; seguono, con un valore medio superiore a quello nazionale (7giorni), Olanda, Austria, Russia, Lussemburgo, Finlandia, Gran Bretagna, Danimarca, Belgio e Svezia.

Grafico 9. Permanenza media dei turisti stranieri nel 2008 per Paese di provenienza



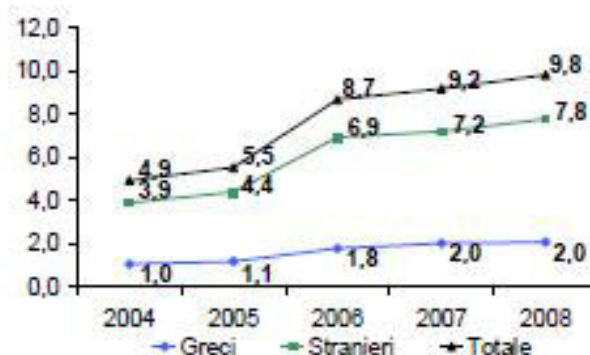
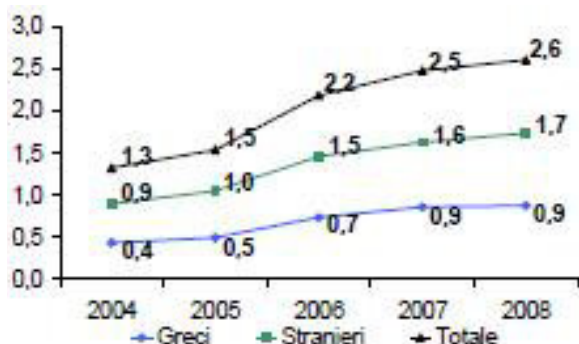
Fonte INS

I grafici seguenti illustrano l'andamento del flusso turistico per le varie categorie alberghiere.

Nel 2008, gli arrivi dei turisti negli alberghi a 5 stelle hanno raggiunto 2,6 milioni e i pernottamenti 9,8 milioni. Durante il periodo in esame, il flusso turistico straniero è aumentato in questa categoria mentre è rimasto stabile per i turisti greci. La variazione annua media dei pernottamenti è stata del 18,9% (18,8% per i turisti greci e 19,0% per gli stranieri), percentuale tre volte superiore al totale (5,6%).

Grafico 10. Flusso turistico in alberghi a 5 stelle (in milioni) (2004-2008)

**ARRIVI
PERNOTTAMENTI**

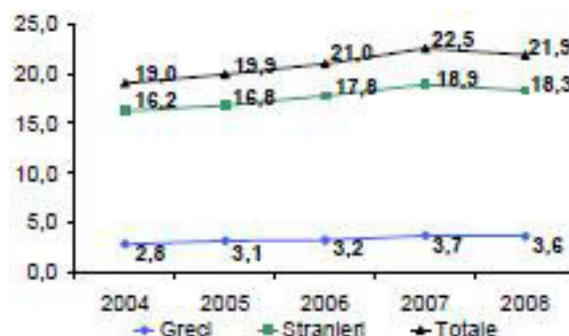
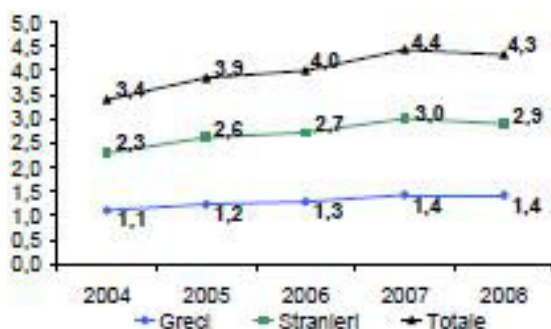


Fonte INS

Nel 2008, gli arrivi negli alberghi a 4 stelle sono stati di 4,3 milioni e i pernottamenti di 21,9milioni; fino al 2007, l'andamento per questa categoria era in crescita, ma nel 2008 si è registrato un calo. La variazione annua media dei pernottamenti è del 6,5% per i turisti greci e del 3,0% per i turisti stranieri.

Grafico 11. Flusso turistico in alberghi a 4 stelle (in milioni) – periodo 2004-2008

**ARRIVI
PERNOTTAMENTI**



Fonte INS

Il 43% del totale degli arrivi e il 49% del totale dei pernottamenti riguarda gli alberghi a 5 e a 4 stelle; le percentuali relative ai turisti stranieri sono rispettivamente del 55% e del 43% .

Tabella 9. Arrivi e presenze per categoria di alberghi (valore medio 2004-2008)

CATEGORIA	ARRIVI			PRESENZE		
	Greci	Stranieri	TOTALE	Greci	Stranieri	TOTALE
Alberghi 5 stelle	10,7%	17,6%	14,5%	10,6%	14,0%	13,1%
Alberghi 4 stelle	20,5%	35,3%	28,6%	21,9%	40,8%	35,9%
Alberghi 3 stelle	28,9%	21,2%	24,7%	27,2%	19,3%	21,3%
Alberghi 2 stelle	29,5%	14,4%	21,2%	28,1%	11,5%	15,8%
Alberghi 1 stella	4,4%	2,3%	3,2%	4,6%	1,6%	2,4%
Appartamenti tipo alberghiero	4,0%	8,6%	6,5%	5,8%	12,4%	10,7%
Alloggi tradizionali	2,0%	0,8%	1,3%	1,7%	0,4%	0,7%
TOTALE	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

La durata media della permanenza negli alberghi a 5 stelle è di 2 giorni per i turisti greci, di 4 giorni per i turisti stranieri; negli alberghi a 4 stelle la durata della permanenza è di 3 giorni per i Greci, mentre è di 6 per gli stranieri; la permanenza più lunga si registra negli appartamenti tipo albergo (4 giorni per i turisti greci e 8 per gli stranieri).

Nonostante le diverse Casse di Previdenza Sociale sovvenzionino, su base annua, i programmi volti a finanziare le spese di idroterapia per un numero rilevante di assistiti (Fondazione dell'Assicurazione Sociale, Cassa Previdenziale per i Dipendenti dell'Ente Nazionale per l'Energia Elettrica (DEI), Cassa Previdenziale per i Dipendenti Bancari, ecc.), l'andamento della domanda di prestazioni mostra un *trend* in discesa. Ciò potrebbe essere dovuto alla concorrenza esercitata dall'industria farmaceutica e alla reticenza dei medici nel riconoscere la validità dell'idroterapia come metodo di cura, fenomeno riscontrato anche all'estero; inoltre, un fattore importante all'origine della diminuzione della domanda in Grecia è legato alla mancanza di un'adeguata pubblicità e informazione nei confronti del pubblico.

La tabella seguente mostra un riepilogo, sulla base dei dati disponibili, del numero dei bagnanti nelle Stazioni Termali in base al numero di autorizzazioni rilasciate per le cure di idroterapia.

Tabella 10. Numero di “curandi” nelle sorgenti termali di Grecia (2000-2008)

SORGENTE	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Edipso*						44.681	46.572	48.050	41.484
Termopili						750	656	604	569
Kaiafa					2.904	2.975	2.838	1.451	2.389
Kithnos						358	393	452	518
Loutraki								650	
Nigrita						377	353	305	296
Ipati						5.048	4.590	4.497	4.737
Platystomo	234	251	222	214		220		160	
Methana	6.252			5.379	4.656	4.502	4.656	4.120	
Kyllini				2.275	2.167		2.378	2.524	2.292
Eleftherai				2.219					
Smokovo				5.650	5.600	5.825		653	
KamenaVourla				6.500					
AgiasmataChiou								250	
Iraia								2.200	
Termes Xanthi								423	
Psarotherma,								2.000	
Kapandriti/ Kylokera								80	
Krinides								4.500	
AdamasMilou								66	
Paleovracha								7.300	
Genisaia Xanthi								5.119	
Selianitika								384	

In Grecia, i fruitori delle prestazioni termali hanno oltre 55 anni nell' 85% dei casi e solo l'1% ha meno di 30 anni. Le tendenze e le consuetudini provenienti dall'estero evidenziano l'emergere di nuove prestazioni specialistiche che potrebbero idealmente completare i servizi offerti dalle stazioni termali, allo scopo di attrarre i giovani e altre categorie di visitatori.

Nel settore del turismo termale, la domanda in Grecia è caratterizzata da una forte stagionalità; ciò vale soprattutto per le grosse stazioni termali. Il mese più richiesto è settembre, seguito da agosto. Contrariamente al turismo generico che

registra il tutto esaurito durante il mese di agosto, le piccole strutture attirano soprattutto la popolazione locale e non di altre aree del Paese. Le grandi stazioni, invece, accolgono visitatori da tutto il Paese e dall'estero che abbinano le cure di idroterapia alle vacanze estive; la permanenza media si aggira sui 13-14 giorni, dati simili a quelli del turismo tradizionale. Ciò è dovuto al fatto che il ciclo dei bagni, abbinati al turismo termale prevede, nella stragrande maggioranza dei casi, un soggiorno di 15 giorni dei soggetti in possesso del relativo benessere dell'ente mutualistico (sovvenzione per l'80% dalla Fondazione di Assicurazione sociale IKA e per la parte rimanente dalla Cassa Malattia dei dipendenti pubblici dell'autonomia locale).

Le stazioni termali, prese in considerazione e descritte nel presente paragrafo, costituiscono un campione rappresentativo delle 30-40 fonti greche che vantano impianti qualificati; esse sono inoltre rappresentative di tre tipologie di gestori:

1. ETA (Azienda di Sviluppo Turistico),
2. Comuni e
3. privati.

Tabella 11. Sorgenti termali e Centri di cure termali

Ente di Gestione	ETA	ETA(in affitto a privati e Comuni)	Comuni Prefetture	Privati	TOTALE
Totale Grecia	16	8	50	42	116
Percentuale	14%	7%	43%	36%	100%

In Grecia, le sorgenti termali funzionano per lo più come centri di turismo termale e non come centri turistici per la salute e il benessere; le potenzialità di tale tipologia di turismo non sono ancora state colte appieno, comunque la crescente domanda di servizi qualificati ha portato più di un Ente di gestione e di un operatore del termalismo tradizionale verso un ampliamento della propria offerta con servizi di altissimo livello. Importanti investimenti in stazioni termali preesistenti sono già stati fatti nel settore del turismo per la salute e il benessere da operatori privati (ANKAR AE: ThermaeSylla, Mitsis AE: Galini), come pure in centri di talassoterapia ad opera di grandi gruppi alberghieri (Gruppo Daskalantonaki-Grecotel, ALDEMAR AXTE). Tuttavia, questa tipologia di investimenti riguarda solitamente l'ampliamento di alberghi a 5 stelle, con prezzi elevati, i cui servizi sono inaccessibili al grande pubblico. Un caso positivo di

stazione termale con servizi qualificati e moderni di termalismo e benessere è rappresentato dalle aziende comunali di Loutraki (Corinzia), Loutraki (Pella), Sdirokastro e Platystomo; inoltre, un numero in crescente evoluzione di stazioni termali greche dispone di strutture collaterali destinate a forme moderne di bagno terapia quali: vaporizzazioni, doccia con pioggia fine, idromassaggio, fangoterapia ecc., che adottano un approccio olistico del termalismo e del benessere.

2.4 Benessere termale – Il caso “VICHY” (Francia)

Oltre ai casi singolarmente evidenziati durante la trattazione generale del contesto termale europeo, in ordine alle c.d. “*best practices*” di settore, non si può fare a meno di menzionare la francese *Vichy*, cittadina termale, dal cui nome nasce la storica marca di dermo-cosmesi farmaceutica **Vichy Laboratoires**, brand del gruppo leader nella cosmetica, *L'Oréal*, certamente, uno dei marchi più conosciuti in Europa. Incastonata nel cuore della Francia, l'elegante città di [Vichy](#) offre diverse chiavi di lettura, in modo tale da organizzare una [vacanza sotto il segno del relax](#), del divertimento, dell'arte e nel suo insieme del [benessere](#). Considerata destinazione ideale per una completa “*remise en forme*”, Vichy è nota come la “regina delle acque” per le sue sorgenti termali. Oltre che per i rinomati prodotti cosmetici, essa si pone all'avanguardia per una vasta gamma di *proposte e pacchetti* mirati alla cura e alla bellezza del corpo presso moderne strutture quali, ad esempio, le *Thermes des Dômes*, il *Vichy Spa Hotel les Célestins* e le *Thermes Callou*.

Città del dipartimento dell'Allier, sulla destra del fiume Allier, 45 chilometri a nord-est di Clermont-Ferrand ai piedi del versante settentrionale del Massiccio Centrale, già nota ai Romani col nome di *Aquae Calidae*. La presenza di sorgenti termali favorì la fondazione della città e, nei primi due secoli dell'era cristiana, Vichy conobbe anche una grande prosperità economica e termale. Nel XVII secolo cominciò a svilupparsi il turismo termale moderno da parte dei nobili che trovavano le acque di Vichy “miracolose”. La cittadina di Vichy raggiunse il suo massimo splendore durante il regno di Napoleone III e, nel periodo della *Belle Époque*, era una città alla moda in cui ci si poteva curare (fegato, reumatismi, reni), ritrovare la forma fisica, ma anche divertire. Assieme ad altri 100.000 turisti, le personalità e le teste coronate del mondo intero frequentarono questa stazione termale in uno sfarzo che, ancora oggi, si riflette nell'architettura sontuosa dei suoi palazzi e nella bellezza degli immensi *parchi verdi*, come *parc des Célestins*, *parc des Sources* o *parc Napoléon*: oasi di tranquillità in pieno centro da esplorare in bicicletta o dove riscoprire la gioia di passeggiare e di fare sport all'aria aperta. Quanto ad attività sportive, a Vichy non c'è che l'imbarazzo della scelta, a

cominciare da tutti gli sport acquatici praticabili sul lago e nel fiume Allier, senza dimenticare il tennis, il golf (a 18 buche) e, non ultime, le corse ippiche all'*ippodromo Schon*; comunque, se non si ama eccessivamente lo sport, c'è la possibilità di crogiolarsi al sole sulle *spiagge attrezzate*, lungo le rive, del *fiume Allier* sentendosi come al mare, pregustando una cena in uno dei tanti ristoranti tipici. Infine, Vichy è anche il piacere di vagabondare per le vie dell'affascinante centro storico, visitare i musei e la fabbrica delle famose caramelle "*pastilles de Vichy*", andare per negozi scoprendo uno shopping alla portata di ogni budget e, la sera, lasciarsi trasportare da una movida frizzante e molto variegata, andando per locali, concerti e teatri oppure tentando la fortuna al Casinò.

La storia della fonte termale e del marchio Vichy: 80 anni di bellezza.

La fonte termale della sorgente *Lucas* di Vichy, come già detto, era conosciuta fin dai tempi dell'impero romano, ma solo nel 1931 questo prezioso regalo di "madre natura" trova posto nella cosmesi moderna; proprio nel 1931, durante un soggiorno a Vichy, Georges Guerin scopre, a seguito di una dolorosa caduta, le proprietà eccezionalmente calmanti dell'Acqua di Vichy e, assumendo le abduzioni che gli vengono prescritte dal Dr. Halles, medico del centro termale, ha modo di apprezzare le proprietà lenitive dell'Acqua Termale di Vichy. Da quel momento inizia la collaborazione tra i due e nasce una nuova idea di cosmetica: la "*Société d'Hygiène Dermatologique de Vichy*" (*S.H.D.V.*), una nuova concezione di prodotti di igiene e di trattamenti dermatologici; in breve, con la nascita di Vichy, nascono anche le basi della cosmetologia moderna.



Sempre nel 1931 Vichy crea le famose creme “*Secrets de Vichy*”; concepite in otto versioni diverse, basi ideali per le ciprie ed altre polveri colorate, declinate per tipo di pelle, con effetti: idratanti, protettivi, nutrienti e tonificanti. Nello stesso anno George Guérin sviluppa il *Lait de Beauté*, il primo latte detergente della storia e nel 1937 formula ‘Secret n°14’, la prima [crema anticellulite](#) della storia.

Negli anni 40, Vichy stupisce le donne offrendo loro un [olio abbronzante](#) la cui formula filtrante protegge l’epidermide dalle scottature. È anche il periodo in cui viene lanciata “*Peau Brune*” che regala alle gambe un bel colorito dorato.

Come dice la pubblicità dell’epoca:

“*Peau Brune regala alle gambe scoperte le sembianze della calza*”.

Nel 1961 Vichy sbarca in Italia, nel 1964 vengono proposti i *primi trattamenti* per i capelli, seguiti dai deodoranti e dalle creme per le mani e nel 1973 nasce *Normaderm*, una linea di prodotti per l’igiene e il trattamento della pelle grassa che, ancora oggi, rappresenta uno dei prodotti di dermo-cosmesi più venduti in farmacia.



Il 1975 è l’anno di *Equalia*, il primo grande trattamento specifico per l’idratazione della pelle. Se gli anni ’70 hanno rappresentato il decennio dell’internazionalizzazione della marca (con l’apertura di 10 filiali in Europa), gli anni ’90 rappresentano per la casa cosmetica e per la stazione termale un momento di svolta: “viene reintrodotta nei prodotti l’**Acqua Termale** di **Vichy**,

un *ingrediente unico*”, un’acqua antica, infiltrata così a fondo nelle rocce che impiega 10.000 anni per sgorgare in superficie, “*spinta*” dalla pressione del gas carbonico, “*un attivo di salute naturale, capace di lenire e fortificare la pelle allo stesso tempo*”.

Oggi Vichy è presente in tutto il mondo.

Fin dalla loro origine, I laboratori Vichy hanno abbracciato una *mission*: “*lavorare in collaborazione permanente con la comunità scientifica e medica internazionale, per sviluppare ogni tipo di conoscenza possibile sulla pelle*”.

La ricerca è il pilastro del *brand* Vichy; la continua innovazione dei trattamenti dermatologici ha consentito la registrazione di numerosi brevetti, rafforzando l'immagine esclusiva del marchio, con tutti i vantaggi che ne possono derivare.

In collaborazione con numerosi dermatologi di fama internazionale, Vichy si impegna a testare e dimostrare sistematicamente i risultati dei suoi trattamenti basandosi sul rigoroso *protocollo* dei *metodi* di valutazione scientifica

La ricerca Vichy mette a punto degli strumenti scientifici unici al fine di valutare, in modo oggettivo, i risultati dei suoi trattamenti; dal punto di vista innovativo, questi strumenti, insieme al parere degli specialisti, dermatologi, sono fonte di innumerevoli pubblicazioni scientifiche.



Tutti i prodotti Vichy rispettano una rigorosa certificazione etica, che garantisce la loro efficacia e la loro tollerabilità :

1. Prodotti testati ipoallergenici per ridurre al minimo le reazioni allergiche;
2. Prodotti a base di Acqua Termale di Vichy;
3. Prodotti testati su pelli sensibili;
4. Efficacia testata da dermatologi;
5. Prodotti fabbricati secondo i severi principi dell'industria farmaceutica.

L'acqua contenuta in tutti i prodotti Vichy, proviene dalla sorgente Lucas che, ricca di 17 minerali e 13 oligoelementi, risulta caratterizzata dal più alto contenuto di minerali tra tutte le acque della sorgente (5,1 g/l).

Test clinici e biochimici hanno provato la sua efficacia:

Anti-irritante e lenitiva, diminuisce notevolmente le sensazioni di pizzicore, prurito e infiammazione (test del professor Wilkinson, Ospedale di Amersham, Regno Unito)

Neurodermatologica, provoca la diminuzione dei marcatori biologici di irritazione (test epidermico in coltura)

Stimolante delle difese della pelle, provoca l'aumento significativo dell'attività della catalasi, un enzima di difesa anti-radicali della pelle (test della catalasi)

Con il nuovo millennio, si avvia l'ennesima azione evolutiva di marketing per Vichy. Il claim *"la salute è bella"* delinea il percorso della marca, un cammino verso la bellezza fatto attraverso il mezzo più sicuro ed efficace, la salute della pelle; Vichy rafforza la propria immagine quale promotore della cultura della *salute epidermica*:

- *credere nella salute, significa prendersi cura della pelle in un modo unico;*
- *comprendere che tutto comincia e si costruisce in profondità;*
- *riconoscere che senza la scienza nulla può progredire;*
- *considerare che la pelle ha le sue naturali risorse biologiche e che trattarla solo in superficie significa trascurarne l'essenziale;*
- *realizzare che la vera bellezza è molto più di quello che appare in superficie, perché la bellezza autentica nasce dalla salute della pelle;*

sono i nuovi principi promossi dal programma divulgativo, condotto da Vichy, attraverso l'attuazione del progetto *"I Centri per la Pelle Sana"*.

Il Centro per la Pelle Sana è un'iniziativa realizzata grazie al contributo scientifico di ISPLAD (International Society of Plastic-Aesthetic and Oncologic Dermatology) e con la collaborazione di Federfarma delle città ospitanti.

Questo progetto ha come obiettivo l'educazione alla pelle, facendo capire le esigenze specifiche della propria pelle e come prendersene cura in modo adeguato; con strutture itineranti, il Centro per la Pelle Sana raggiunge ogni anno una trentina di città italiane con un'*équipe* di dermatologi e farmacisti che gratuitamente offrono la loro consulenza.

Quest'anno, si celebrano gli **80 anni del marchio**. Per celebrare tale ricorrenza, viene lanciata una *Limited Edition* della famosa bottiglietta di acqua termale in spray, un 50 ml da borsetta realizzata dal prestigioso designer **Peggy Moquay**.

Al successo del marchio Vichy si è logicamente associata la fama della stazione termale, che ancora oggi rappresenta un punto di riferimento per gli amanti, non solo francesi, della *"remise en forme"*.

2.5 Terme e Benessere: le *"best practices"* italiane

La maggior parte delle realtà termali italiane, alcune delle quali di incomparabile bellezza e dalle enormi potenzialità, sono rimaste ancorate ad un'incomprensibile monofunzionalità: medico-sanitaria.

Esistono però terme, ovvero centri benessere in ambiente termale, che hanno operato una profonda trasformazione culturale e strutturale, passando da una concezione di termalismo tradizionale, che prevedeva la cura della malattia, ad un sistema di termalismo più evoluto, che abbraccia un concetto più ampio di salute, quello del benessere psico-fisico, con opportune metodiche che vanno da una corretta educazione alimentare, al *fitness*, ai massaggi, ai bagni in acqua termale fino ai trattamenti estetici. Ma le aziende termali che hanno intrapreso questa trasformazione sono, purtroppo, una minoranza.

Le Terme Euganee

Nella Regione Veneto, sono stati creati una serie di distretti produttivi con la finalità di valorizzare le risorse di cui il territorio dispone; l'approccio "*per distretti*" rende possibile il disegno di politiche economiche che abbiano la capacità di diffondere concretamente i loro effetti sul territorio in ampiezza e in profondità, cosa altrimenti estremamente difficile a fronte di un universo produttivo così variegato e parcellizzato. Tra i distretti "padovani" sinora approvati dalla Regione, di fatto, balza agli occhi quello *termale*; di cui si ritiene opportuno entrando nel evidenziare i caratteri distintivi.

Nell'area termale padovana sono state censite 112 strutture alberghiere; considerati gli stabilimenti termali, quella di Padova risulta la prima provincia in Italia, superiore per numero a tutte le regioni italiane, esclusa la Campania.

Il bacino euganeo, per entità di presenze di ospiti, raggiunge il 27% sul totale nazionale, oltre il 30% degli stabilimenti si colloca in una fascia di fatturato annuo superiore a 1,5 milioni di euro; rilevante si dimostra il ruolo degli enti locali, *Comuni, Provincia e Camera di Commercio*, nel sostenere le iniziative di promozione del polo termale attuate tramite un apposito consorzio partecipato dalle Associazioni di categoria. Si tratta di un distretto produttivo sia perché produce un elemento essenziale e unificante del servizio prestato, il fango termale, sia perché questo elemento deve essere gestito secondo una precisa programmazione che ne garantisca la conservazione e la qualità. Il distretto del termalismo della zona dei Colli realizza una condizione emblematica ed estremamente peculiare rispetto alla nozione generale di distretto produttivo; la funzione economica e sociale delle imprese in esso coinvolte risulta, infatti, strettamente correlata alla natura e alla conformazione stesse delle territorio, da cui trae origine e materia prima per lo

sviluppo delle proprie attività. Tali elementi di riflessione hanno contribuito all'idea di un progetto di revisione del piano turistico di queste località; un primo punto di tale progetto riguarda l'ampliamento del *target* di utenza, prevedendo l'inserimento di attività finalizzate ad un pubblico giovane e ad una apertura ad altri Paesi europei. In secondo luogo, si punta ad una nuova immagine delle terme: non più solo un "*luogo di riabilitazione*", per coloro che devono curare particolari patologie, ma una vacanza, a tutto tondo, all'insegna del relax; in particolar modo, si è voluto lanciare una nuova immagine delle terme euganee come una località, che, grazie ad una lunga competenza, possa offrire un prodotto flessibile e personalizzato, trasmettendo l'idea di prendersi cura e di "*coccolare*" i propri utenti. Si è pensato, quindi, alla creazione di un *call-center* internazionale, nonché di un ufficio composto da addetti che siano in grado di dare risposte il più possibilmente flessibili e personali a tutte le diverse esigenze degli utenti che, durante la vacanza, decidessero di recarvisi personalmente a chiedere dei consigli.

Si tratta, perciò, sia di uno sportello di *back office*, in grado di interagire con i principali soggetti e a cui vengono richieste le informazioni che possono interessare l'utenza (collaborazione con il sistema dei vari servizi di trasporto, con le aziende per la promozione turistica...), che di uno sportello di *front office*, o comunque raggiungibile telefonicamente, in grado di ascoltare le esigenze del potenziale turista e fornirgli informazioni e consigli prima della partenza, come durante il soggiorno. Il punto più difficile del progetto resta la capacità di creare cooperazione; osservando i *depliant* e i siti internet, si percepisce, infatti, l'esistenza di un forte individualismo legato al fatto che ogni singolo albergatore tende a costruirsi una propria politica di promozione. Pertanto, si può affermare che ciò che vuole caratterizzare più di ogni altra cosa tale distretto è la logica di cooperazione, grazie alla quale si intende coinvolgere un grande numero di soggetti per programmare il proprio rilancio, unendo forze e competenze, attraverso la creazione di quel "valore aggiunto" specifico di *unione*, che altre località termali stentano a raggiungere.

L'Emilia Romagna

Il *Consorzio del Circuito Termale*, costituito nel 1996 dalle Terme dell'Emilia Romagna, promuove lo sviluppo e la valorizzazione delle attività termali e turistiche, svolte dagli stabilimenti termali associati COTER srl, dal parmense al mare. In questi anni l'attività del Circuito Termale è diventata un punto di riferimento importante; è stato costruito un positivo rapporto con la Regione e ciò ha consentito di confermare il ruolo primario del settore nella regione: 320.000 clienti, 7.000.000 di cure erogate, 92 milioni di euro di fatturato complessivo. Le

imprese termali ritengono di assoluta importanza mantenere e potenziare il rapporto tra la componente pubblica e quella privata in un'ottica che punta al rafforzamento dell'integrazione con il territorio attraverso la positiva collaborazione con l'Unione Regionale Terme Salute e Benessere; si avverte l'esigenza di procedere nel percorso di modernizzazione e innovazione ampliando l'attività delle Terme negli ambiti della Riabilitazione e del Benessere Termale. Profondamente legate al territorio e alla cultura della regione, le terme esprimono compiutamente la vocazione all'ospitalità e all'innovazione. Per tutelare questo patrimonio, promuoverlo e migliorarne la qualità è nata, appunto, *l'Unione di Prodotto Terme, Salute e Benessere dell'Emilia Romagna*. Frutto della collaborazione tra soggetti pubblici e privati, l'Unione di Prodotto svolge azioni mirate alla promozione delle aziende e dei territori turistico termali; si propone così di valorizzare e far crescere l'economia dei territori termali nel rispetto dell'ambiente, favorendo il miglioramento della qualità dei servizi e dei prodotti dei propri associati. Nell'Unione sono compresi soci privati, quali associazioni di promozione del territorio, club di prodotto alberghieri, società turistiche, aziende termali, operatori del settore, e soci pubblici quali comuni, province e camere di commercio, uniti nello sforzo di valorizzare e far crescere l'intero comparto.

Da una ricerca del *Sole 24 Ore* emerge che il giro d'affari complessivo del settore termale in Emilia Romagna è arrivato a sfiorare i 100 milioni di euro nel 2005; i dati del 2005, forniti dal *Coter*, indicano una stabilità delle cure termali classiche, mentre è il settore del *wellness* che fa da traino, con una crescita di oltre il 30% rispetto al 2004.

Le aziende propongono oggi una grande varietà di programmi di bellezza che attraggono un pubblico sempre più giovane, in linea con l'indagine del *Censis* da cui risulta che i più interessati ai pacchetti di *"remise en forme"* sono proprio i giovani tra 18 e 29 anni.

La ricerca scientifica anche grazie all'avvenuta costituzione del Collegio di Consulenza Medica delle Terme dell'Emilia Romagna rappresenta un nuovo settore d'attività così come il Benessere Termale rappresenta uno strumento per avvicinare alle Terme le nuove generazioni di consumatori.

Proprio il Benessere Termale richiama ad una continua capacità innovativa che mette in campo i valori aggiunti e l'eccellenza delle Terme dell'Emilia Romagna, rappresentati principalmente dalla capacità organizzativa strutturata, dalle professionalità presenti nelle Terme e dal valore curativo delle acque; uno studio sulla *"Qualità nel sistema turistico dell'Emilia-Romagna"* ha indagato sui fattori di base che determinano soddisfazione: le tabelle seguenti ne riportano i risultati.

Tabella 12. Fattori di base

Soddisfazione < media	Soddisfazione > media
<ul style="list-style-type: none"> • Varietà dell'offerta di attrattive e opportunità (cinema, teatri, ecc.); • Qualità e varietà dei negozi e dello shopping. 	<ul style="list-style-type: none"> • Facilità di accesso e raggiungibilità della località; • Livello/ Confort della struttura ricettiva; • Ubicazione ottimale della struttura ricettiva rispetto alle attività da svolgere.

Nei requisiti basilari l'analisi, evidenzia quale debolezza relativa: l'offerta complementare di intrattenimenti e svago e la qualità/ varietà dei negozi in cui fare shopping, carenza rilevata in tutte le stazioni termali considerate.

Tabella 13. Fattori chiave

Soddisfazione < media	Soddisfazione > media
<ul style="list-style-type: none"> • Informazioni adeguate sui tipi di cura e consigli per il post-cura. 	<ul style="list-style-type: none"> • Rapporto qualità/prezzo complessivo del soggiorno; • Rapporto qualità/prezzo della struttura ricettiva; • Ristorazione in albergo; • Efficacia e varietà della cure proposte; • Possibilità di usufruire di presenza medica; • Specializzazione della stazione termale; • Esistenza di programmi di bellezza e benessere; • Qualità e varietà della ristorazione nella località.

Anche dalla tabella 13 emerge una situazione ampiamente favorevole con tutti i fattori "chiave" valutati positivamente; l'unica debolezza riguarda le informazioni e consigli per il post-cura, ma si tratta di una carenza relativa in quanto la soddisfazione espressa è comunque elevata.

Vale la pena sottolineare come una politica di nicchia suggerisca di intervenire per potenziare le dotazioni e i servizi delle strutture alberghiere e, specificamente, la possibilità di effettuare cure all'interno dell'albergo; tali interventi non sono globalmente percepiti rilevanti, pur tuttavia sarebbero in grado di elevare la soddisfazione di segmenti specifici di ospiti.

Tabella 14. Valori aggiunti

Soddisfazione < media	Soddisfazione > media
<ul style="list-style-type: none"> • Possibilità di fruire di cure all'interno della struttura ricettiva; • Varietà delle dotazioni e dei servizi della struttura ricettiva: animazione, piscina, giardino, parcheggio, palestra, ecc.); • Rapporto qualità/prezzo dei servizi aggiuntivi: (ristoranti, trasporti, intrattenimenti, terme, ecc.) 	<ul style="list-style-type: none"> • Organizzazione della circolazione e dell'accesso all'area (traffico, parcheggi, affollamento, rumore) • Atmosfera e ospitalità nella località • Conservazione, condizioni igieniche e pulizia della località • Ambiente naturale e attrattive paesaggistiche • Presenza nella struttura, in cui alloggia, di dotazioni dedicate a soddisfare specifiche esigenze (disabili, anziani, non fumatori) • Cortesia e professionalità del personale in contatto con i turisti nella località (guide, uffici informazioni, servizi complementari,) • Stato di manutenzione e funzionalità degli spazi della struttura ricettiva;

Le Terme dell'Emilia Romagna, presentano un certo fattore di "resistenza" all'orientamento verso la clientela non strettamente termale (*curisti*), la regione stessa fornisce una maggiore propensione verso l'aspetto "cura". L'Emilia Romagna riporta, infatti, la più alta percentuale di provenienza regionale dei *curandi* Italiani;

inoltre risulta essere la regione con il più alto indice di propensione della domanda all'esperienza termale, rispetto alle altre regioni italiane. Nel complesso le Terme dell'Emilia Romagna riportano una posizione di mercato, in relazione al materiale promo pubblicitario, molto equilibrata.

Terme di Tabiano: qualità certificata

Prime in Europa ed in Italia, le Terme di Tabiano hanno ottenuto la registrazione **EMAS** (*Environmental Management and Audit Scheme*) secondo il Regolamento C.E. n.761/2001 per il proprio stabilimento idropinico e idrotermale, per i servizi non termali relativi al benessere fisico, per la produzione di acque minerali termali e per la fabbricazione di prodotti di cosmesi all'acqua termale. Un'importante riconoscimento che si aggiunge alla certificazione ambientale UNI EN ISO 14001:1996, conseguita il 30 aprile 2003, e alla certificazione qualità UNI EN ISO 9001:2000, ottenuta nel dicembre 2003 come adeguamento del sistema di gestione qualità esistente, già certificato nel 1999 secondo la norma UNI EN ISO 9002:1994. L'attività termale svolta a Tabiano ha assunto importanza anche come insieme integrato di servizi per il miglioramento della salute e del benessere psicofisico dell'individuo, erogati nel quadro di un ambiente sano e tutelato; la protezione dell'ambiente, in linea con quanto richiamato dalla Legge di riordino del settore termale (Legge 323/2000), rappresenta per Terme di Tabiano Spa una prerogativa fondamentale: l'acqua termale è utilizzata direttamente come veicolo di prestazioni termali, cosmetologiche e riabilitative alle persone, quindi, non deve essere soggetta ad alcuna forma di inquinamento. Inoltre, gli aspetti ambientali connessi con i servizi offerti dall'azienda e con la fabbricazione dei prodotti all'acqua termale (es. consumi idrici ed energetici, rifiuti sanitari, scarichi liquidi, sostanze pericolose, traffico etc.) devono essere tenuti sotto controllo e migliorati.

Il valore della registrazione EMAS assume ancora più importanza per due ordini di motivi:

- il primo posto in graduatoria che Terme di Tabiano Sp.A ha fatto registrare nel 2002 e nel 2003 in termini di prestazioni curative termali e riabilitative e di numero di arrivi di *curandi* nell'ambito del CO.T.ER, il Consorzio Termale Emiliano Romagnolo che raggruppa oltre il 99% dell'offerta termale in Emilia Romagna;
- lo Stabilimento Termale e quello di produzione di bottiglie e bombole all'acqua termale sono l'attività economica predominante nella frazione di Tabiano.

Ne discende infatti che, da un lato, il miglioramento ambientale conseguito può costituire uno stimolo anche per altre realtà consistenti del settore termale a livello regionale e nazionale e, dall'altro, che il medesimo miglioramento può contribuire in modo rilevante alla gestione degli aspetti ambientali della località parmense. Con il sistema di gestione ambientale impostato, Terme di Tabiano Spa intende assicurare una gestione sistematica dei propri aspetti ambientali nel rispetto delle disposizioni di legge e nell'ottica del miglioramento continuo della propria prestazione ambientale; al fine di dare concreta attuazione a tali obiettivi Terme di Tabiano ha approvato la Politica Ambientale, contenente i principi generali in materia di tutela dell'ambiente, e un Programma Ambientale, tramite il quale attivare il miglioramento della propria prestazione ambientale. L'insieme integrato di obiettivi e iniziative ambientali è realizzato, inoltre, nel quadro di una struttura organizzativa e di un sistema di procedure gestionali e operative che, partendo dalla valutazione periodica degli aspetti ambientali giunge, tramite il controllo operativo e la sorveglianza dei risultati, anche a mezzo di *audit* ambientali interni, al riesame periodico finale della direzione, in applicazione della filosofia del ciclo di miglioramento continuo tipica dei sistemi di gestione.

2.6 Il proliferare dello Pseudo-Benessere Termale

In generale, il grave ritardo nel porre attenzione ai cambiamenti degli stili di vita da parte degli operatori del settore termale ha lasciato libero un enorme varco nel quale si sono introdotti - con estrema facilità - i cosiddetti "Centri Benessere" o "Beauty Farm", sorti un po' ovunque, negli ultimi venti anni, molto spesso allo scopo di rivitalizzare alberghi scarsamente occupati o allo scopo di riutilizzare enormi fabbricati in abbandono quali ville, castelli, monasteri e altro. Tale colpevole disattenzione a questo importante processo di cambiamento nei desideri dell'utenza ha lasciato ad altri l'occasione di intercettare nuovi bisogni avvalendosi, per altro, di *segni e prodotti distintivi* che da sempre avevano caratterizzato unicamente il settore termale. Parole quali "terme", "termale", "acqua termale", "fango termale", "idrotermale", "idromineral", "thermae", "spa" sono state, talvolta, usate in maniera impropria.

La legge appositamente varata per il riordino del Sistema Termale del 24/ 10/ 2000 n.323 (al secondo comma dell'articolo 2 – *Definizioni* -) stabilisce che:

I termini "terme", "termale", "acqua termale", "fango termale", "idrotermale", "idromineral", "thermae", "spa (salus per aquam)" sono utilizzati esclusivamente con riferimento alle fattispecie aventi riconosciuta efficacia terapeutica ai sensi del comma 1, lettera b)".

Tuttavia, nonostante le chiare disposizioni legislative, si possono tuttora elencare centinaia di violazioni a questa legge, come ad esempio, i vari prodotti cosmetici messi in commercio, anche da multinazionali del settore (cosmetico), che riportano una o più diciture in violazione della legge: “*prodotto contenente estratti termali*”, “*fango termale*”, “*maschera termale*”, “*bendaggio termale*”; molti sono i centri estetici che si fregiano, nelle loro insegne, del nome termale annoverando trattamenti a base di estratti termali nei loro listini. E ancora: assistiamo a una proliferazione incontrollata delle c.d. “*terme cittadine*” o “*city spa*” o “*urban spa*” in palese violazione della legge non disponendo, tali centri, di acque termali.

Purtroppo gli abusi e le violazioni della legge 323 rischiano di penalizzare seriamente le aziende termali che continuamente sostengono costi enormi nella conservazione delle acque termali a fini terapeutici, nella ricerca scientifica e nella innovazione degli impianti di emungimento e di erogazione di trattamenti.

La legge che tutela le caratteristiche peculiari delle acque termali, quindi, esiste ma non sempre viene rispettata, contribuendo ad alimentare una enorme confusione nel settore del benessere e a disorientare il consumatore il quale non percepisce più la differenza esistente fra un Centro Benessere con acqua termale e un Centro Benessere privo di acqua termale.

Risulta necessario riappropriarsi dei propri marchi distintivi. È importante che sia fatta chiarezza sul vero significato dell’acronimo “*SPA*” = *Salus per Aquame* che la salute per mezzo dell’acqua non si ottiene utilizzando qualsiasi tipo di acqua, ma si ottiene unicamente con l’utilizzo delle acque termali ricche di minerali, le cui virtù terapeutiche sono conosciute da millenni e confermate da studi e ricerche scientifiche testate su milioni di individui e validate in migliaia di pubblicazioni da medici e scienziati.

A proposito dello scontro-incontro fra terme e benessere, l’*istituto Doxa* ha svolto, nel 2004, un’indagine allo scopo di conoscere l’opinione dei cittadini sulle cure termali ed i centri benessere, alcuni dei dati emersi meritano particolare attenzione. Le cure termali vengono associate più spesso alla possibilità di *rimettersi in forma*, migliorando il proprio stato di salute, infatti il 53,5% ha collegato le cure termali soprattutto alla possibilità di migliorare lo stato di salute in generale, il 20,6% alle possibilità di prevenzione ed il 19,6% alla cura di disturbi specifici. Inoltre, come si evince dal grafico 12, rispetto al 1998, aumentano nella nuova indagine le associazioni delle cure termali con la possibilità di rimettersi in forma (dal 47% al 53,5%) e diminuiscono le altre risposte (dal 22,4% al 20,6% per la prevenzione e dal 21,9% al 19,6% per la cura di disturbi specifici).

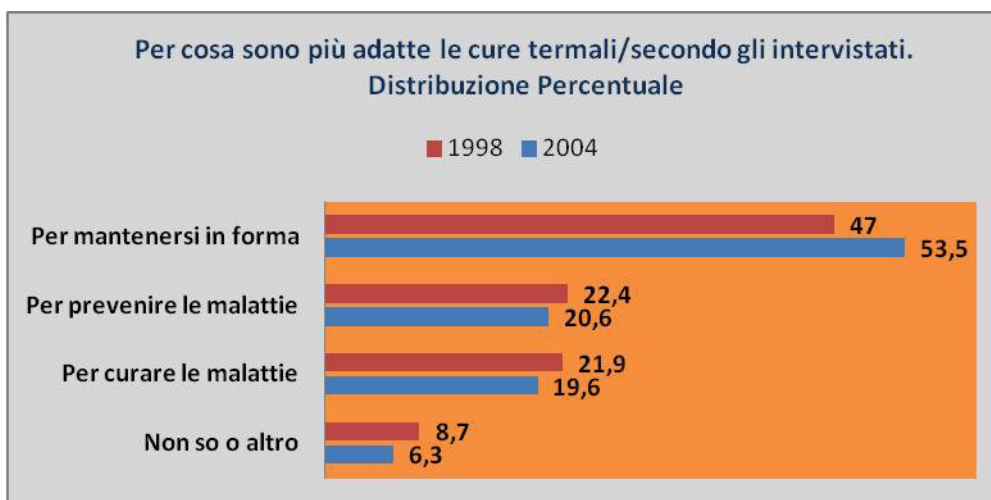


Grafico 12. Fonte: Indagine Doxa

In riferimento all'efficacia delle cure termali nell'area delle terapie specifiche: della prevenzione e del benessere in generale (rimettersi in forma e migliorare lo stato di salute) i risultati dell'indagine sono illustrati nel grafico seguente.

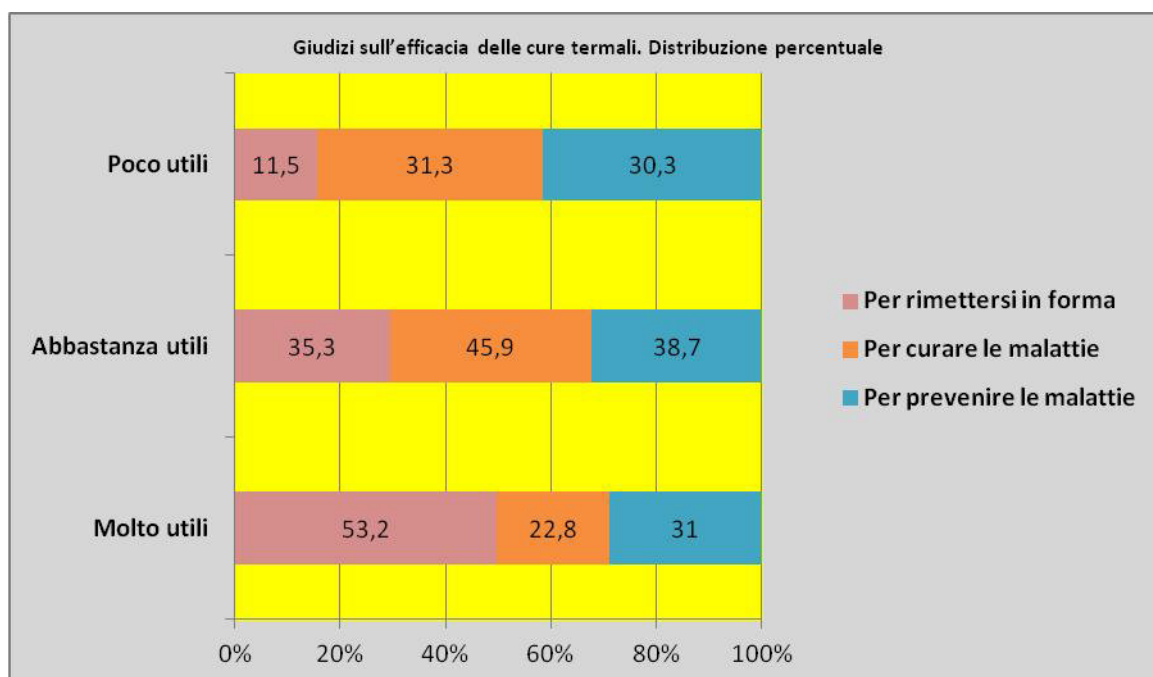


Grafico 13. Fonte: Indagine Doxa

Oltre metà (53%) degli adulti considerano le terme molto efficaci per rimettersi in forma, 31% per curare alcune malattie e quasi altrettanti (30%) per prevenire le malattie. Se si considerano tutte le associazioni positive (moltissimo, molto o abbastanza efficaci), si osserva che le cure termali vengono considerate efficaci dall'88% per rimettersi in forma e per migliorare il proprio stato di salute, dal 77% per curare malattie e dal 69% per prevenirle. L'associazione fra terme e benessere (anche indipendentemente da disturbi e problemi specifici) risulta comunque molto diffusa.

2.7 Analisi del mercato italiano turistico-termale (Domanda/ Offerta)

Nello studio "Impresa Turismo 2011" (a cura dell'Osservatorio Nazionale del Turismo), vengono affrontate cinque aree tematiche:

1. la prima, fornisce una visione di sintesi sulla domanda turistica, sui *trend*, sulle scelte di prodotto e sui canali della comunicazione che influenzano le decisioni di vacanza;
2. la seconda mira a indagare il tema degli attrattori del turismo e della competitività dei territori;
3. la terza fornisce testimonianze degli operatori di settore relativamente alle esperienze di successo, relativamente ai prodotti motivazionali come l'enogastronomia e la cultura del piccolo, dai borghi storici ai centri minori;
4. la quarta è un "Compendio turismo" sui risultati del 2010, che analizza il comparto ricettivo e le sue *performance* di vendita, le scelte degli italiani, i prodotti turistici italiani (in termini di risultato e di comportamento dei singoli mercati, italiani e stranieri, e dei *target* che li scelgono - motivazioni, canali di influenza, attività svolte durante il soggiorno). Questa sezione, inoltre, analizza la capacità dei prodotti turistici italiani di incidere sui mercati internazionali;
5. infine, una prima visione sul turismo nel 2011.

Per gran parte dell'umanità la conoscenza è una componente fondamentale della vita, scoprire il mondo e tutto ciò che ci circonda risulta decisivo per conoscere non solo gli altri, ma anche noi stessi; un piacere unico, insostituibile, che non può essere sostituito dal semplice relax; nel nostro viaggiare siamo spesso inconsapevoli del fatto che acquisiamo nuove esperienze. Un popolo, una città, una

spiaggia, un lago, un fiume, una montagna, un vulcano, un panorama non sono solo bellezze o diversità che percepiamo con i cinque sensi, sono anche un'esperienza unica di accrescimento personale e collettivo; le nostre scoperte si intrecciano con quelle degli altri e formano una rete fittissima di scambi utile a tutti.

La rivoluzione degli ultimi decenni, la più importante della storia dell'uomo, quella che riguarda la velocità degli spostamenti e la tecnologia, ci permette di vedere nel corso di un'esistenza un numero di luoghi inimmaginabili a parità di condizioni rispetto a cinquant'anni fa. Il viaggio sembra perdere un po' di fascino e l'impossibile, diventato possibile, risulta meno poetico ed avventuroso; il turismo *di massa*, fa storcere il naso a molti, quello *mordi e fuggi* fa addirittura inorridire gli operatori dell'*incoming* turistico. Eppure oggi possiamo vivere le esperienze degli altri molto più facilmente e questo può sconfiggere concretamente diffidenze e paure: vista da lontano spesso la realtà ci appare distorta, incomprensioni e pregiudizi sono le basi dell'intolleranza; condividere insieme ad altri popoli e ad altre culture esperienze diverse rafforza, invece, il senso di casa comune e di umanità. La bellezza insuperabile del viaggio scaturisce dallo stupore e dal piacere di conoscere nuove realtà e di provare nuove esperienze; l'opinione dei turisti italiani e stranieri nei confronti dell'esperienza turistica nel nostro paese è complessivamente positiva, soprattutto grazie ad alcuni fattori trainanti legati alla nostra identità: in particolare, la "qualità del mangiare e bere", e il "senso di ospitalità" della gente.

Il giudizio attribuito dai turisti italiani è in media pari a 7,9, in una scala da 1 a 10, e raggiunge l'8 per quelli stranieri. Lo scorso anno, la stessa indagine aveva rilevato un valore medio pari a 7,4 per gli italiani e 7,6 per gli stranieri; dunque, si osserva un miglioramento consistente, anche se i valori rimangono ancora distanti dall'eccellenza. Gli aspetti dove il giudizio risulta evidentemente solo "poco entusiasmante" possono essere riassunti in due questioni cruciali: appetibilità del contesto e costi; il traffico, l'organizzazione del territorio, l'offerta culturale e di intrattenimento, il rispetto per l'ambiente, i livelli di inquinamento sono tutti fattori di soddisfazione dove il risultato è ampiamente al di sotto della media.

In sostanza, gli elementi che incidono nella qualità di una destinazione sono percepiti dai turisti come non particolarmente brillanti; per altro, dagli stranieri tendenzialmente peggio rispetto agli italiani.

Tabella 15. Giudizio medio attribuito sul soggiorno

Giudizio medio attribuito sul soggiorno (minimo:1 – Massimo:10)	Italiani	Stranieri			TOTAL E
		Europei	Extra Europei	Totale	
La qualità del mangiare e bere	8.1	8.2	8.0	8.1	8.1
La cortesia/ ospitalità della gente	7.9	8.1	7.9	8.0	8.0
L'accoglienza nelle strutture di alloggio	7.9	8.0	7.9	8.0	8.0
La pulizia dell'alloggio	7.8	7.8	7.6	7.8	7.8
La pulizia del luogo	7.5	7.7	7.5	7.7	7.6
L'offerta culturale	7.5	7.7	7.7	7.7	7.6
L'offerta di intrattenimento	7.5	7.6	7.6	7.6	7.6
Il costo dell'alloggio	7.6	7.6	7.5	7.6	7.6
Informazioni turistiche	7.5	7.7	7.5	7.6	7.6
L'organizzazione del territorio	7.4	7.6	7.4	7.6	7.5
Il costo della ristorazione	7.4	7.5	7.3	7.5	7.4
Il costo dei trasporti locali	7.3	7.5	7.2	7.5	7.4
Il traffico	7.0	7.3	7.2	7.3	7.1
Offerta turistica nel complesso	7.9	8.0	8.0	8.0	7.9

Fonte- Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

In generale, così come si evince dalla tabella 15, mentre alla *qualità del mangiare e del bere* vengono attribuiti i punteggi più alti, segno di un elevato livello di soddisfazione dell'utenza, per contro, i *costi* sia della ristorazione che degli alloggi e, ancor più, dei trasporti locali raggiungono il livello di soddisfazione minore; le attività costituenti l'offerta di intrattenimento e svago riescono a raggiungere sufficienti livelli di gradimento, l'organizzazione del territorio presenta margini di miglioramento, mentre il traffico risulta essere ancora l'elemento peggiore nella scala di valutazione, necessitando quindi opportuni e incisivi interventi finalizzati ad ottimizzarne le condizioni. Sono evidenze che chiamano in causa il soggetto pubblico, prima di tutto a livello locale: sottolineano la necessità di un impulso nuovo ad una politica territoriale orientata al miglioramento dei luoghi sia in termini di cura ambientale che di vivibilità. Evidenziano anche la necessità di porre grande attenzione alle politiche sulle tariffe del servizio taxi, la questione di fondo è quasi ovvia: non è possibile far crescere i prezzi dei servizi offerti se non aumenta, prima, la qualità complessiva del luogo e dei servizi stessi.

Ovviamente è possibile, ma soprattutto auspicabile, posizionarsi sulla fascia di mercato “alta qualità, alto prezzo”; per contro, appare semplicemente sciocco ipotizzare che possa esistere un posizionamento del tipo “alto prezzo, qualità media, o addirittura bassa”.

I processi di globalizzazione delle offerte disponibili per la domanda incidono sensibilmente sulla quota di turisti che scelgono ogni anno di tornare in vacanza nella stessa destinazione. Sebbene in Italia la quota dei turisti “*repeater*” si mantenga su livelli elevati, le dinamiche di competizione con le mete turistiche mondiali erodono questi segmenti; nel 2010, infatti, anche l’area prodotto di offerta dove la domanda è maggiormente fidelizzata, come quella della montagna, ha registrato il 69,4% di turisti *repeater* italiani, contro il 73,5% del 2009, mentre i turisti *repeater* internazionali sono stati il 30,3%, rispetto al 41,3% dell’anno precedente. Permane comunque, anche nel 2010, in ciascuna area prodotto una quota di turisti fedeli che costituisce lo zoccolo duro di clientela e di ospiti, anche su quei prodotti dove il processo di fidelizzazione è più complesso, come le grandi città che nel 2010 hanno ospitato il 50,2% di *repeater* italiani ed il 25,2% di stranieri.

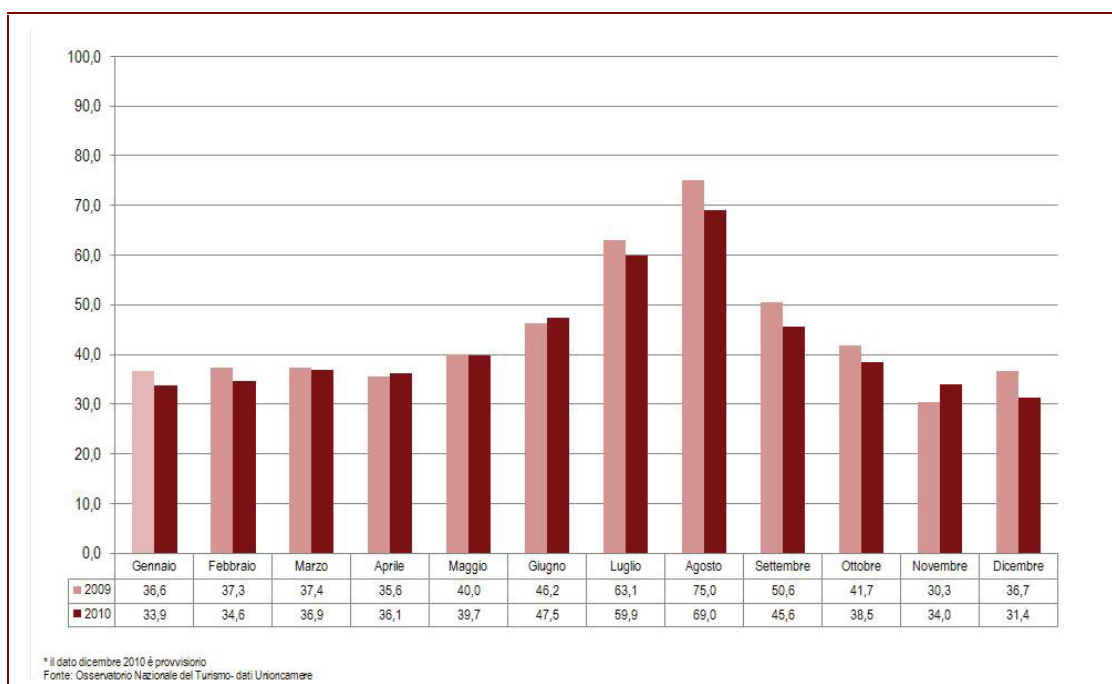
Il settore turistico ricettivo nel 2010

Per le strutture ricettive, il 2010 si caratterizza come un anno di sostanziale tenuta rispetto al 2009 ad eccezione della stagione estiva quando, invece, gli operatori registrano delle flessioni nelle vendite delle camere che riguardano in particolare il comparto complementare. L’andamento dell’anno non è stato lineare, infatti:

- nel primo trimestre 2010 le imprese ricettive alberghiere ed extralberghiere hanno venduto in media il 35,2% delle camere disponibili, realizzando un’occupazione sostanzialmente in linea con lo stesso periodo del 2009 (-1,9%);
- nel secondo trimestre, nonostante il maltempo che ha caratterizzato la primavera, hanno realizzato una media di occupazione delle camere pari al 36,1% in aprile, al 39,7% in maggio ed al 47,5% in giugno, rispetto al 2009, dunque, si registra una sostanziale parità, Città d’arte (+3,7%) e montagna (+2,4%) si confermano prodotti di punta del periodo;
- l’estate 2010 si chiude con un bilancio passivo: il mese di luglio, con il 59,9% di occupazione camere, è leggermente in calo rispetto allo scorso anno (-3,2%) ed agosto, con il 69% di camere vendute, non raggiunge il picco degli scorsi anni e si chiude con *performance* negative per le imprese ricettive (-6%). Tra i due comparti ricettivi l’occupazione camere è

pressoché in linea nei mesi di luglio (hotel 60,1%, strutture extralberghiere 59,7%) e agosto (hotel 68,4%, strutture extralberghiere 69,6%), mentre a settembre le vendite negli hotel sono superiori (hotel 50,4%, strutture extralberghiere 38,4%);

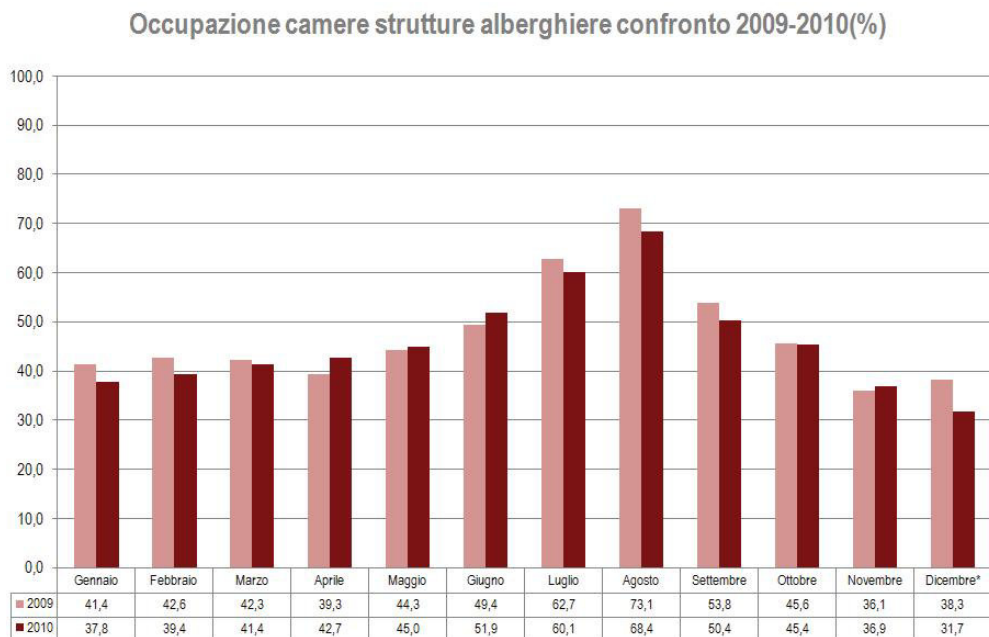
Grafico 14



- infine come rilevabile dal grafico 14, l'anno si chiude con un trimestre di tenuta, con il 38,5% di camere vendute ad ottobre (-3,2%), il 34% a novembre (+3,7%) ed il 31,4% a dicembre (-5,3%). Le imprese alberghiere registrano il 45,4% di occupazione camere ad ottobre, il 36,9% a novembre e il 31,7% a dicembre, mentre le imprese ricettive extralberghiere vendono in media circa 3 camere su 10. Rispetto al 2009, le città mantengono un andamento di crescita in tutti i mesi del trimestre.

Nonostante le criticità, la montagna costituisce l'area prodotta in cui per il mese di dicembre si rileva la media maggiore di camere occupate (39,2%), mentre in ottobre e novembre spiccano i valori medi delle città (53,8% e 42,8%).

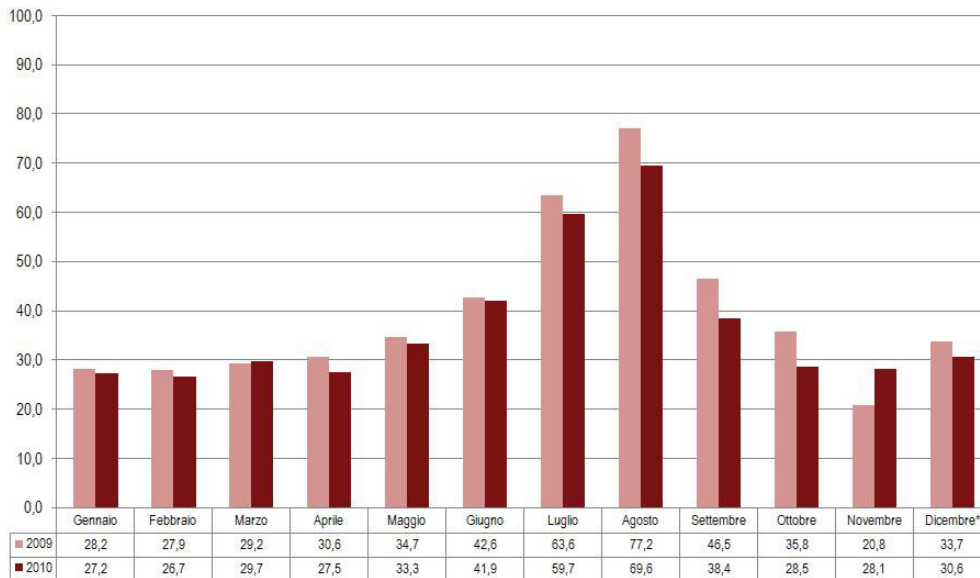
Grafico15



* Il dato dicembre 2010 è provvisorio
Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

Grafico16

Occupazione camere strutture extralberghiere confronto 2009-2010 (%)



* Il dato dicembre 2010 è provvisorio
Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

Tabella 16

Occupazione camere 2010 per area-prodotto (%)								
Mese	Città d'Arte	Montagna	Terme	Lago	Mare	Campagna	Altre località	Italia
Gennaio	42.4	42.8	30.0	26.4	20.9	26.3	33.7	33.9
Febbraio	43.9	43.0	30.3	25.9	21.6	27.5	34.8	34.6
Marzo	50.1	39.8	32.1	28.9	25.0	31.3	35.4	36.9
Aprile	51.3	28.8	35.7	31.3	29.2	35.8	40.4	36.1
Maggio	55.1	29.2	39.3	37.4	35.4	41.1	40.0	39.7
Giugno	54.6	38.8	43.7	45.2	49.5	46.8	43.5	47.5
Luglio	66.9	50.0	48.9	66.7	65.2	46.6	48.3	59.9
Agosto	69.0	62.6	66.8	73.7	77.0	57.0	53.4	69.0
Settembre	59.3	37.6	45.1	42.1	43.4	42.1	39.6	45.6
Ottobre	53.8	33.5	44.4	26.0	35.6	39.6	36.8	38.5
Novembre	42.8	31.8	31.3	31.3	28.5	30.9	34.3	34.0
Dicembre	34.5	39.2	36.4	30.9	23.7	26.5	27.6	31.4

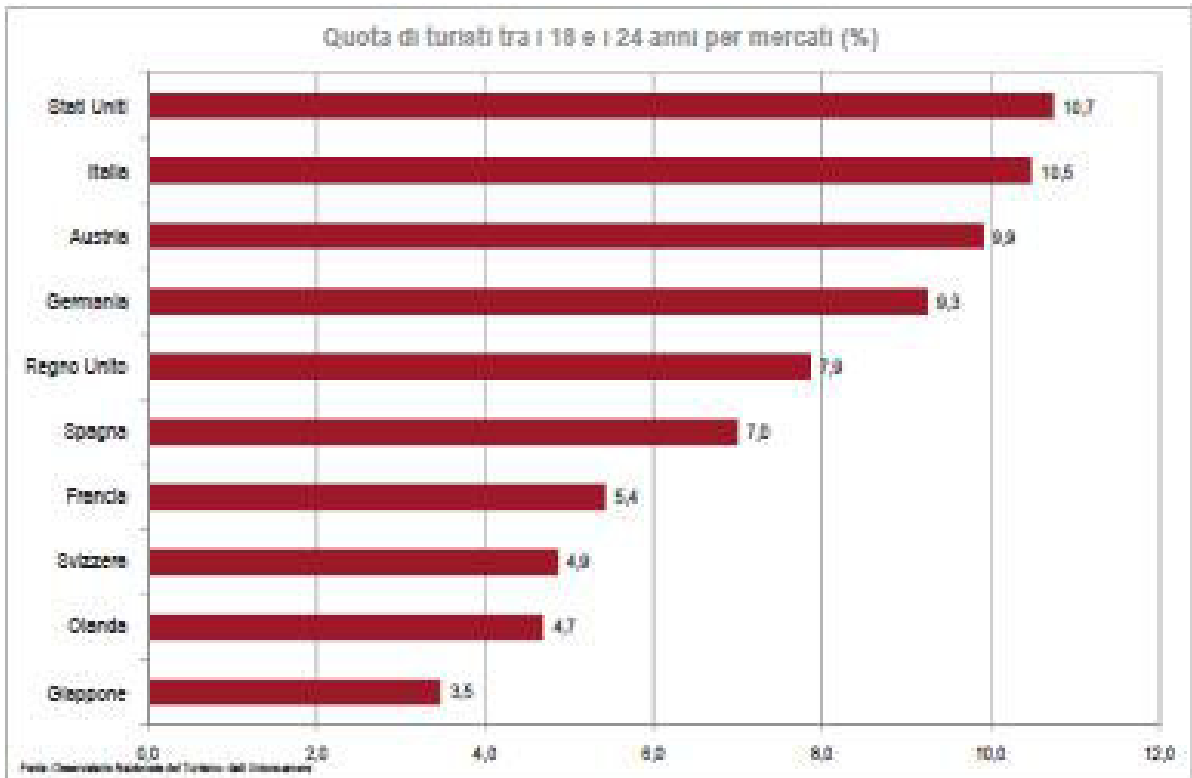
Fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo- dati Unioncamere

I target turistici italiani

I giovani

In Italia, il turismo composto dalle due fasce di età agli estremi, ossia i giovanissimi tra i 18 e 24 anni e gli over 60, rappresenta il 21,1% di quello totale; in particolare, i giovani rappresentano il 9,4%, con una quota leggermente superiore tra gli italiani (10,5%), che rappresentano, comunque, il 60% di questo *target*; tra gli stranieri, poco meno del 40% dei giovani in vacanza in Italia, i ragazzi provengono dagli Stati Uniti (rappresentano il 10,7% degli statunitensi in vacanza in Italia), dall’Austria (9,9%) e dalla Germania (9,3%), mentre, attualmente, su questo *target*, non sono significativi mercati come il Giappone (appena il 3,5% dei giapponesi in Italia rientra in questa fascia di età), l’Olanda (4,7%), la Svizzera (4,9%) e la Francia (5,4%).

Grafico 17



I giovani stranieri

Gli stranieri sono i veri appassionati delle nostre città, che rappresentano la destinazione di circa il 40% di questi giovani e, soltanto in seconda battuta, scelgono le vacanze al mare (28%) o in montagna (15% circa); sono affascinati dalla bellezza dei luoghi, ma vengono in Italia perché vogliono divertirsi e fare sport. Il *made in Italy* ha un forte *appeal* anche sui giovani stranieri, che, durante le loro vacanze italiane lo vivono soprattutto attraverso la cultura, lo shopping e l'enogastronomia. Per questo *target* i consigli degli amici e dei conoscenti sono un'indicazione preziosa per scegliere la destinazione di vacanza, ma nel loro caso Internet assume un'autorevolezza particolare, e si dimostra in grado di indirizzare le decisioni in oltre il 35% dei casi, soprattutto grazie alle informazioni presenti in rete.

In particolare, accanto alle motivazioni principali, i tedeschi viaggiano alla ricerca di destinazioni mai visitate (19%), scelgono mete vicine (16%), mentre non si

rivelano particolarmente sensibili agli aspetti culturali o alla convenienza dei prezzi. Amano lo shopping (28%), il buon cibo (22%), ma anche la cultura e, durante le vacanze in Italia, visitano i monumenti e le mostre. Gli statunitensi sono particolarmente influenzati dalle decisioni prese dalla famiglia (che rappresentano la motivazione principale della vacanza in oltre il 32% dei casi), ma accanto a questo, scelgono l'Italia cercando località esclusive (26,4%) e ricche di arte, storia e cultura, e durante le vacanze italiane visitano mostre e musei (27%) e monumenti (42%), vanno ai concerti e fanno shopping. I britannici, infine, si affidano all'ospitalità di amici o parenti o, in alternativa, vanno alla ricerca di località esclusive e, accanto alle attività sportive e alle escursioni, cultura, tradizioni e gastronomia sono al centro dei loro interessi.

Gli stranieri mostrano un interesse limitato verso le aree naturalistiche e termali, che rappresentano una meta di vacanza rispettivamente per il 5,4% e per il 2,5% dei turisti che trascorrono un soggiorno in Italia.

Gli stranieri, anche quelli più giovani, sono i veri appassionati delle nostre città, che vedono come luoghi dinamici e ricchi di opportunità, in cui coniugare il divertimento, l'arte e la cultura. Sono attratti dalle destinazioni culturali (21%) più esclusive (19%), dalla voglia di scoprire posti di cui hanno sentito parlare, ma che non conoscono (18%) e che, oltre agli aspetti artistici e culturali, possono garantire animazione e divertimento (17%). La vacanza nelle città è prima di tutto un'occasione per visitare il patrimonio artistico e culturale, e i ragazzi stranieri non mancano di vedere le mostre in corso (33%) o i monumenti più famosi (41% circa); tra le attività preferite, anche la ricerca di buon cibo (23%) e la partecipazione ai concerti e agli spettacoli musicali (19,5%). La scelta della meta migliore avviene quasi esclusivamente attraverso due canali: il passaparola di chi vi è già stato e Internet, ormai in grado di offrire informazioni complete e aggiornate per ogni esigenza, anche attraverso le sue forme più attuali, come i *blog* e i *social network*.

Il 28% dei giovani che dall'estero viene in vacanza in Italia, sceglie una località balneare. La voglia di divertimento rappresenta la motivazione principale per il 29% dei ragazzi stranieri, che scelgono le nostre coste anche in base alla vicinanza (22%) e alla bellezza del mare e della natura (18%) o per la possibilità di fare sport (12%). Per i ragazzi stranieri il mare è soprattutto il posto ideale per dedicarsi allo sport (56%), ma anche un luogo di shopping (27%) e di *movida* (26%); le loro scelte sono particolarmente influenzate dalla famiglia, ma in primo luogo, contano il passaparola (42%) e Internet (26% circa).

Così come per i giovani turisti italiani, anche per gli stranieri la montagna italiana è un luogo dove praticare il proprio sport preferito; accanto a questa, che

rappresenta la motivazione principale per il 77% dei ragazzi stranieri che fanno una vacanza sulle nostre montagne, la scelta ricade su destinazioni naturalistiche belle (45%) e in grado di essere competitive sul prezzo (16,3%). La scelta della vacanza in montagna è influenzata soprattutto dalle informazioni reperibili attraverso la rete (41%) ma rispetto alle altre destinazioni è più sensibile alle indicazioni fornite dalle guide turistiche (7,4%), ma anche ai film o ai documentari.

I senior italiani

Gli italiani scelgono soprattutto la vacanza nelle località balneari, le coste rappresentano la destinazione di oltre il 39% degli over 60, che viaggiano alla ricerca di luoghi per immergersi nel relax, in una natura incontaminata; rispetto ad altri *target* viaggiano di più alla ricerca di soggiorni legati al benessere e per seguire eventi o itinerari ispirati alla religione. La vacanza trascorre all'insegna della buona gastronomia, dell'arte e dello shopping, che rappresentano la chiave di lettura del territorio e delle escursioni nei dintorni del luogo scelto per la vacanza.

A livello generale, sembra trattarsi di un *target* più abitudinario, pertanto, l'esperienza personale è la vera discriminante nella scelta della destinazione di vacanza, in grado di influenzare le decisioni degli over 60 in oltre il 48% dei casi. Su questo *target*, Internet si rivela in sostanza ininfluente.

Le località termali rappresentano una meta di vacanza per meno del 9% dei turisti *senior*, che le scelgono per i trattamenti nelle *spa* e nei centri termali e per trascorrere periodi di relax. Il 6,6% va in vacanza nelle aree naturalistiche e soltanto il 4,8% degli appartenenti a questo *target* preferisce il lago.

Come già anticipato, le località balneari sono la meta più diffusa tra questo *target*, che le sceglie in oltre il 39% dei casi, le considera luoghi adatti a una vacanza in riposo (37%) e le sceglie in base alla bellezza della natura e del mare (22%). Rispetto ad altre tipologie di destinazioni, la scelta delle località costiere è più legata alla convenienza dei prezzi (13%) e all'abitudine di frequentare una particolare struttura ricettiva (11%). Escursioni, shopping e ricerca dell'enogastronomia locale sono le attività preferite di questi turisti, oltre alle gite in barca, e alla partecipazione alle sagre e agli eventi tradizionali o a concerti e spettacoli musicali.

Le città italiane sono la seconda meta di vacanza, scelte da circa il 24% dei turisti italiani con più di 60 anni; prediligono posti belli (23%) e ricchi di arte e cultura (15%), magari in occasione di un particolare evento culturale. La maggior parte spende il proprio tempo visitando mostre, musei e monumenti, cercando i migliori

ristoranti e le migliori enoteche dove gustare i prodotti della gastronomia locale e partecipando agli eventi gastronomici e ai concerti.

Infine, poco meno del 17% dei turisti italiani *over 60* trascorre le proprie vacanze in montagna. Sport, natura e relax sono le motivazioni principali per la scelta di queste destinazioni, e rispetto alle altre tipologie di vacanza, la scelta è più legata al possesso di una casa e alle località esclusive. L'offerta turistica delle località montane è ricca anche per i turisti più adulti, ai quali offre la possibilità di praticare le attività sportive, di fare escursioni, shopping, di apprezzare i prodotti della gastronomia locale e di assistere ad eventi folcloristici e sportivi; le decisioni sul luogo in cui andare in vacanza sono legate quasi esclusivamente all'esperienza diretta.

I senior stranieri

Gli stranieri sono affascinati dalla bellezza del nostro Paese e vengono in Italia per trascorrere una vacanza all'insegna del relax, scegliendo, prima di tutto, le città (31,5%), seguite dalle località di mare (25%) e dai laghi (16%); anche in questo caso, si tratta di un *target* alla ricerca di una "vacanza slow", dove i ritmi lenti permettono di scoprire il territorio, che viene scelto proprio per la valenza naturalistica e del paesaggio e per la voglia di scoprire posti nuovi, al di fuori delle rotte più conosciute. La vacanza, infatti, diventa l'occasione per escursioni lungo gli itinerari naturalistici, culturali ed enogastronomici, per visitare mostre, musei e per partecipare agli eventi musicali, teatrali, folcloristici e della gastronomia locale.

Gli stranieri sono più abituati ad utilizzare Internet, che rappresenta un fattore di scelta significativo soprattutto per le vacanze in città e nelle aree naturalistiche e in quelle termali.

In particolare, accanto alle motivazioni principali, i tedeschi scelgono destinazioni vicine e facilmente raggiungibili dal loro Paese, amano lo shopping (36%), il buon cibo (28%) e la cultura e durante le vacanze in Italia visitano monumenti e mostre (42%). I britannici sono particolarmente attratti da mete al di fuori delle maggiori rotte turistiche (33%) e scelgono l'Italia cercando località esclusive e ricche di arte, storia e cultura, e durante le vacanze italiane visitano mostre e musei (28%) e monumenti (24%) e vanno alla ricerca del buon cibo (28%). Gli statunitensi infine, mettono al centro dei loro interessi cultura, tradizioni e gastronomia, ma anche attività sportive ed escursioni alla scoperta del territorio.

Tra gli stranieri, il 9% degli *over 60* sceglie per le proprie vacanze una località a vocazione naturalistica e il 5,7% una località termale.

Rispetto alle altre destinazioni, le città e i centri storici sono le mete predilette di un turismo culturale, riferito al patrimonio artistico e monumentale, quindi, interessato alle risorse artistiche e monumentali, alle mostre e ai musei, ma anche alle tradizioni e alla cultura delle popolazioni locali. L'occasione per la vacanza, inoltre, trae spunto dalla presenza di un evento culturale (legato alla musica, al teatro o al cinema) o religioso; tra i canali che influenzano la scelta della destinazione di una vacanza in città, questo *target* si rivela più sensibile alle informazioni e alle offerte su Internet (13%), alle indicazioni degli intermediari di viaggio (9%) e alla pubblicità (6% circa).

I turisti stranieri *over 60* scelgono le destinazioni balneari italiane in funzione della bellezza delle coste e del mare (37%) e, rispetto alle altre mete di vacanza, perché amano tornare nella stessa struttura ricettiva; il mare è soprattutto il posto ideale per il relax, da esplorare in barca, ma anche un luogo di shopping (20%), che offre spettacoli ed eventi legati alla gastronomia tipica e alle tradizioni locali. La scelta delle località balneari è particolarmente influenzata dai consigli delle agenzie di viaggi (15%), sebbene il passaparola e l'esperienza personale restino i canali più diffusi.

Per i turisti stranieri, la montagna italiana è la quarta destinazione di vacanza, scelta da poco più del 12% di questo target; la scelta di queste località, appare particolarmente legata a fattori non direttamente turistici, come l'ospitalità di amici e parenti e il possesso di una casa. Durante la vacanza le attività più diffuse sono le escursioni seguendo gli itinerari naturalistici (51% circa) ed enogastronomici (27%), ma rispetto alle altre destinazioni, la montagna si trasforma in un'occasione per dedicarsi al benessere e alla cura di se e circa il 22% dei turisti senior si dedica massaggi e trattamenti nelle spa e nei centri dedicati.

Le famiglie con figli

Il 21% del turismo in Italia è formato da famiglie in vacanza con i propri figli; il peso nei nuclei familiari è leggermente più elevato nel caso degli olandesi (25%), dei tedeschi (22,7%), dei francesi (22,6%) e degli italiani (21,8%), mentre sono meno frequenti nel caso del Giappone (appena il 9,3% di chi viene in Italia viaggia con i figli) e della Spagna (10,5%). La presenza di servizi specializzati è fondamentale nella scelta di fare una vacanza con i figli; per essere una meta competitiva sulle proposte per questo *target*, una destinazione deve specializzare i servizi forniti dalle strutture ricettive, dai ristoranti, dalle strutture balneari e da quelle sportive, soprattutto in montagna, al mare, al lago e nelle aree a vocazione naturalistica. Le mete più frequentate sono il mare per gli italiani (circa il 50%

delle famiglie) e le città per gli stranieri (34%) che configurano, sin dalla scelta della destinazione, due tipologie di segmenti con scelte ed esigenze ben diverse.

Le famiglie italiane con i figli

Anche quando sono in vacanza con figli, gli italiani scelgono senza esitazioni la vacanza nelle località balneari, che, infatti, rappresentano la destinazione di quasi il 50% delle famiglie, seguite dalla montagna e dalle città, mentre i laghi, le località termali e quelle naturalistiche per questo *target* restano mete marginali.

In generale, la scelta ricade su destinazioni nelle quali il confort, sia del viaggio che del soggiorno, si abbina a prezzi sostenibili e alla presenza di servizi in grado di rispondere alle esigenze dei figli che sempre più spesso, sono i veri responsabili della scelta finale della destinazione. In vacanza, abbinano lo sport alle escursioni, seguono gli eventi legati alla musica, alla tradizione e al folclore o alla gastronomia, fanno shopping e dimostrano di apprezzare la cucina tipica locale. Nella scelta della destinazione di vacanza si fanno guidare soprattutto dalla propria esperienza e, rispetto ad altri *target*, sono più influenzati dalle richieste dei figli. Internet ha un peso relativo e più che le offerte messe in rete dagli operatori, sono decisive le informazioni sulla destinazione, sulla sua raggiungibilità, sulle possibilità di alloggio e sui servizi. Come già anticipato, i laghi, le località termali e quelle naturalistiche sono mete decisamente meno frequentate da chi viaggia con i figli, e rappresentano una meta di vacanza per una quota compresa tra il 3% e il 4% dei turisti appartenenti a questo *target*.

Le famiglie scelgono le località costiere più belle (motivazione di vacanza per circa il 27%) e più specializzate sulle proposte e sui servizi adatti ai loro figli (28%); rispetto alle altre destinazioni di vacanza, nelle località balneari cercano prezzi accessibili (18%), facile raggiungibilità (17%) e divertimenti (16%). La vacanza è fatta di sport, shopping, eventi legati alla musica, alla gastronomia e alle tradizioni locali, gite in barca ed escursioni, mentre scarso risulta l'interesse per le attività culturali; le famiglie italiane si confermano un *target* piuttosto legato alle abitudini e nella metà dei casi tornano in luoghi che già conoscono.

La montagna è la seconda destinazione turistica per le famiglie italiane, frequentata da circa il 22% degli appartenenti a questo *target*, che in questo tipo di vacanza cerca luoghi dove coniugare la bellezza della natura e dei paesaggi (34%), dove poter fare sport e dove trovare servizi e proposte specializzati per i bambini piccoli (24,5%). Rispetto alle altre destinazioni turistiche, la scelta è più legata al possesso della casa o all'abitudine di frequentare una struttura ricettiva, particolarmente rilevanti sia tra le motivazioni che tra i fattori che influenzano la scelta del luogo di vacanza. Lo sport è l'attività più diffusa (86%) e, rispetto alle

altre destinazioni, la montagna si caratterizza come luogo dove potersi dedicare al relax e alla bellezza nei centri benessere di cui sono ricche queste destinazioni (12%). Tra i canali di scelta, oltre all'esperienza personale che risulta determinante in circa il 63% dei casi, hanno un peso particolare le richieste dei figli (11,5%) e i consigli e le indicazioni delle agenzie di viaggi (9%).

Le città sono la terza meta di vacanza, scelta da poco più del 18% delle famiglie italiane; i centri urbani sono le mete di chi, anche con i figli, sceglie una vacanza ricca di arte e cultura (21%), di chi vuole scoprire posti nuovi (12%), anche cogliendo l'occasione della presenza di un evento culturale (8%). La maggior parte, infatti, passa il proprio tempo visitando mostre, musei e monumenti nelle città e nei loro dintorni, gustando la buona gastronomia, facendo shopping e partecipando agli spettacoli musicali, teatrali e agli eventi rappresentativi delle tradizioni e del folclore; rispetto alle altre destinazioni, Internet ha un peso maggiore nella scelta della destinazione (26% circa).

Le famiglie straniere con i figli

Gli statunitensi (62%), i francesi (55%) e gli inglesi (39%) portano i bambini in città, i tedeschi preferiscono il mare (27%), gli olandesi i laghi (40%), gli svizzeri la montagna (39%). Sin dalle destinazioni scelte, il panorama del turismo composto dalle famiglie straniere, si rivela piuttosto composito e diversificato, ma il fascino e la bellezza dei luoghi colpisce tutti e una certa abitudine a frequentare l'Italia, permette loro di scegliere in base all'esperienza personale o ai racconti di amici una vacanza fatta su misura, ma dove non mancano mai la gastronomia, lo shopping, l'arte e gli eventi.

In particolare, i tedeschi (il 23% dei quali viene in vacanza in Italia con i figli), scelgono destinazioni specializzate sui servizi per bambini (31%), mentre gli statunitensi privilegiano comunque l'offerta culturale (29%) e i britannici la bellezza dei luoghi e le relazioni sociali; questo target dimostra attualmente uno scarso interesse per le località termali (scelte dall'1,8%) e quelle naturalistiche (4,6%).

Anche con i figli, gli stranieri in Italia cercano un vero e proprio turismo culturale, facendosi spesso guidare dalla voglia di conoscere posti nuovi, non soltanto per ammirare il patrimonio artistico e monumentale (32%), ma anche per la curiosità di addentrarsi nella cultura, nelle tradizioni e negli usi locali; spesso, infatti, il viaggio è motivato dalla presenza di eventi folcloristici (12%) o, più in generale, culturali (7%). Questi aspetti vengono sperimentati attraverso la visita a mostre, musei e monumenti, la partecipazione agli eventi che raccontano le tradizioni locali o che promuovono i prodotti enogastronomici, l'interesse per l'artigianato

locale e, naturalmente, lo shopping e la ricerca della cucina tipica e dei prodotti locali. Rispetto ad altre destinazioni la scelta delle città è più influenzata dalle informazioni e offerte su Internet (27%), dalle richieste dei figli (19%), dalla pubblicità (7%) e dalle indicazioni delle guide turistiche (6%).

Il 30% delle famiglie che dall'estero viene in vacanza in Italia, sceglie una località balneare; il mare rappresenta il primo prodotto turistico soltanto per il mercato tedesco e si colloca al secondo posto in tutti gli altri, passando da un peso di circa il 34% sul totale delle famiglie in vacanza in Italia per gli Stati Uniti e l'Olanda, al 29% per la Francia e la Svizzera. La bellezza del mare e della natura rappresenta la motivazione principale per il 30%, unita alla presenza di offerte mirate sulle esigenze dei più piccoli (20%); le famiglie straniere scelgono le nostre coste anche per la vicinanza, perché vi trovano prezzi convenienti e per i divertimenti. Di giorno la vacanza è un'occasione per fare attività sportiva, escursioni nei dintorni, gite in barca, privata o a noleggio (12%) e sperimentare la cucina locale, mentre di notte è animata dai concerti e dagli eventi enogastronomici e folcloristici; gli interessi per gli aspetti culturali e artistici sono meno diffusi, ma presenti; le scelte sono particolarmente influenzate da Internet e dai consigli delle agenzie di viaggi, ma in primo luogo contano l'esperienza diretta (41%) e il passaparola (31%).

Per gli stranieri la montagna italiana è un luogo dove praticare il proprio sport preferito; accanto a questa, che rappresenta la motivazione principale per oltre il 48% delle famiglie straniere che fanno una vacanza sulle nostre montagne, la scelta ricade in larga parte su destinazioni in grado di offrire servizi fatti su misura per i più piccoli (circa il 36%). A preferire la montagna sono gli svizzeri (38,6%) ma anche i tedeschi (24%), mentre non è rilevante tra le destinazioni italiane degli statunitensi e degli olandesi e, soltanto in modo marginale, tra gli inglesi (8%) e i francesi (4% appena). Per la maggior parte dei turisti le attività principali sono lo sport (86%) e le escursioni lungo i sentieri e gli itinerari naturalistici (55%), alle quali si abbinano lo shopping e la gastronomia; la scelta della vacanza in montagna è influenzata soprattutto dai consigli di chi vi è già stato, ma rispetto alle altre destinazioni è più legata alle indicazioni fornite dalle guide turistiche (7,4%).

I prodotti ed i comportamenti dei mercati di riferimento

Il turismo culturale

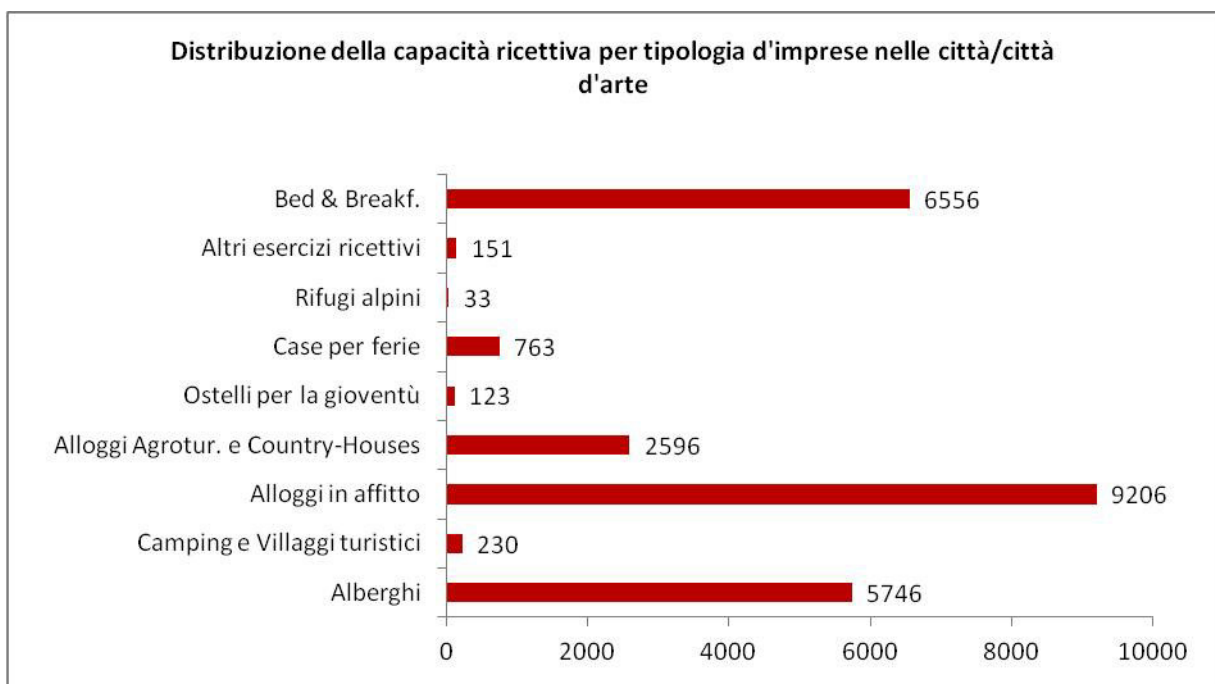
Le città d'arte si confermano al secondo posto tra i prodotti turistici, con il 24,2% delle presenze registrate nel comparto ricettivo italiano; la ricchezza del

patrimonio storico-artistico del territorio registra un forte *appeal* sul mercato internazionale considerando che il peso del turismo estero corrisponde al 32,9% sul totale delle presenze stimate in Italia, ma incide per il 60% su quelle rilevate nelle località a vocazione culturale.

La dinamicità delle imprese e l'andamento del mercato

L'offerta ricettiva delle destinazioni culturali italiane è costituita da oltre 25 mila strutture alberghiere ed extralberghiere, pari al 17,5% dell'intero sistema ricettivo mentre la capacità ricettiva sfiora, in termini assoluti, gli 850 mila posti letto che corrispondono al 18,5% del totale Italia. Il solo comparto alberghiero delle città d'arte conta ben 474.100 posti letto, pari al 56% di quelli presenti nei centri culturali e al 22,6% sul totale nazionale, mentre si conferma il trend in crescita della ricettività extralberghiera, in particolare dei B&B (+88,7% gli esercizi e +92,8% i posti letto) e degli alloggi agrituristici (+28,8% gli esercizi e +33% i posti letto).

Grafico18



Fonte: Istat 2009

Il turismo italiano

Durante il 2010 gli italiani hanno trascorso nelle città d'arte circa 21,5 milioni di vacanze e la regione più visitata si conferma il Lazio, che conta quasi il 20% di

vacanze nelle sue destinazioni culturali. La Toscana si posiziona al secondo posto (16,2%) seguita dalla Lombardia (11,8%) ed in misura minore, dalla Emilia-Romagna (7,8%), dal Veneto (7,1%) e dalla Sicilia (5,9%); i flussi turistici nazionali provengono principalmente dalla Lombardia (18,4%), dal Lazio e dalla Campania che si allineano con circa il 12% di turisti, seguiti dalla Sicilia con il 10,1%. Motivazione ancora più forte della volontà di conoscere la ricchezza del patrimonio storico artistico (19%) è il desiderio di scoprire le bellezze naturalistiche del territorio, indicato come motivazione principale del viaggio da un quarto dei turisti (24%). Le città d'arte sono anche luoghi dove conciliare la curiosità nella scoperta di nuovi posti (13,5%) alla possibilità di relax (17,5%). Nel 14,6% dei casi, invece, la motivazione risiede nella possibilità di essere ospitati da parenti e/ o amici. Tra i canali di comunicazione, oltre al tradizionale passaparola (39,7%) e alla propria esperienza personale (33,8%), Internet risulta il canale di comunicazione più incisivo nella scelta della destinazione, sia come disponibilità di informazioni (15,5%) che a livello di offerte (8,7%). Nel corso del soggiorno i turisti visitano musei e mostre (28,3%) ed i monumenti e siti di interesse archeologico (27,8%) e fanno escursioni visitando gli itinerari nei dintorni (35,4%); la vacanza è, inoltre, un momento ideale per dedicarsi allo shopping (26%) e alla degustazione della gastronomia locale (24,4%). I segmenti di riferimento del mercato: nelle città il turismo degli *over 60* riguarda il 12,6% dei turisti, mentre la quota relativa al target dei giovani tra i 18-24 anni è pari al 9,3%; le destinazioni culturali registrano, inoltre, il 17,4% di turisti che viaggiano con i figli.

Il turismo straniero

In termini di presenze, il turismo estero nelle località di interesse storico artistico rappresenta il 32,9% di quello che sceglie l'Italia. Rispetto ai mercati di provenienza, le città rappresentano una meta particolarmente importante:

- per il Giappone le città d'arte accolgono il 68,5% dei turisti nipponici in Italia,
- per gli Stati Uniti il 63,4%,
- per la Spagna il 62,7%.

La spesa turistica diretta e indiretta

In media, i turisti che soggiornano nelle città d'arte italiane spendono pro-capite circa 127 euro per il viaggio di A/R, che si dimostra più caro per chi viene dall'estero (gli italiani 95 euro, gli stranieri 151 euro), mentre la spesa per

l'alloggio è pari a 44 euro a persona al giorno. I turisti che hanno usufruito di un pacchetto tutto compreso hanno speso 80 euro (gli italiani) e 126 euro (gli stranieri) e durante il soggiorno, esclusi i costi di viaggio e alloggio, la spesa media è pari a 69 euro al giorno e nella maggior parte dei casi si tratta di una classe di spesa che non supera i 60 euro. Nelle destinazioni culturali, quasi un terzo dei consumi turistici rientra nel comparto dell'ospitalità (30,3%), mentre il 18,3% della spesa viene destinato alle attività ricreative, culturali e di intrattenimento.

Il settore della ristorazione assorbe il 9,6% della spesa per i pasti consumati presso ristoranti e pizzerie ed il 5,6% per bar, caffè e pasticcerie; seguono acquisti per abbigliamento e calzature (10%) e per prodotti di altre industrie manifatturiere (9,7%).

Il turismo balneare

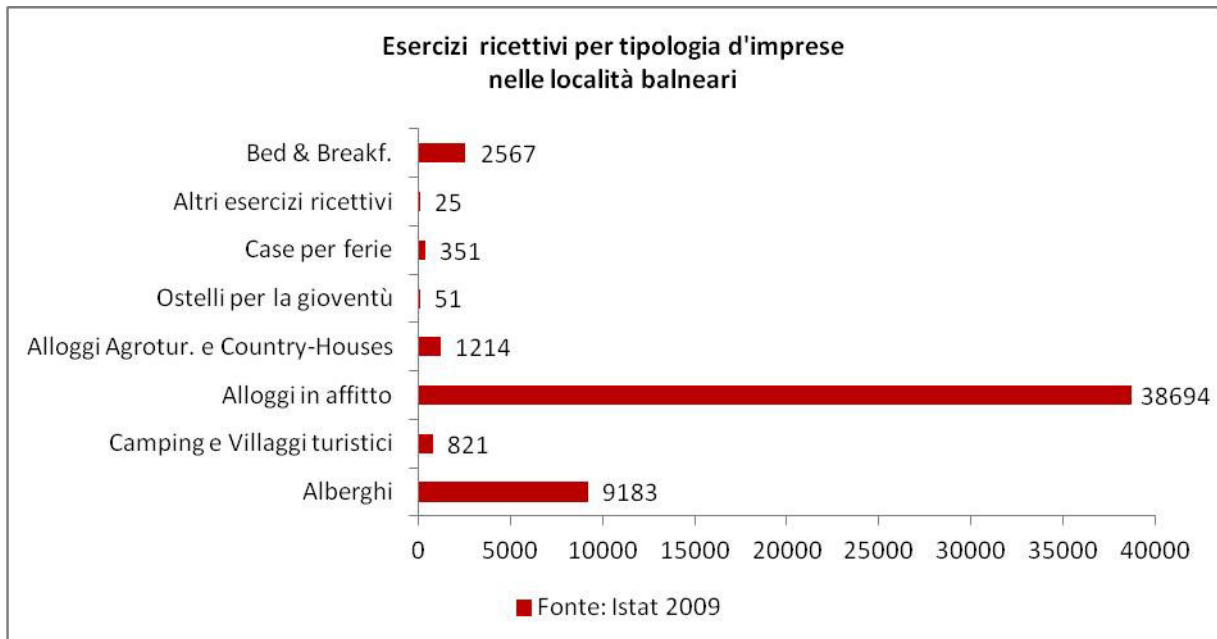
Il turismo balneare è il primo prodotto turistico in Italia per quota di presenze registrate negli esercizi ricettivi alberghieri ed extralberghieri; le località balneari italiane, infatti, ospitano il 30,6% delle presenze turistiche totali (italiane ed internazionali) stimate negli esercizi ricettivi: il 36,3% delle presenze turistiche italiane e il 23,4% delle presenze turistiche straniere nella destinazione Italia .

La dinamicità delle imprese e l'andamento del mercato

Gli esercizi ricettivi delle località balneari italiane sono quasi 53 mila ed offrono complessivamente oltre 1 milione e 604 mila posti letto, pari al 34,9% dei posti letto disponibili nelle strutture ricettive italiane. Il comparto alberghiero è composto da oltre 9 mila esercizi (pari al 17,4% di quelli presenti nelle località marine italiane) ed un totale di oltre 693 mila posti letto (il 43,2% delle disponibilità totali nelle destinazioni balneari); un parco ricettivo che fa registrare un aumento del numero di posti letto del +7% negli ultimi anni (dal 2005 al 2009).

Il comparto extralberghiero conta quasi 910 mila posti letto distribuiti in poco meno di 44 mila esercizi ricettivi; i soli campeggi e villaggi turistici offrono circa 571 mila posti letto (il 35,6% del totale ricettività nelle destinazioni balneari), in leggera diminuzione negli ultimi anni (-3,3% nel periodo 2005/ 2009).

Grafico 19



L'andamento delle vendite nelle località balneari

Complessivamente, nel 2010 il turismo balneare registra un andamento in flessione rispetto all'anno precedente; questo trend ha toccato in particolare due periodi:

- inizio dell'anno (fino a marzo), che risulta ancora fortemente influenzato dagli effetti della crisi economica, e fa registrare - 8,5 punti percentuali a gennaio e -7 a febbraio;
- alta stagione, quando le imprese ricettive, che in pochi mesi devono realizzare gran parte del fatturato dell'anno, dimostrano meno flessibilità di offerta sui prezzi e perdono in media tra i -4,6 punti percentuali (in luglio) ed i -7,3 punti percentuali (in agosto).

Il turismo punta, dunque, sulla bassa stagione, quando la clientela può avvalersi di una politica promozionale più diffusa, avviata soprattutto dal comparto alberghiero; grazie a questo, l'occupazione delle camere fa registrare una sostanziale tenuta rispetto al 2009 nei mesi di maggio e giugno, e una crescita a fine anno, tra novembre e dicembre. Nel dettaglio trimestrale, le imprese ricettive alberghiere ed extralberghiere delle destinazioni balneari, in inverno vendono tra le 2 e le 3 camere ogni 10 disponibili (20,9% l'occupazione camere in gennaio, 21,6% in febbraio e 25% a marzo) e nella stagione primaverile tra le 3 e le 4 camere su 10 (29,2% aprile, 35,4% maggio).

L'estate si apre a giugno con un'occupazione camere del 49,5%, per arrivare al 65,2% a luglio e al 77% ad agosto e scendere al 43,4% nel mese di settembre; nella stagione autunnale vengono occupate il 35,6% delle camere disponibili a ottobre, il 28,5% nel mese di novembre e il 23,7% nei dati provvisori di dicembre.

Il turismo italiano

Nel corso del 2010 gli italiani hanno svolto 31,7 milioni di vacanze nelle destinazioni balneari del Bel Paese, scegliendo in prevalenza le coste della Liguria, dell'Emilia Romagna e della Sicilia. Le regioni dalle quali provengono i flussi turistici più consistenti di vacanzieri sono la Lombardia (23,4%), la Campania (11,8%) e il Lazio (9,6%), mentre quelle che contano le quote maggiori di turismo interno sono la Campania (47,3%), la Sicilia (47,3%), il Veneto (40,5%) e il Lazio (39,5%). Sulla scelta della destinazione balneare incide soprattutto il desiderio di trascorrere vacanze rilassanti (nel 25,1% dei casi), in un ambiente paesaggistico di pregio (23,9%), che offre occasioni di divertimento (20,1%). La possibilità di essere ospitati da amici e parenti muove il 16,6% dei turisti italiani, la convenienza economica il 14,9% e la vicinanza alla località di residenza il 14,7%. Il 40,9% dei turisti italiani conosce la località balneare in cui soggiorna per esserci stato in vacanza almeno in un'altra occasione ed il 36% la sceglie per i consigli di parenti o amici; internet influenza le scelte degli italiani sia con informazioni (14,5%) che con offerte e pacchetti promozionali (6,9%). Nel corso del soggiorno, il 62,4% dei turisti pratica un'attività sportiva, il 34,3% fa delle escursioni giornaliere, il 19,7% dello shopping ed il 17,9% degusta prodotti tipici.

I segmenti di riferimento del mercato: i giovani tra i 18 ed i 24 anni rappresentano il 12,7% dei turisti che soggiornano nelle destinazioni balneari, i senior sono il 10% dei turisti; il 22,8% dei turisti italiani è in vacanza con i figli.

Il turismo straniero

Le località costiere ospitano il 23,4% delle presenze turistiche straniere in Italia; tra i principali Paesi di origine dei flussi turistici stranieri, quelli maggiormente legati al turismo balneare sono:

- Francia (le destinazioni balneari ospitano il 35,4% delle presenze turistiche francesi in Italia),
- Stati Uniti (29,3%),
- Regno Unito (27,3%),
- Germania (24,9%), Austria (24,9%) e Spagna (24,4%),

- Olanda (21,6%) e Svizzera (16,9%),
- Giappone (14,3%).

In particolare, la Francia, gli Stati Uniti ed il Regno Unito si rivelano mercati importanti per la destinazione Italia sia per l'elevato numero di presenze turistiche che per l'incidenza delle vacanze realizzate nelle destinazioni costiere sul totale di quelle realizzate in Italia.

La spesa turistica diretta e indiretta

La spesa media sostenuta per trascorrere una vacanza nelle località balneari italiane è pari a:

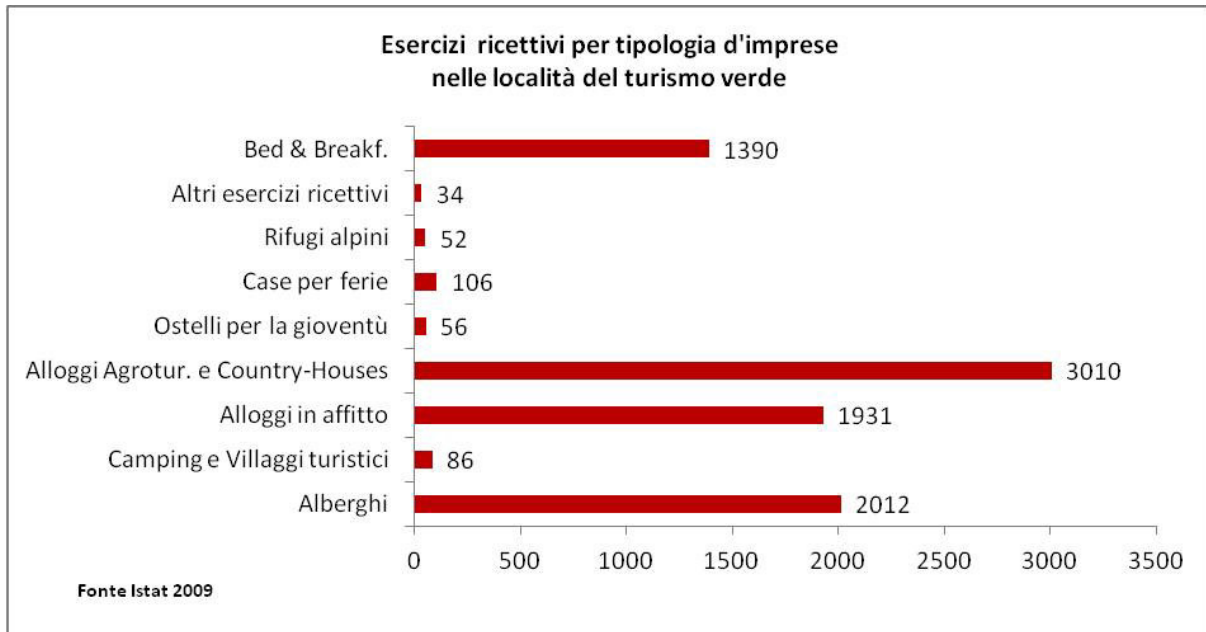
- per il viaggio a/r, 72 euro per i turisti italiani e 174 euro per gli stranieri;
- per l'alloggio, 50 euro al giorno spesi dagli italiani e 59 euro dagli stranieri;
- per i pacchetti tutto compreso, acquistati dai turisti che organizzano la vacanza con l'aiuto di un'agenzia di viaggio o di un tour operator, 89 euro spesi al giorno dagli italiani e 116 euro dagli stranieri;
- per gli extra viaggio e alloggio, 62 euro al giorno (59 euro spesi dagli italiani e 68 euro dagli stranieri).

Tra le spese realizzate nel corso del soggiorno turistico, il 31,8% è relativo all'alloggio ed il 17,5% ai pasti consumati in ristoranti, pizzerie, bar, caffè e pasticcerie; inoltre, nelle località balneari i turisti dedicano il 17,8% del budget di vacanza alle attività culturali e di intrattenimento, il 10,5% agli acquisti di abbigliamento e calzature e l'8,8% a quelli di prodotti agroalimentari.

Il turismo della natura

I grafici seguenti illustrano le caratteristiche assunte dal cosiddetto "turismo verde".

Grafico 20



Il turismo verso le località della natura interessa il 3,6% delle presenze stimate nelle strutture ricettive italiane nel 2009 e si caratterizza per la forte componente internazionale, che rappresenta il 59,2% del totale delle presenze nei territori collinari. Complessivamente gli stranieri che scelgono queste destinazioni sono pari al 4,8% di quelli in vacanza in Italia; gli italiani sono circa il 40%, pari al 2,6% del turismo interno.

La dinamicità delle imprese e l'andamento del mercato

L'offerta ricettiva delle località collinari italiane si compone di 8.676 strutture, il 6% di quelle presenti sull'intero territorio nazionale; in termini di posti letto si traduce in una capacità di circa 188 mila letti disponibili, che pesano il 4,1% sul totale di quelli presenti in Italia. La quota più consistente è composta dagli oltre 3.000 alloggi agrituristici e *Country-Houses*, che rappresentano il 34,7% del totale delle strutture ricettive situate in località collinari e che, dal 2005 al 2009 hanno incrementato la loro presenza sul territorio di circa il +26%; queste strutture dispongono di circa 37 mila posti letto, in crescita del +31,9% nei quattro anni dal 2005 al 2009. Sono, però, gli alberghi a contare il numero più elevato di posti letto che, con una disponibilità di quasi 85 mila, rappresentano il 45,1% del totale; continua poi a crescere la presenza dei Bed & Breakfast che in quattro anni hanno visto più che raddoppiare la propria numerosità e che, con il 16% di strutture, si propongono come valida alternativa alla tipicità rappresentata dagli agriturismi.

Il turismo montano

Nel 2010 le presenze nelle strutture ricettive che interessano le località di montagna italiane rappresentano il 12,8% del totale nazionale, che permette alla montagna di posizionarsi al terzo posto tra i prodotti turistici italiani (dopo il mare e le città di interesse culturale). Nel dettaglio della provenienza dei flussi turistici, la maggior parte delle presenze sono generate da turisti italiani (60,2% delle presenze in montagna).

La dinamicità delle imprese e l'andamento del mercato

Nelle destinazioni turistiche legate al prodotto montagna si contano oltre 25 mila strutture (pari al 17,2% dell'offerta nazionale) da cui deriva una capacità ricettiva di oltre 607 mila posti letto (il 13,2% dei posti letto presenti in Italia). L'ospitalità ricettiva montana si caratterizza per una presenza diffusa di alloggi in affitto, che in termini di numerosità delle strutture (circa 11,7 mila strutture che rappresentano il 46,8% della ricettività in montagna) superano la consistenza alberghiera (circa 7,2 mila esercizi pari al 28,9% della ricettività in montagna). Tuttavia, le ridotte dimensioni limitano l'incidenza in termini di posti letto (circa 318 mila posti letto pari ad oltre la metà della capacità ricettiva dell'area di riferimento), che sono appannaggio delle strutture alberghiere. Nonostante gli alloggi in affitto siano il punto di riferimento per lo scenario dell'ospitalità montana, rispetto al 2005 proprio questa tipologia ricettiva registra un forte calo sia in termini numerici (-39,9% di esercizi) che di capacità ricettiva (-30,4% di posti letto), influenzando il contesto in modo generalizzato (-20,7% di esercizi in montagna); a tale flessione, invece, si contrappone la crescita del numero di B&B (+76,7%) accompagnata anche dall'incremento del numero di posti letto disponibili (+86,7%), che va a compensare la media territoriale sostanzialmente stabile in termini di capacità ricettiva.

L'andamento delle vendite nelle località montane

Come di consueto, la domanda di turismo verso le destinazioni di montagna segue la ciclicità stagionale: buona l'occupazione nei primi mesi dell'anno (42,8% di camere vendute a gennaio, 43% a febbraio e 39,8% a marzo) e nei mesi di punta della stagione estiva (50% a luglio e 62,6% ad agosto). Tuttavia, rispetto allo scorso anno le strutture ricettive registrano un calo generalizzato dell'occupazione delle camere, soprattutto anche in quelli che sono i periodi di maggiore affluenza di clientela.

Il turismo italiano

Sono oltre 16,8 milioni le vacanze effettuate dagli italiani in montagna nel 2010, tra le prime destinazioni si conferma il Trentino Alto Adige (28,3% delle vacanze) frequentato soprattutto dai turisti lombardi (25,6%), veneti (19,7%) e provenienti dall'Emilia Romagna (15,2%); a seguire la Lombardia (10,8%) ed il Piemonte (10%), che beneficiano soprattutto di turismo interno (rispettivamente il 73,8% e 43%), e la Valle d'Aosta (8,4%; il 45,7% delle vacanze è svolta da lombardi). I turisti che scelgono la montagna come destinazione di vacanza, sono motivati, innanzitutto, dalla voglia di praticare sport (34,2%) e, in alternativa, da quella di riposarsi (29,1%). Risulta determinante, inoltre, il desiderio di visitare le bellezze naturali del territorio (27,2%) ma anche di trascorrere la vacanza presso amici e parenti (23%). La montagna si conferma una destinazione di vacanza di habitué che attivano un passaparola efficace, tanto da stimolare il 34,3% di ulteriori scelte.

Attività svolte: durante il soggiorno, i turisti, così come desiderato, praticano sport (81,4%) e conoscono le risorse del territorio svolgendo escursioni (34%) e degustando i prodotti tipici locali (21,5%); nel tempo libero, inoltre, si dedicano allo shopping (25,5%). I segmenti di riferimento del mercato: i giovani rappresentano il 7,9% dei turisti italiani, gli over 60 rappresentano l'11,9% dei turisti italiani; il 28% dei turisti trascorre la vacanza con i figli.

Il turismo straniero

Ben il 39,8% delle presenze nelle strutture ricettive della montagna viene generato da stranieri; rispetto ai singoli mercati di riferimento, le destinazioni di montagna rappresentano:

- il 36,2% delle presenze svizzere in Italia,
- il 28,4% per l'Austria,
- il 20,6% per la Germania.

La spesa turistica diretta e indiretta

In media i turisti che trascorrono la vacanza in montagna spendono al giorno pro-capite circa 79 euro (20 euro di più se provenienti dall'estero) per raggiungere la destinazione e quasi 59 euro per l'alloggio; se scelgono il pacchetto tutto compreso spendono in media circa 94 euro. Una volta sul posto, per l'acquisto di beni e servizi, spendono in media quasi 76 euro al giorno (quasi 80 euro nel caso dei turisti italiani) e nella maggior parte dei casi la spesa arriva a 60 euro (64,8%); la maggior parte delle spese si concentra nel comparto ricettivo e ristorativo a

prescindere dalla provenienza dei turisti (40,4% sul totale delle spese stimate). In particolare, per l'alloggio confluisce il 21,4% delle spese; relativamente agli altri settori, i turisti acquistano abbigliamento e calzature (19,8%) e svolgono attività ricreative, culturali e di intrattenimento (17%).

Il turismo termale e del benessere

Le località termali e quelle legate al turismo del benessere accolgono il 3,5% delle presenze turistiche in Italia; in particolare si tratta del 3,8% delle presenze italiane e del 3% di quelle straniere.

La dinamicità delle imprese e l'andamento del mercato

L'offerta ricettiva legata al turismo termale conta 3.709 imprese per un totale di oltre 145 mila posti letto, pari al 3,2% del ricettivo in Italia; il comparto alberghiero è quello che ha il maggior peso sull'offerta ricettiva termale, con 1.534 strutture (41% del totale dell'offerta ricettiva termale) per un totale di 110,3 mila posti letto (76% del totale). Tra le strutture complementari che caratterizzano l'offerta termale, in termini di capacità ricettiva, emergono i campeggi e villaggi turistici, che, con oltre 10 mila posti letto, coprono il 28,7% dell'offerta ricettiva extralberghiera, gli alloggi in affitto (27,1%) e le case per ferie (circa il 10%). Rispetto al 2005, si registra una diminuzione del numero degli alberghi che passano da 1.685 unità a 1.534 nel 2009 (-9%) e, sebbene più contenuta, anche dei posti letto alberghieri (-1,5%); per contro, nell'extralberghiero si registra un aumento in termini di esercizi in tutto il comparto ad eccezione degli ostelli della gioventù (-6,7%). In termini di capacità ricettiva, aumentano in particolare i posti letto nelle case per ferie (+91,7%) e negli agriturismo (+28,2%), mentre diminuisce la capacità ricettiva degli ostelli (-22,7%), dei B&B (-11%), degli alloggi in affitto (-8,1%) e dei campeggi (-6,1%).

Grafico 21

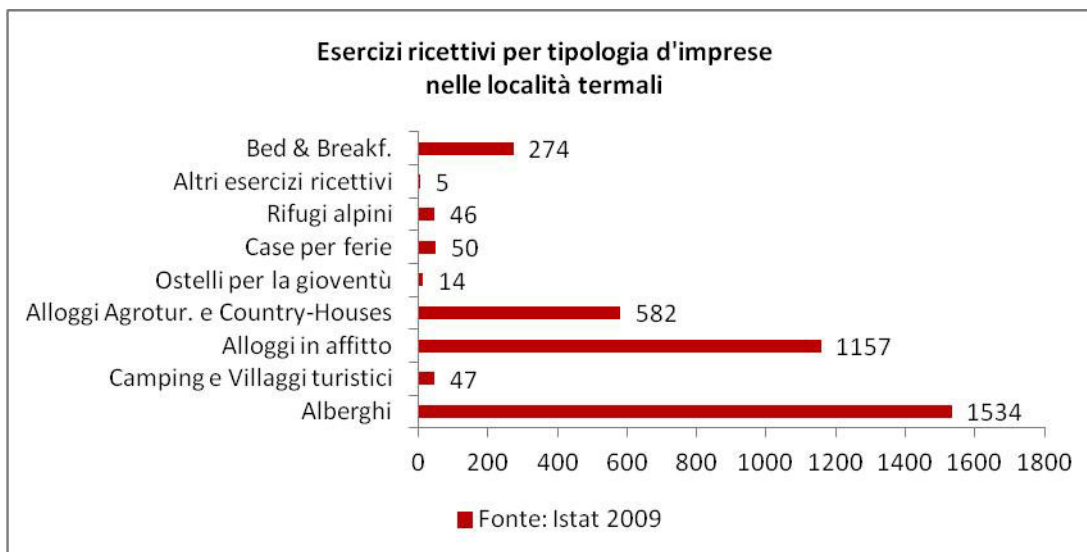


Grafico 22

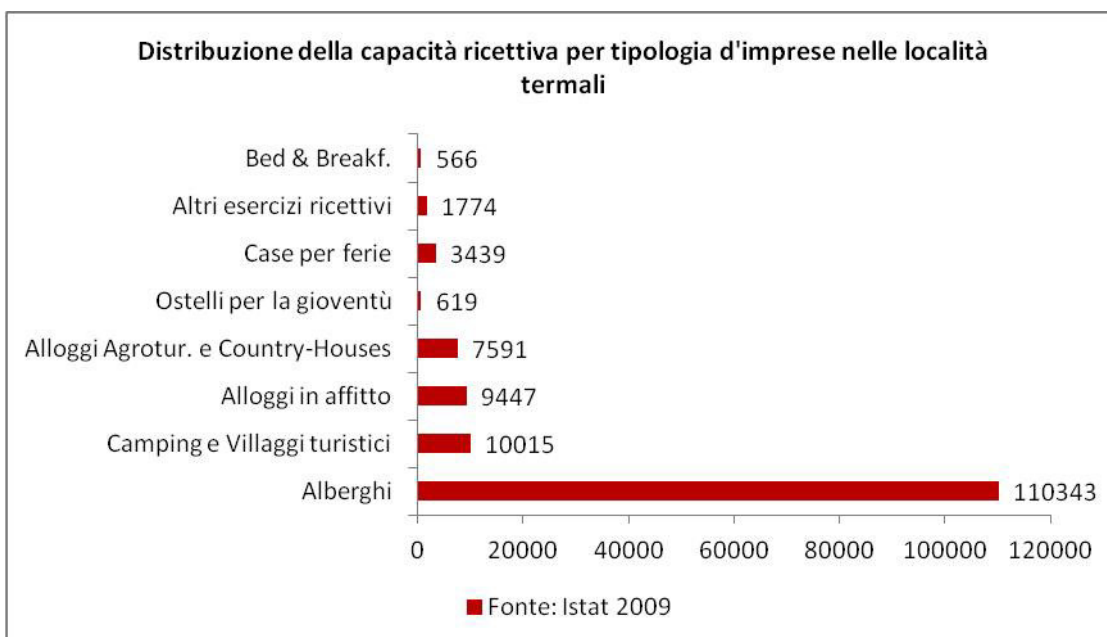
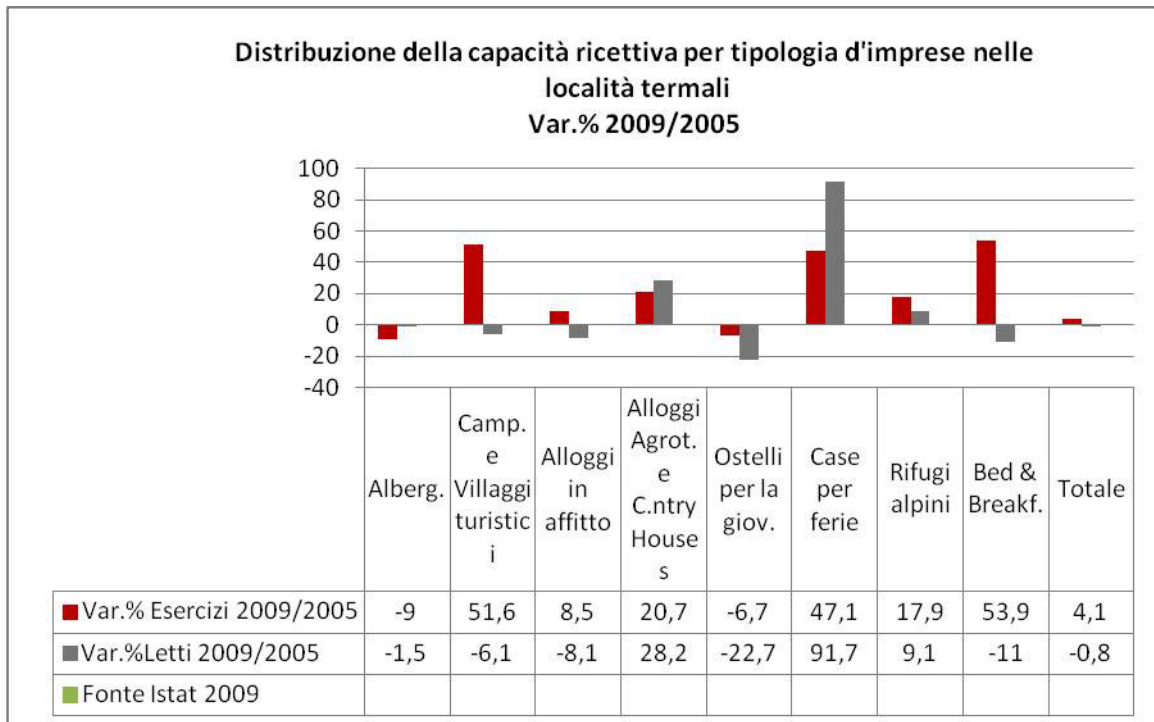


Grafico 23



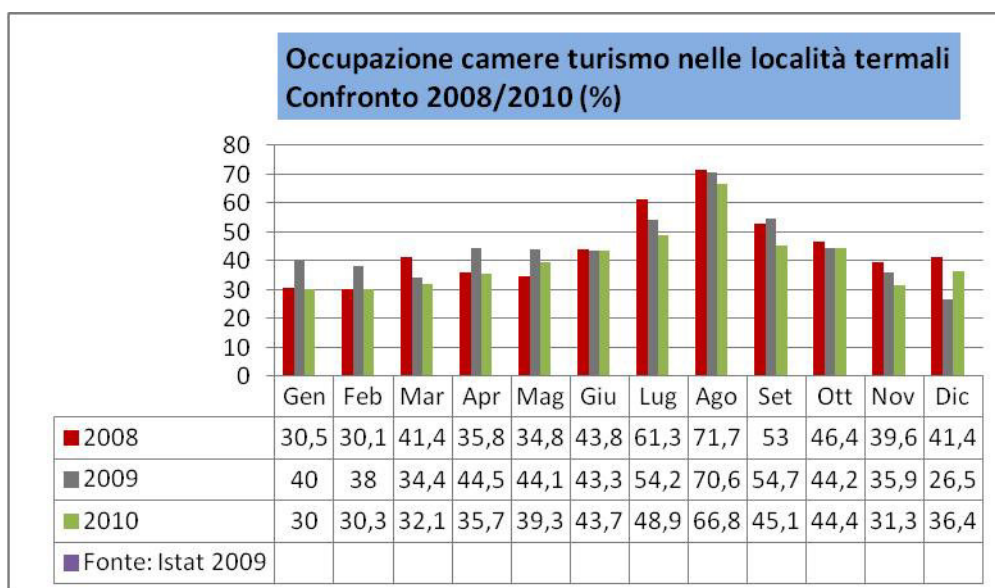
L'andamento delle vendite nelle località termali

L'occupazione delle camere nelle località termali non scende mai al di sotto del 30% durante tutto l'anno, con un picco nel mese di agosto quando le strutture arrivano a vendere 7 camere su 10. Rispetto al 2009, si registrano delle contrazioni nelle vendite delle camere in quasi tutti i mesi dell'anno, ad eccezione dei mesi di giugno, ottobre (quando l'occupazione registrata si allinea a quella dell'anno precedente) e dicembre che, invece, registra un aumento (36,4% contro 26,5%); analizzando tali dati, nel dettaglio, si rileva:

- nel I trimestre con il 30% circa di occupazione camere, si assiste ad una diminuzione, rispetto al 2009 che tocca il -10% nel mese di gennaio e il -8% a febbraio, mentre a marzo la distanza si riduce passando dal 34,4% al 32,1% di occupazione camere;
- anche nei mesi di aprile (35,7%) e maggio (39,3%) la vendita delle camere nelle località termali diminuisce rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente (rispettivamente -8,8% e -4,8%), mentre a giugno (43,7%) il dato si allinea a quello del 2009 (43,3%);
- l'estate vede la metà delle camere disponibili occupate nel mese di luglio (48,9%), il 66,8% nel mese di agosto e il 45,1% a settembre;

- l'ultimo trimestre lancia segnali di recupero, con un ottobre in tenuta (44,4%) e una chiusura d'anno con il segno più, dicembre con il 36,4% di camere occupate distanza di circa 10 punti percentuali il risultato dell'anno precedente (25,5%).

Grafico 24



Il turismo italiano

Nel corso del 2010, le vacanze benessere/ termali degli italiani sono state circa 1,8 milioni, e si sono svolte prevalentemente nelle destinazioni in Toscana (21,6%), Veneto (18,3%), Lombardia (9,5%) e Campania (8,4%). In Toscana il 45,3% delle vacanze termali e del benessere sono svolte dai turisti residenti nel Lazio, in Veneto il primo mercato di riferimento è la Lombardia (26,7%), mentre sia per la Lombardia (48,1%) che per la Campania (28,7%) prevale il turismo interno.

Tabella 16

Destinazione	Quota mercato	Regioni d'origine
--------------	---------------	-------------------

Toscana	21,6%	Lazio (45,3%), Toscana (15,5%), Emilia Romagna(19,3%),
Veneto	18,3%	Lombardia (26,7%), Veneto (19,6%), Campania (13,4%), Emilia Romagna (13,4%)
Lombardia	9,5%	Sicilia (24,7%), Piemonte (15,7%), Lombardia (48,1%)
Campania	8,4%	Campania (28,7%), Lazio (20,7%), Sicilia 18,8%), Lombardia (12,4%)

Grafico25



Fonte osservatorio Nazionale del turismo su dati Unioncamere

Le località termali e legate al *wellness* sono senza dubbio il posto ideale per riposarsi, principale motivazione per il 41,3% dei turisti italiani, e per dedicarsi al benessere e alla cura del corpo (35,7%). Il 17,4% dei turisti decide di soggiornare in queste destinazioni per la vicinanza, il 13,3% per le bellezze naturali del luogo.

Canali di comunicazione: i principali canali che influenzano le scelte dei turisti sono il passaparola di amici e parenti (41,5%), l'esperienza personale (30%) e Internet, sia come fonte di informazioni (11,4%) che come offerte acquistate (7,1%). Chi sceglie di soggiornare in località termali, in vacanza si dedica prevalentemente allo sport (55,4%) e alla cura del proprio corpo (43,2%), inoltre fa escursioni (39,4%), shopping (18,3%), degusta i prodotti tipici del territorio (17,2%) e partecipa ad eventi enogastronomici (9,9%). Segmenti di riferimento del mercato: tra i turisti italiani che soggiornano nelle destinazioni termali il 22,3% è rappresentato dagli over 60, il 7,4% da giovani (18-24 anni) e il 13,4% da famiglie con figli.

Grafico 26



Fonte osservatorio Nazionale del turismo su dati Unioncamere

Il turismo straniero

Nelle strutture ricettive termali il turismo internazionale pesa il 3,1% sul totale delle presenze; i principali mercati di riferimento sono:

- l'Austria (il 10,1% dei turisti austriaci soggiorna nelle destinazioni termali),
- la Svizzera (5,2%),
- la Francia (4,5%).

Grafico27

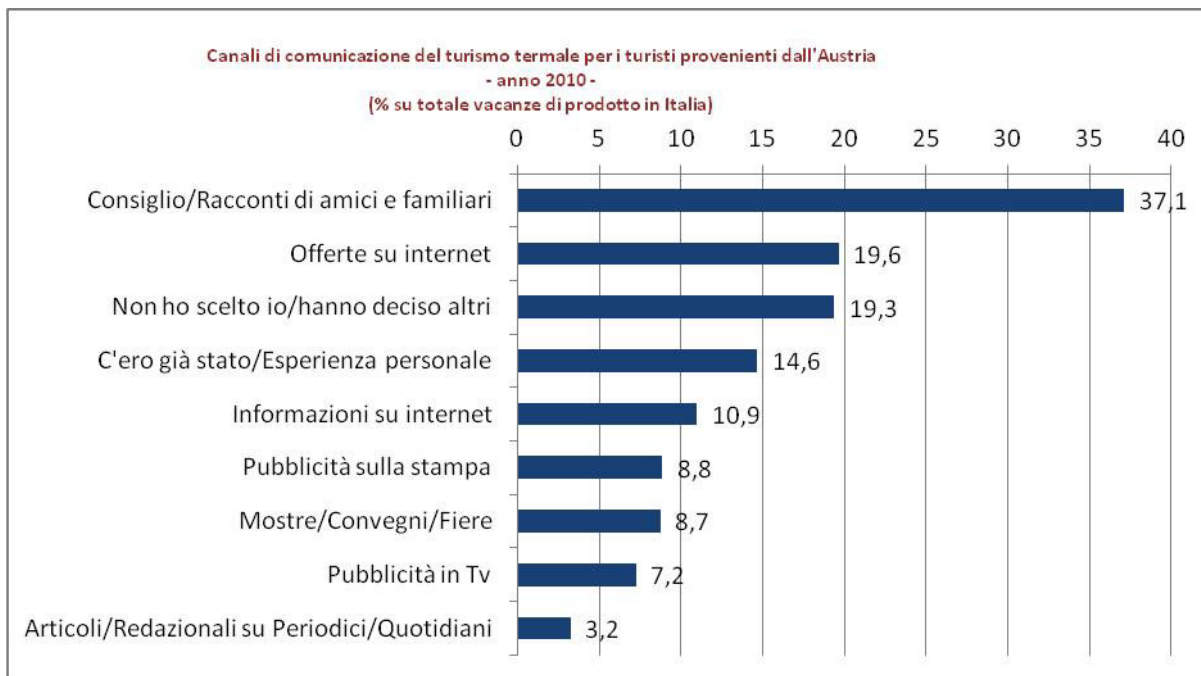


Fonte osservatorio Nazionale del turismo su dati Unioncamere

AUSTRIA (10,1%)

Le destinazioni termali rappresentano il posto ideale per riposarsi anche per il mercato internazionale, il 34,2%, infatti, lo indica come motivazione principale sulla scelta della destinazione, il 17,8% è spinto dall'ospitalità di parenti e amici, il 14,2% è motivato dal benessere e dal fitness, il 12,8% sceglie la destinazione per praticare sport. Dopo il passaparola (37,1%), il canale di comunicazione che più influenza le scelte dei turisti austriaci è Internet (il 19,6% consulta le offerte sul web, il 10,9% lo usa per reperire informazioni). Per questo mercato, inoltre, la pubblicità ha particolare rilevanza, sia quella veicolata sulla stampa (influenza quasi il 9% delle scelte), sia quella che passa via cavo (7,2%). I turisti austriaci che soggiornano nelle destinazioni termali fruiscono in maniera attiva del territorio, praticano sport (59,9%), fanno escursioni (40,1%) ma si dedicano anche alla cura del corpo in centri benessere (29,3%); il 14% degusta i prodotti tipici, l'11,1% partecipa ad eventi enogastronomici. Tra i turisti austriaci che soggiornano nelle destinazioni termali l'8,6% è rappresentato dagli over 60, il 15,9% da giovani e il 5% da famiglie con figli.

Grafico 28



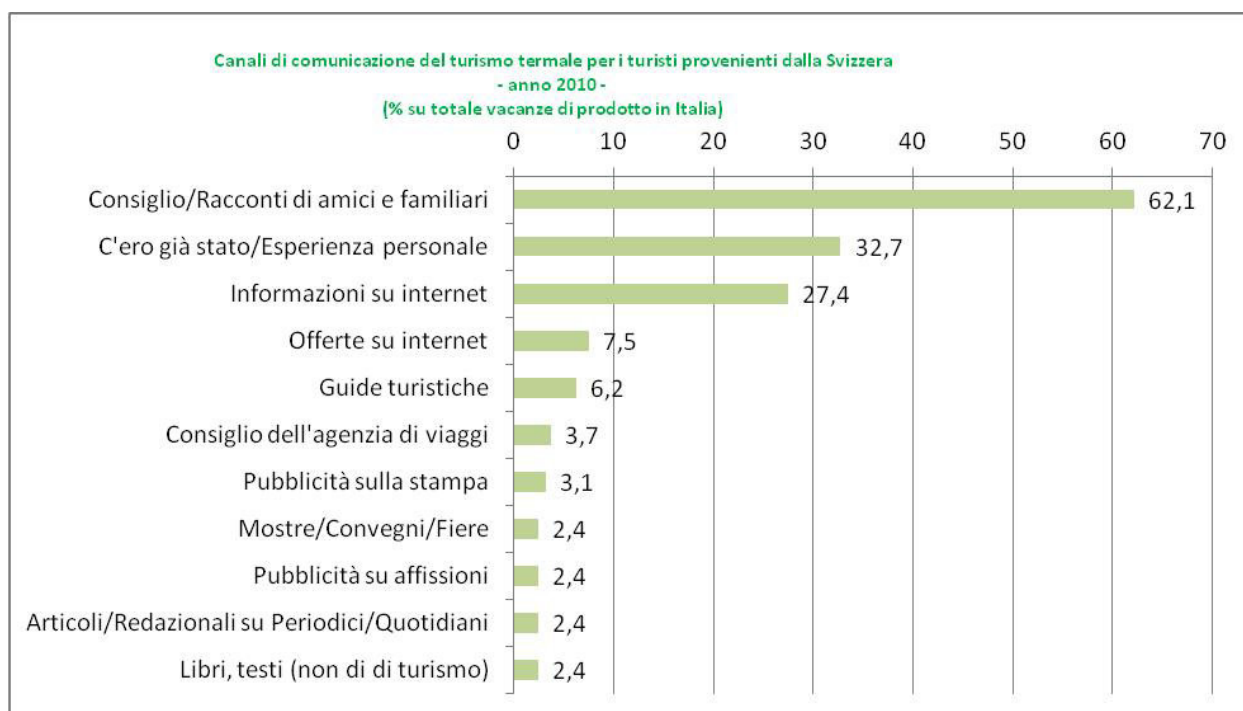
Fonte osservatorio Nazionale del turismo su dati Unioncamere

SVIZZERA (5,2%)

Anche i turisti svizzeri scelgono le destinazioni termali italiane principalmente perché le ritengono un posto ideale per riposarsi (55,6%), o per dedicarsi al benessere e al fitness (46,1%), ma anche per praticare sport (45,2%).

Il 16,5% le sceglie per i prezzi convenienti, il 15,3% approfitta dell'ospitalità di parenti e amici. Il passaparola (62,1%) e l'esperienza personale (32,7%) sono i principali canali di influenza che spingono i turisti svizzeri nelle destinazioni termali italiane; importante anche il ruolo di internet che influenza il 27,4% dei turisti con le informazioni on-line e il 7,5% con le offerte sul web. Durante la vacanza i turisti svizzeri praticano sport (72,7%), vanno in centri benessere (65,5%), fanno escursioni (49,6%), degustano i prodotti tipici (33,4%), fanno shopping (27,8%) e acquistano prodotti dell'artigianato locale (25,9%). Tra i turisti svizzeri che soggiornano nelle destinazioni termali l'11,3% è rappresentato dagli over 60, meno dell'1% da giovani, mentre il 19,4% da famiglie con figli.

Grafico 29

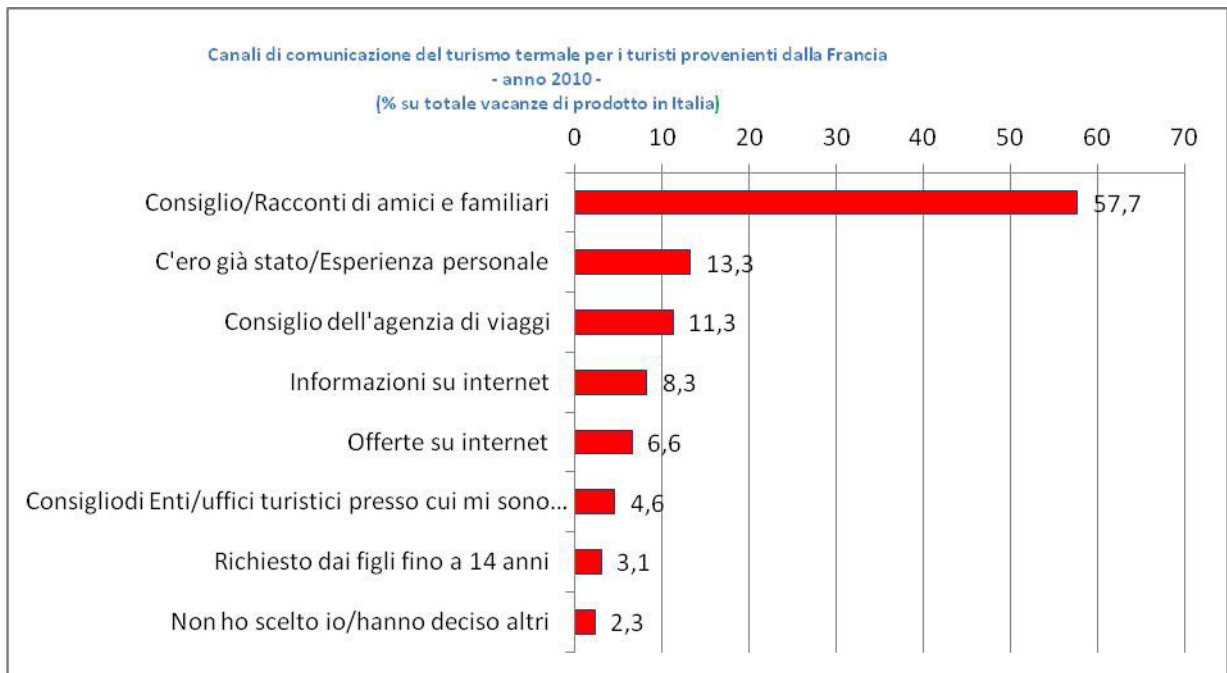


Fonte osservatorio Nazionale del turismo su dati Unioncamere

FRANCIA (4,5%)

Al primo posto tra le motivazioni che spingono i turisti francesi a soggiornare nelle destinazioni termali italiane vi sono la ricerca del benessere e del fitness (44,8%) e la scelta di un posto ideale per riposarsi (37,1%). Per i francesi le località termali italiane sono anche una destinazione esclusiva, aspetto che motiva il 19,2% dei turisti; infine, il 19% è motivato dalle bellezze naturali del luogo mentre l'11,6% dai prezzi convenienti. Per i francesi, dopo il passaparola (57,7%) e l'esperienza personale (13,3%), i canali di comunicazione che influenzano la scelta del soggiorno sono il consiglio dell'agenzia di viaggio (11,3%) e Internet. I turisti francesi in vacanza si dedicano alla cura del corpo (58,4% va in centri benessere), fanno sport (49,6%), escursioni (46,5%) e si dedicano anche ad attività culturali, visitando musei e mostre (21,6%). Tra i turisti francesi che soggiornano nelle destinazioni termali il 23,4% è rappresentato dagli over 60, l'1,6% da giovani e il 6,9% da famiglie con figli.

Grafico 30



Fonte osservatorio Nazionale del turismo su dati Unioncamere

La spesa turistica diretta e indiretta

Per la vacanza termale in Italia i turisti spendono in media:

- per il viaggio andata e ritorno 100 euro: 71 euro gli italiani, 148 euro gli stranieri;
- per l'alloggio, la spesa media giornaliera a persona è di 77 euro: 74 euro gli italiani, 81 euro gli stranieri;
- per un pacchetto tutto compreso la spesa giornaliera ammonta a 85 euro per i turisti italiani e a 138 euro per quelli stranieri;
- la spesa media giornaliera sul territorio escluso viaggio e alloggio è di 67 euro, a spendere di più i turisti stranieri extraeuropei (euro 81), 6 turisti su 10 spendono in media fino a 60 euro al giorno.

Analizzando le singole voci di spesa si evince come per ogni euro speso dai turisti nel ramo H (alberghi e ristoranti) un altro euro viene speso sul territorio.

Per le strutture ricettive i turisti spendono il 43,5% della spesa totale, il 7,4% viene speso in ristoranti e pizzerie e il 3,4% in bar caffè e pasticcerie; mentre, tra le altre

voci di spesa il 21% va alle attività ricreative, il 7,7% viene speso in abbigliamento e calzature.

Tabella 16

Turismo <u>TERMALE</u> : Spesa sostenuta per il viaggio e l'alloggio dai turisti che non hanno utilizzato pacchetti					
Spesa media a persona in euro					
Componente di spesa	Italiani	Stranieri			Totale
		Europei	Extraeuropei	Totale	
Viaggio A/ R	70,66	143,97	243,01	147,93	100,38
Alloggio (media giornaliera)	74,18	79,85	106,31	81,05	76,76
<i>Fonte Osservatorio Nazionale del Turismo dati Unioncamere</i>					

Tabella 17

Turismo <u>TERMALE</u> : Spesa sostenuta per il pacchetto tutto compreso					
Spesa media a persona in euro					
Componente di spesa	Italiani	Stranieri			Totale
		Europei	Extraeuropei	Totale	
Pacchetto "tutto compreso"	85,39	116,20	593,66	13,18	108,03
<i>Fonte Osservatorio Nazionale del Turismo dati Unioncamere</i>					

Tabella 18

Turismo <u>TERMALE</u> : stima impatto economico della spesa turistica sugli altri settori (%)			
	Italiani	Stranieri	Totale
Strutture ricettive	42,7	44,7	43,5
Ristoranti, Pizzerie	8,8	5,2	7,4
Bar, Caffè, Pasticcerie	3,3	3,5	3,4
Totale ramo H	54,8	53,4	54,3
Attività ricreative, culturali, intrattenimento	20,7	21,6	21,0
Abbigliamento e calzature	7,8	7,5	7,7
Altre industrie manifatturiere	7,3	7,3	7,3
Agroalimentare	6,0	5,3	5,7
Giornali, guide, editoria	2,2	2,4	2,3
Trasporti	1,2	2,5	1,7
Totale	100,0	100,0	100,0

Fonte Osservatorio Nazionale del Turismo dati Unioncamere

L'Economia del Benessere in Italia

Dal convegno dell'AICEB (Associazione Italiana Centri Benessere) tenutosi a Rimini il 14 maggio 2010, si rileva: *“Negli ultimi anni il mercato del benessere italiano è stato interessato da un notevole sviluppo sia quantitativo che qualitativo; si sono affermati nuovi modelli di consumo, con una domanda crescente di servizi che integrano i trattamenti termali con il fitness, la bellezza e il relax”*.

Le imprese legate al benessere sono in Italia oltre 30 mila, di cui il 78% nelle regioni del Nord Italia; all'interno di questo insieme, i centri benessere sono 2.488, pari all'8% del totale, due terzi dei quali al Nord. Tra il 2004 e il 2008 il settore ha conosciuto una notevole espansione quantitativa: seimila imprese in più, pari ad un incremento del 24%. Al comparto del benessere appartengono anche i 3.773 esercizi delle località termali e del turismo del benessere, i quali accolgono il 4,2% delle presenze turistiche stimate nelle strutture ricettive alberghiere ed extralberghiere in Italia. Gli addetti totali sono circa 70 mila.

Tabella 19

IMPRESE DEL BENESSERE ATTIVE 2008	Peso (%)	Numero imprese
Centri benessere	8%	2.488
Centri estetici	80%	24.742
Palestre	12%	3.539
TOTALE IMPRESE DEL BENESSERE	100%	30.769
N° Esercizi ricettivi nelle località termali e del benessere		3.773
TOTALE (imprese benessere + esercizi ricettivi località termali e benessere)		34.542
<i>Fonte: elaborazione AICEB su dati ISTAT e Registro Imprese</i>		

Il Giro d'Affari

Gli unici dati ufficiali sono quelli della contabilità nazionale, che quantificano in circa 21 miliardi di euro la spesa delle famiglie per l'acquisto di beni e servizi per l'igiene personale. Si tratta di un aggregato che include spese legate al benessere ma anche spese semplicemente mirate all'acquisto di prodotti per la pulizia personale, escludendo d'altra parte le spese per soggiorni e vacanze benessere; si stima che il solo giro d'affari delle SPA (salus per aquam), metà delle quali collegate ad hotel, abbia superato nel 2009 il miliardo di euro e raggiunge i 4 miliardi con l'indotto.

Il Business nel 2009

Circa l'andamento del business nel 2009, indagini condotte su un campione analizzato di oltre 380 centri benessere (Key-Stone research) segnalano una riduzione di clienti e di trattamenti del 6-7%. Per quanto riguarda invece le vendite nelle strutture ricettive nelle località termali e del benessere, il 2009 ha confermato la tenuta del settore, grazie anche ad una buona capacità di destagionalizzazione che permette alle imprese del settore di mantenere l'occupazione delle camere al di sopra del 30% lungo tutto il corso dell'anno.

Secondo i dati dell'Osservatorio Nazionale del Turismo (Isnart su dati ISTAT), gli italiani hanno svolto nel corso del 2009 oltre 1 milione di vacanze benessere/termali in Italia, di cui 387 mila principali; le destinazioni preferite risultano essere Veneto, Toscana, Campania ed Emilia-Romagna.

La distribuzione regionale delle Imprese del Benessere

La distribuzione geografica delle imprese attive nel settore del benessere è riportata nella Tab.35; più che in relazione con la distribuzione della popolazione, sembra legata alla presenza di un tessuto imprenditoriale diffuso (la maggior parte delle attività del benessere ha una forma organizzativa di tipo societario) e alla vocazione naturale benessere di molti territori (Lombardia, Veneto, Toscana e Campania). La composizione delle attività di benessere all'interno delle diverse Regioni (Tavola 2 b) evidenzia un maggiore specializzazione delle regioni del Nord nei centri benessere; delle località del centro nei trattamenti estetici e di quelle meridionali nelle palestre.

Tabella 20

IMPRESE ATTIVE NEL SETTORE DEL BENESSERE				
Regioni	Centri Benessere	Palestre	Centri Estetici	TOTALE
VALLE D'AOSTA	15	3	65	83
PIEMONTE	247	233	2.081	2.561
LOMBARDIA	758	649	4.770	6.177
LIGURIA	60	104	743	907
VENETO	221	325	2.464	3.010
FRIULI V.G.	105	99	481	685
TRENTINO A.A.	37	67	477	581
EMILIA R.	173	347	2.296	2.816
TOSCANA	127	207	1.910	2.244
UMBRIA	30	60	365	455
LAZIO	96	137	2.132	2.365
MARCHE	81	121	862	1.064
ABRUZZO	74	150	722	946
MOLISE	9	26	107	142
CAMPANIA	238	342	1.610	2.190
PUGLIA	83	210	1.562	1.855
BASILICATA	11	24	212	247
CALABRIA	36	104	438	578
SICILIA	62	202	891	1.155
SARDEGNA	25	129	554	708
ITALIA	2.488	3.539	24.742	30.769
Nord	1.616	1.827	13.377	16.820
Centro	334	525	5.269	6.128
Sud	538	1.187	6.096	7.821

*Fonte: elaborazioni AICEB Confesercenti
su dati Camera di Commercio di Milano e Registro Imprese*

Tabella 21

IMPRESE ATTIVE NEL SETTORE DEL BENESSERE – COMPOSIZIONE%				
Regioni	Palestre	Centri benessere	Centri Estetici	TOTALE
VALLE D'AOSTA	3,6%	18,1%	78,3%	100,0%
PIEMONTE	9,1%	9,6%	81,3%	100,0%
LOMBARDIA	10,5%	12,3%	77,2%	100,0%
LIGURIA	11,5%	6,6%	81,9%	100,0%
VENETO	10,8%	7,3%	81,9%	100,0%
FRIULI V.G.	14,5%	15,3%	70,2%	100,0%
TRENTINO A.A.	11,5%	6,4%	82,1%	100,0%
EMILIA R.	12,3%	6,1%	81,5%	100,0%
TOSCANA	9,2%	5,7%	85,1%	100,0%
UMBRIA	13,2%	6,6%	80,2%	100,0%
LAZIO	5,8%	4,1%	90,1%	100,0%
MARCHE	11,4%	7,6%	81,0%	100,0%
ABRUZZO	15,9%	7,8%	76,3%	100,0%
MOLISE	18,3%	6,3%	75,4%	100,0%
CAMPANIA	15,6%	10,9%	73,5%	100,0%
PUGLIA	11,3%	4,5%	84,2%	100,0%
BASILICATA	9,7%	4,5%	85,8%	100,0%
CALABRIA	18,0%	6,2%	75,8%	100,0%
SICILIA	17,5%	5,4%	77,1%	100,0%
SARDEGNA	18,2%	3,5%	78,2%	100,0%
ITALIA	11,5%	8,1%	80,4%	100,0%
Nord	10,9%	9,6%	79,5%	100,0%
Centro	8,6%	5,5%	86,0%	100,0%
Sud	15,2%	6,9%	77,9%	100,0%

*Fonte: elaborazioni AICEB Confesercenti
su dati Camera di Commercio di Milano e Registro Imprese*

La distribuzione regionale dei Centri Benessere

Con riferimento ai soli centri benessere, quasi uno su tre opera nella regione Lombardia (758, pari al 30.5%; Tab.36). Con la Valle d'Aosta, il Piemonte e la Liguria, un centro benessere su due è nell'area Nord-Ovest del Paese. Due centri benessere su tre sono nelle regioni del Nord. A Sud, la Campania raggruppa più della metà dei centri benessere presenti nell'Italia meridionale, escluse le isole (237 su 451 totali).

Tabella 22

DISTRIBUZIONE PER REGIONE IMPRESE DEL BENESSERE (%)		
Regioni	Totale imprese Benessere (*)	Centri benessere
VALLE D'AOSTA	0,3%	0,6%
PIEMONTE	8,3%	9,9%
LOMBARDIA	20,1%	30,5%
LIGURIA	2,9%	2,4%
VENETO	9,8%	8,9%
FRIULI V.G.	2,2%	4,2%
TRENTINO A.A.	1,9%	1,5%
EMILIA R.	9,2%	7,0%
TOSCANA	7,3%	5,1%
UMBRIA	1,5%	1,2%
LAZIO	7,7%	3,9%
MARCHE	3,5%	3,3%
ABRUZZO	3,1%	3,0%
MOLISE	0,5%	0,4%
CAMPANIA	7,1%	9,6%
PUGLIA	6,0%	3,3%
BASILICATA	0,8%	0,4%
CALABRIA	1,9%	1,4%
SICILIA	3,8%	2,5%
SARDEGNA	2,3%	1,0%
ITALIA	100,0%	100,0%
Nord	54,7%	65,0%
Centro	19,9%	13,4%
Sud + Isole	25,4%	21,6%

Fonte: elaborazioni AICEB Confesercenti su dati Camera di Commercio di Milano e Registro Imprese

(*) Centri benessere + palestre + trattamenti estetici

L'evoluzione quantitativa delle Imprese del Benessere

Tra il 2004 e il 2008 le imprese del benessere sono aumentate di 5.876 unità, pari ad un tasso di crescita del 24%. L'aumento percentualmente più alto si è osservato nel Lazio (+42%). Notevole la crescita in Campania e Puglia.

Tabella 23

Evoluzione Imprese nel Settore Benessere Periodo 2004/ 2008			
Regioni	Incrementi (valore assoluto)	Incrementi (%)	Contributo (%) alla crescita
VALLE D'AOSTA	12	17%	0,2%
PIEMONTE	445	21%	7,6%
LOMBARDIA	1.082	21%	18,4%
LIGURIA	121	15%	2,1%
VENETO	567	23%	9,6%
FRIULI V.G.	131	24%	2,2%
TRENTINO A.A.	105	22%	1,8%
EMILIA R.	261	10%	4,4%
TOSCANA	431	24%	7,3%
UMBRIA	120	36%	2,0%
LAZIO	704	42%	12,0%
MARCHE	211	25%	3,6%
ABRUZZO	211	29%	3,6%
MOLISE	27	23%	0,5%
CAMPANIA	512	31%	8,7%
PUGLIA	489	36%	8,3%
BASILICATA	71	40%	1,2%
CALABRIA	101	21%	1,7%
SICILIA	170	17%	2,9%
SARDEGNA	105	17%	1,8%
ITALIA	5.876	24%	100%

Fonte: elaborazioni AICEB Confesercenti
su dati Camera di Commercio di Milano e Registro Imprese

I soggiorni del Benessere

Le località termali e del turismo del benessere (cosiddetto *wellness*) accolgono il 4,2% delle presenze turistiche stimate nelle strutture ricettive alberghiere ed extralberghiere in Italia, ovvero oltre 15 milioni di presenze all'anno.

Vi è una leggera prevalenza di clientela internazionale, dal momento che la quota di presenze straniere è superiore (4,4%, contro il 4,1% di clientela nazionale).

Tra le principali motivazioni per le quali i turisti italiani scelgono di trascorrere un soggiorno turistico nelle destinazioni termali e del benessere in Italia c'è la voglia di benessere e fitness (46%), il desiderio di trascorrere una vacanza rilassante (35%) in un ambiente naturale di pregio (30%), gli interessi enogastronomici (21%). Nel corso della vacanza uno su due visita SPA e centri benessere; il 37% pratica attività sportive.

Tabella 24

PESO DELLA RICETTIVITA' TERMALE E DEL BENESSERE	%
Località termali e del benessere Posti letto delle strutture ricettive (alberghiere + extra-alberghiere) <i>rispetto al totale posti letto in strutture ricettive in Italia</i>	3,2%
Località termali e del benessere Posti letto delle strutture alberghiere <i>rispetto al totale posti letto in strutture ricettive in Italia</i>	5,1%
Presenze turistiche in Località termali <i>rispetto al totale delle presenze turistiche in Italia (pari a circa 15milioni/ presenze annue)</i>	4,2%
Presenze turistiche italiane in Località termali <i>rispetto al totale delle presenze turistiche italiane</i>	4,1%
Presenze turistiche straniere in Località termali <i>rispetto al totale delle presenze turistiche straniere in Italia</i>	4,4%

Fonte: elaborazioni Isnart su dati ISTAT

In termini di capacità ricettiva, il turismo termale del wellness conta circa 3.800 imprese per un totale di 148.918 posti letto (Tab.39), pari al 3,2% del totale Italia; il comparto alberghiero conta in località termali 1.596 strutture, per un totale di 111.884 mila posti letto; il 5,1% del totale dei posti letto alberghieri in Italia.

Maggiore della media nazionale la presenza di alberghi a 4-5 stelle (34% contro il 29%); tra le strutture complementari emergono i campeggi (31% dei posti letto) e gli agriturismo (21%).

Tabella 25

CAPACITÀ RICETTIVA DELLE LOCALITÀ TERMALI E DEL BENESSERE IN ITALIA		
ANNO 2008		
TIPOLOGIA	N°/ ESERCIZI	N°/ LETTI
Strutture alberghiere -di cui a 4 e 5 stelle: 34%	1.596	111.884
Extralberghiero di cui:	2.177	37.034
Totale strutture ricettive	3.773	148.918
TIPOLOGIA	ESERCIZI/ %	LETTI/ %
Alberghiero	42,3%	75,1%
Extralberghiero	57,7%	24,9%

Fonte: elaborazione. Aiceb su dati ISTAT Osservatorio Nazionale del Turismo

Tra il 2004 e il 2008 il parco ricettivo è lievemente diminuito nell'alberghiero (-0,5% i posti letto) ed è aumentato nell'extralberghiero (+4,3% i posti letto aggiuntivi).

È alta la quota di turismo interno soprattutto per le destinazioni *leader* di prodotto. In Emilia Romagna, ad esempio, la quota di turismo interno è del 46,7%, in Toscana il 21%.

Tabella 26

EVOLUZIONE DELLA CAPACITÀ RICETTIVA DELLE LOCALITÀ TERMALI E DEL BENESSERE				
PERIODO 2004 / 2008				
Tipologia	Esercizi Val/ assoluto	Letti Val/ assoluto	Esercizi Valore%	Letti Valore%
Alberghiero	-177	-2.225	-2,5%	-0,5%
Extralberghiero	576	5.464	9,0%	4,3%
Totale	399	3.239	3,0%	0,6%

Fonte: elaborazione. Aiceb su dati ISTAT Osservatorio Nazionale del Turismo

Infine, va rilevato che il turismo benessere in Italia, che si indirizza principalmente verso la Toscana, il Veneto e l'Emilia Romagna, attira il 5% del turismo tedesco e quote inferiori di quello britannico e spagnolo; tra i vacanzieri italiani, i principali fruitori sono quelli provenienti da Lazio, Toscana, Emilia Romagna e Lombardia.

L'andamento generale per il 2011

Con 163,3 milioni di presenze straniere, il bilancio 2010 del turismo italiano ha sfiorato il record che il comparto aveva stabilito nel 2007 (163,5 milioni); ma soprattutto, le previsioni per il 2011, nel caso in cui saranno state suffragate dal consuntivo annuale avranno fatto registrare un nuovo primato, cioè, il superamento della soglia dei 170 milioni di turisti. Le ultime rilevazioni effettuate sul settore spiegano in parte i forti incrementi con l'effetto "rimbalzo" dovuto alle crisi istituzionali in atto nella riva meridionale del Mediterraneo. È uno dei *trend* individuati dal [XVII Rapporto sul turismo italiano](#), presentato a Firenze, per la prima volta con il contributo dell'[Irat \(l'Istituto di ricerche sulle attività terziarie\)](#) del Consiglio nazionale delle ricerche) a fianco della [società Mercury](#), autrice dell'indagine alla quale hanno partecipato i partner istituzionali dell'Istat: [Aci](#), [Isnart-Unioncamere](#), [Ciset](#), [Enit](#), Banca d'Italia e il [DSCT - Dipartimento per lo sviluppo e la competitività del turismo della presidenza](#) del Consiglio dei Ministri. Numeri in forte ripresa, quindi, perché nel 2009 il turismo internazionale in Italia aveva toccato il minimo storico degli ultimi quattro anni del decennio, con 159,5 milioni di presenze straniere e 41,1 milioni di arrivi. Nonostante questo, secondo gli autori del Rapporto, nel periodo tra il 2007 e il 2009 l'Italia sembra aver fatto meglio fronte alla crisi, rispetto ai Paesi concorrenti, la flessione media dei pernottamenti degli stranieri, registrata dall'ufficio statistico comunitario Eurostat, si è attestata al -1,2% a fronte di un calo più pesante in Grecia (-1,5%), Francia (-4,7%), Spagna (-5,7%) e nel Regno Unito (2,9%). Così, secondo il Rapporto, l'Italia è riuscita a riconquistare la prima posizione per il mercato turistico complessivo, domestico e internazionale, nell'ambito dell'Unione Europea, con una quota del 16,8%, considerando solo i flussi internazionali, il Belpaese è in seconda posizione con una quota del 18%, preceduto dalla Spagna con il 22,7%; le rilevazioni ConIstat (dati congiunturali) per il 2010 hanno rivelato però due tendenze contrapposte: più movimenti per gli stranieri, meno per gli italiani. Si stima che nel 2010 le presenze straniere siano aumentate del 2,4% e gli arrivi del 4,6%, mentre quelle interne sono diminuite del -3,1% e gli arrivi del -2,6%. Un fenomeno spiegato sia come effetto della crisi, sia per la concorrenza al ribasso dei prezzi da parte degli altri Paesi mediterranei. Quanto all'indotto generato dal settore, i turisti arrivati nel 2010 hanno speso 95 miliardi di euro, contribuendo alla ricchezza nazionale stimata in oltre 100 miliardi, ovvero il 7% circa del Prodotto interno lordo italiano. Non sono ancora stati recuperati i mancati introiti nel periodo successivo al 2007, ma il sistema ha retto meglio rispetto ad altri settori dell'economia, sottolinea il Rapporto; lo conferma il valore aggiunto del comparto, ormai il quadruplo rispetto all'agricolo-alimentare e oltre il quintuplo rispetto al settore della moda. Le stime "allargate" sull'impatto complessivo del turismo per il Paese parlano di quasi 171 miliardi di fatturato e 181 miliardi di valore aggiunto (13,1% del totale). Il mese di punta per i clienti stranieri – per

larga parte tedeschi, al 29,6% del totale – è luglio (18,1% delle presenze nel 2010) mentre per gli italiani è agosto (25,2%); gli arrivi dalla Germania, però, sono in calo rispetto all'inizio del decennio, quando erano il 37,3%, i giapponesi e i clienti asiatici in generale sono i più generosi nelle loro spese sul territorio italiano. Il Veneto è la regione più frequentata dai turisti stranieri (22,5%): uno su due sceglie per la propria vacanza Veneto, Trentino o Lazio (in quest'ultima gli stranieri spendono di più); l'Emilia Romagna, oltre ad avere il primato generale per la maggior spesa turistica, è la regione più gettonata dagli italiani (14%). Il Rapporto sottolinea che la maggior parte del movimento turistico non viene rilevata perché costituita da pernottamenti in abitazioni per vacanza (secondo case), in quanto tali non censite come strutture ricettive: viene però stimato che a ogni presenza in strutture ufficiali corrispondono quasi due presenze in appartamenti e abitazioni.

Il turismo “on demand” del futuro

Nel 2020 la stima degli arrivi internazionali raggiungerà la quota di 1,6 miliardi, di cui 1,2 miliardi saranno interregionali e 378 milioni di lungo raggio; le tre principali regioni per arrivi saranno Europa (717 milioni di turisti), Est Asiatico e area del Pacifico (397 milioni), America e Stati Uniti (282 milioni), seguite dall'Africa, dal Medio Oriente e dall'Asia del Sud. Est Asiatico e Pacifico, Asia, Medio Oriente e Africa cresceranno ad un tasso del 5%, superiore rispetto al tasso medio di crescita del 4,1%, mentre le regioni più mature – Europa, Stati Uniti e America – cresceranno più lentamente (Europa 3%).

Queste le previsioni dell'Organizzazione Mondiale del Turismo (UNWTO). *Ma cosa si nasconderà dietro questi numeri? Che cosa succederà a livello di tendenze e dinamiche che “movimenteranno” il turista di domani e tracceranno i destini di un intero settore che, al di là di tutte le situazioni congiunturali ed esogene che ne potranno rallentare temporaneamente la crescita, resterà uno dei volani dell'economia mondiale, destinato ad uno sviluppo a ritmi superiori rispetto agli altri comparti produttivi?* Non è semplice, ma appare interessante, ipotizzare qualche risposta. La pressione competitiva porterà al definitivo allargamento dei mercati-chiave a Cina e India, che saranno guidate dallo sviluppo delle classi medie e dall'affermarsi di un turismo domestico alla ricerca di prodotti di fascia media ed economica per viaggi sia *leisure* sia *business*. I mercati maturi (*in primis* l'Europa) si troveranno a catalizzare i loro sforzi sulla “*Baby-Boomer Generation*”, una folta schiera di individui che, pensionati ma ancora giovani nello spirito, inseguiranno l'eterna salute (o l'eterna giovinezza?) in esperienze di viaggio che, alla voglia di avventura uniranno il crescente bisogno di benessere. Portatori di bisogni e necessità specifiche, lanceranno una singolare sfida all'industria dei viaggi e del

turismo, promettendo – in cambio – un abbassamento della stagionalità garantito da una maggiore disponibilità di tempo libero. Ma esperienza e benessere non saranno solo parole-chiave per descrivere questo *target*, se mai si potrà ancora definire i segmenti di domanda così come li intendiamo oggi; poiché la crescente multi-culturalità della popolazione, frutto del mix di etnie e provenienze diverse, nonché la perdita di valore (o quasi) dell'età anagrafica rispetto alle potenzialità esprimibili da ciascun individuo – a prescindere, dunque, dall'età anagrafica stessa – renderanno più logico distinguere i turisti in base ad interessi e motivazioni, ovvero alle tematiche stesse che ispirerà il viaggio. Di fatto, parlare di nicchie diventerà il *leit-motiv* dei consumi del futuro; il viaggio generalista, il ristorante generalista, la cultura generalista, la massa acritica e spersonalizzata, non potranno più essere presi a riferimento. Soggetti “singolari” nella loro originalità e fortemente “personalizzati” nei loro stili di vita, chiederanno esperienze di valore autentiche e contenuti che contribuiranno a generare (*user generated contents*) attraverso un tam-tam e una condivisione senza precedenti. Infatti, questi soggetti unici e individualisti saranno i nodi di una fitta rete (network) parlante e creativa, che troverà una sua eloquente espressione – e una identità sociale e collettiva - nella ricerca di modalità efficaci di gestione delle (sempre più limitate) risorse. Risorse non solo economiche, ma anche e soprattutto ambientali e naturali.

La ricerca del *low-cost*, accentuatasi durante la crisi, non si arresterà, ma diventerà il paradigma classico del viaggiare. Anche quelli di soggiorni e vacanze, saranno acquisti estemporanei e dettati dalle necessità (di fuga) del momento; viaggi sempre più brevi saranno prenotati a ridosso della partenza, rendendo ancora più difficile per il sistema di offerta definire a priori i propri andamenti, se non all'interno di logiche di prodotti differenziati. Infatti, l'attenzione alla variabile prezzo andrà di pari passo con la ricerca di vacanze a tema, durante le quali praticare sport, dedicarsi al proprio benessere e alla propria armonia, rigenerarsi all'interno di territori che verranno sempre più pensati come contenitori interattivi di storia, arte, cultura, tradizioni culturali ed enogastronomiche (*a km-0*) con cui confrontarsi e arricchire il proprio *saper-fare*. I racconti di viaggio non saranno solo condivisi e resi disponibili a parole o, meglio ancora, sulla rete attraverso *post*, commenti e immagini. Il resoconto del viaggio sarà piuttosto la rielaborazione domestica di un piatto tipico che il turista avrà assaggiato durante la vacanza e del quale gli saranno state raccontate le origini, le curiosità ad esso legati e sarà stato possibile recuperare in loco la ricetta, come pure la degustazione di un vino o la mostra di un manufatto locale, come spunti per conoscere una storia di vita, ascoltata direttamente dall'artigiano. Tutto questo a beneficio di un turismo sostenibile. Infatti, il vero parametro di segmentazione dei turisti e, prima ancora della popolazione, sarà la reale adozione di comportamenti “*green*” e sostenibili;

dall'utilizzo di fonti di energia rinnovabili all'impiego di pannelli solari a costi sempre più competitivi, da edifici costruiti secondo i principi dell'architettura bioclimatica al ricorso ad automobili non alimentate dal petrolio, dalla richiesta di prodotti agroalimentari che rispettino l'equilibrio del territorio e la salute delle persone, l'ambiente sarà il vero protagonista del futuro. I modelli di comportamento saranno orientati a ridurre la propria impronta ecologica in maniera non più coatta, ma spontanea, e ciò si rifletterà tanto nelle modalità di viaggio quanto nella scelta delle soluzioni di soggiorno.

La ricettività, il *tour operating* e le agenzie di viaggio e di *incoming*, le imprese di trasporto saranno in prima linea chiamati ad offrire servizi e prodotti rispondenti ad uno stile di vita e di vacanza ecosostenibile; ed è qui che la variabile prezzo si ricomporrà con il concetto di qualità per soddisfare la ricerca di un binomio (*qualità-prezzo*) che non potrà essere eluso in alcun modo. Dal canto loro, le comunità locali assumeranno un ruolo attivo nelle esperienze di vacanza, non solo in loco, ma – ancor prima – sul web; la richiesta di informazioni su come spendere le vacanze agli abitanti delle varie destinazioni diventerà un'abitudine consolidata, affermando la necessità di costruirsi una rete di “conoscenti” già prima della partenza, traendo vantaggio da scambi e informazioni preziose per fare esperienza dei territori secondo lo stile “tipico” del luogo (ulteriore sfaccettatura di un turismo sostenibile). A supporto, la tecnologia e l'utilizzo dei dispositivi mobili, che diventeranno sempre più “parte integrante” di un individuo in perenne movimento tanto reale quanto virtuale, il c.d. ‘*on-the-move consumer*’. Ma la tecnologia farà il suo prepotente e definitivo ingresso anche nelle strutture ricettive, divenendo sempre più sofisticate nella disponibilità di *connessioni wi-fi* e in quella parte strumentale – ma quasi invisibile – che consentirà di attuare misure di risparmio idrico ed energetico che contribuiranno alla soddisfazione complessiva della clientela. Saranno, altresì, rispondenti ai bisogni di turisti *business* che avranno fatto del precariato un modo di lavorare e vivere consono alla “nuova” cultura della mobilità. Individui mobili nel lavoro e per lavoro, nella rete, nelle proprie scelte (dunque, sempre meno fedeli a quella marca che risulterà priva di un *concept* forte e identitario), continueranno a trovare nel turismo la migliore soluzione a quel bisogno di fisicità e di presenza reale in un luogo che Internet e le moderne tecnologie avranno reso meno necessarie.

La conoscenza e la voglia di essere protagonisti nelle proprie abitudini diventeranno gli assi portanti di un nuovo modello di consumo che troverà nel concetto di esperienza la sua sintesi più esplicativa; con ciò, richiedendo all'industria dei viaggi e del turismo di investire nell'ascolto della comunità globale che vive sui *social network* e popola la rete, al fine di ottenere gli inputs necessari a formulare offerte necessariamente specializzate e differenziate.

La fragilità derivante dall'esposizione (*Trip-Advisor* docet) dovrà diventare sempre più un rischio calcolato, come calcolata dovrà essere tutta la gestione del rischio derivante da fattori esogeni che possono compromettere non solo gli andamenti turistici, ma l'intero assetto economico globale. Con ciò ribadendo che i momenti di crisi portano con sé anche una buona dose di energia creatrice – ovvero opportunità - che solo i più lungimiranti (coloro che guardano al futuro!) possono avere il coraggio di cogliere, non senza una preventiva e costante formazione (che in un futuro come quello che si prospetta dovrà essere chiamata talento...), che continuerà ad essere la decisiva chiave di (s)volta.

3. **L'ANALISI DI CONTESTO REGIONALE**

3.1. **Analisi degli aspetti storico-culturali del Termalismo Siciliano**

Ancor prima di illustrare le caratteristiche dei comuni termali della Sicilia, cui verrà dedicata particolare attenzione nei prossimi paragrafi, si intende sottolineare come e perché, fin dalla sua origine, la cultura siciliana ha esercitato un ruolo *primario*, in favore dell'individuazione e dell'evoluzione pratica e scientifica delle acque termali quale valido strumento terapeutico e di benessere. Si fa riferimento, a tal fine, all'articolo di Angelo Pantina pubblicato nell'*E-journal* del Dipartimento di Arti e Comunicazione dell'Università di Palermo

“Le sorgenti termali siciliane tra mito e storia”

Le conoscenze del termalismo in Sicilia affondano le loro origini nella leggenda; i riferimenti più antichi sono legati soprattutto al *mito di Ercole* che attraversa tutta la Sicilia e trova ovunque delle Ninfe che fanno sgorgare per lui delle fonti calde.

I riferimenti su fenomeni termali siciliani entrano nella storia e nella geografia con i Romani; numerose sono le fonti letterarie che accennano alle terme siciliane: da Diodoro Siculo che descrive dettagliatamente l'uso della grotta vaporosa, che nel I secolo a.C. doveva essere ormai consolidato, poiché attinge ad una fonte più antica; Erodoto (IV secolo a.C.) fornisce indicazioni sulla *Terma* del Territorio di Selinunte, indicandola come il luogo ove Minosse avrebbe trovato la morte per opera di Cocalo, il quale <<*avendolo condotto al bagno, tanto il ritenne nella terma, che da calor soverchio restasse soffocato*>> (Erodoto VII 171).

Il primo autore antico a denominare alcune terme siciliane è Strabone (63 a.C. – 23 d.C.): <<*l'isola ha dunque in molti luoghi sorgenti di acque calde. Tra queste sono salmastre le Selinuntine e quelle vicino a Imera.*>> (Strabone VI 2,9).

Plinio, nella sua *Naturalis Historiae*, descrivendo la successione topografica delle zone sud-occidentali della Sicilia cita la città di *Thermae*, anche se in quel periodo non esisteva un vero e proprio ordinamento urbano per le Terme Selinuntine.

Sotto Costantino (IV secolo a.C.) la Sicilia assume un significato strategico per Roma; in tale ottica, il territorio della Sicilia sud-occidentale dovette risultare idoneo alle esigenze politico-economiche che determinarono un potenziamento delle strutture ricettive e ludico-ricreative connesse alle sorgenti termali.

Nel V sec. d.C. il santo eremita Calogero (venerato in diverse città della Sicilia, di cui almeno tre presentano fenomeni geotermali: Sciacca, Termini Imerese e Lipari) con il suo operato misericordioso contribuì alla conoscenza e alla divulgazione delle pratiche termali.

La conquista della Sicilia da parte dei Musulmani (872-902) apportò distruzione e sconvolgimenti ma contribuì anche allo sviluppo economico e culturale dell'isola.

La cultura islamica riportò *in auge* l'uso delle fonti termali ed essi edificarono numerosi *hammame* altrettanti importanti edifici termali come a Cefalà Diana, nei pressi di Palermo, (unico edificio rimasto del periodo islamico).

Di quanto i Musulmani tenessero in gran conto le acque, lo si può dedurre da una “disposizione costrittiva”, del Conte Ruggero, che riguardava l'uso dei bagni in Sicilia, da parte dei “saracini” (Al Novario riferisce che il Conte Ruggero non lasciò ai Musulmani rimasti nell'isola, né forni, né mulini, né bagni).

Durante il periodo Normanno le terme furono ampiamente utilizzate; come sostenuto da vari autori, è verosimile che i bagni termali continuarono ad essere praticati per tutto il Medioevo, per il loro carattere terapeutico e spirituale.

A partire dal XVI secolo un rinnovato interesse alle Terme è rivolto dalla scienza medica, sia per il rinnovarsi dell'interesse naturalistico, sia per la diffusione di opere di Botanica con le sue applicazioni in medicina; numerosi medici scrissero sulle terme e sui benefici delle pratiche termali.

Giovanni Cortese (medico e filosofo presso il collegio di Bologna) ebbe ad affermare: <<***l'uso delle acque termali si sviluppò per primo nel Regno di Sicilia, sicché i Siculi possono vantarsi di essere stati gli inventori di questo rimedio***>>.

Fino al XVIII secolo le conoscenze e i metodi di utilizzo delle acque termali non progredirono molto, rispetto al Medioevo, l'acqua rimase sempre un mezzo per allontanare i veleni responsabili delle malattie.

Lo sviluppo scientifico della medicina, e soprattutto della chimica moderna, rese possibili le prime indagini sulla composizione delle acque minerali; proprio nell'Ottocento, con il progredire delle scienze chimiche, l'acqua termale si delinea come farmaco.

Gli stabilimenti per le cure termali vengono ampliati e potenziati; tra Ottocento e Novecento, le stazioni termali più note diventano luoghi di incontri e di svago per quell'*élite* internazionale sempre in cerca di novità e divertimento.

In conclusione possiamo dire che la storia della Sicilia è storia del mondo mediterraneo; basta citare l'esempio delle Eolie che, già abitate in età neolitica, erano divenute polo di attrazione e quindi d'integrazione tra gli emigrati provenienti dal Mediterraneo centro-orientale.

Proprio a Lipari, durante i lavori di ripristino dello stabilimento termale, sono venute alla luce una serie di canalizzazioni con relativa caldaia, databili approssimativamente al **XVII secolo a.C.**, a riprova di quanto affermato da *Giovanni Cortese*, cioè che:” ***la Sicilia è la madre delle Terme***”.

3.2. Comuni termali siciliani

Le sorgenti termali in Sicilia sono localizzate in cinque delle nove provincie regionali: Agrigento, Catania, Messina, Palermo e Trapani.

Nello specifico il “**Distretto Produttivo del Benessere Termale**” vede coinvolti i seguenti comuni:

1. Acireale (CT)
2. Aci Catena (CT)
3. Alì Terme (ME)
4. Calatafimi Segesta (TP)
5. Castellammare del Golfo (TP)
6. Geraci Siculo (PA)
7. Lipari (ME)
8. Montevago (AG)
9. Pantelleria (AG)
10. Sciacca (AG)
11. Sclafani Bagni (PA)
12. Terme Vigliatore (ME)
13. Termini Imerese (PA)

Di seguito, alcune informazioni sulle sorgenti termali presenti in ciascuno dei comuni sopraindicati⁵.

Acireale

Le Terme di Acireale, oltre che un centro di medicina idrologica, fisica e riabilitativa, costituiscono una opportunità di svago e relax: lo splendido parco con le annesse piscine e campo-giochi, la lussureggiante vegetazione della Timpa, la magnifica veduta panoramica che si estende da Taormina ad Aci Trezza, l'Etna, le borgate marinare; ed ancora la città, con il suo barocco, l'opera dei pupi, le attrattive folkloristiche, la gastronomia.

⁵ I dati riferiti ai Comuni termali, tratti da uno studio di settore condotto dalla “Alimentaria Scilia Società Consortile a.r.l.”, sono stati implementati ed aggiornati.

Centro climatologico e turistico, dunque, che offre svariate possibilità di interesse ed impiego del tempo libero; non ultime le manifestazioni estive che, nello scenario dell'ottocentesco Parco Termale, allietano le serate degli ospiti con spettacoli che spaziano dal teatro alla musica sinfonica, dal *cabaret* al cinema, dal jazz alla danza.

Lo stabilimento termale di Acireale è aperto tutto l'anno.

Le acque sulfuree-salzo-bromo-iodiche-radioattive fluiscono a una temperatura di 22 °C dalle falde dell'Etna, arricchendosi lungo il percorso di vari sali minerali. In prossimità della sorgente, a 45 metri di profondità, incontrano un vasto bacino di acqua marina con la quale si miscelano. Questa mineralizzazione del tutto peculiare insieme alla alta concentrazione dell'idrogeno solforato, valorizzano al massimo tutte le qualità terapeutiche di quest'acqua.

Il fango utilizzato, vegeto-minerale, si ottiene facendo maturare l'argilla vulcanica per tre anni nell'acqua sulfurea, proveniente dall'Etna, che sgorga dalla sorgente greco-romana di Santa Venera al Pozzo, arricchendosi della microflora sulfurea superficiale.

Le applicazioni praticabili sono tante e specifiche per ogni malattia: bagni, fanghi, massaggi e idromassaggi vengono usati per le malattie osteoarticolari, reumatiche e dermatologiche; con docce filiformi e maschere facciali si affrontano le dermatiti, gli eczemi, la seborrea, l'acne e la psoriasi; le inalazioni, gli *humages*, gli aerosol, il lavaggio nasale, le insufflazioni endo-timpaniche, la ventilo-terapia si rivelano assai efficaci nella cura di malattie otorinolaringoiatriche e respiratorie.

Le Terme sono dotate di un Centro di Benessere e di Medicina Idrologica, Fisica e Riabilitativa.

I trattamenti offerti dal centro termale sono:

- Fangobalneoterapia
- Cure inalatorie e cure per la sordità rinogena
- Settore angiologico e pneumologico
- Dermocosmesi
- Fisiokinesi terapia

Il complesso termale dispone anche di un moderno ed attrezzato centro con specialistici di Pneumologia, Neurologia, Ortopedia, Angiologia e Medicina estetica dove i pazienti possono sottoporsi ad esami clinici e terapie in convenzione con il Servizio Sanitario Nazionale.

Aci Catena

Per una descrizione delle terme presenti nel comune di Aci Catena si fa riferimento al testo *“Le terme: una storia di acque millenarie”* scritto da Matteo Donato e pubblicato nel sito istituzionale del comune www.comune.acicatena.ct.it.

“Oggi che le acque sulfuree delle moderne Terme acesi trovano larga utilizzazione in medicina per la cura di malattie le più disparate, ci sembra di un certo interesse chiederci quale sia stata attraverso i secoli la conoscenza delle loro qualità terapeutiche. Per rispondere al quesito, ci serviremo della documentazione sia archeologica che storica sulle sorgenti e sulle antiche terme romane in contrada Reitana (comune di Aci Catena).

Anteriormente al suddetto impianto termale, che secondo recenti studi è stato edificato nel IV secolo d. C., non abbiamo che assai esili tracce, infatti, sembra che esso sia sorto al posto di un precedente impianto (forse greco); accanto rimangono i resti del basamento di un tempio romano forse di età repubblicana, probabilmente dedicato a Venere. (anche il nome originario dello stabilimento romano fino al presente rimane sconosciuto: la denominazione di “Terme di S. Venera al Pozzo” è secentesca, quella di “Terme sifonie” si deve a campanilistiche conclusioni di una parte della storiografia acese).

I resti termali provano che le qualità terapeutiche delle acque solfuree della sorgente naturale da tempo godevano di un discreto credito tanto da determinare l'impianto stesso; due gli ambienti superstiti: precisamente un *tepidarium* ed un *calidarium* (le *suspensurae* testimoniano che il riscaldamento si effettuava con la circolazione di aria calda sotto il pavimento, mentre i densi vapori sulfurei fuoriuscivano dai buchi realizzati con tubuli fittili incassati nella copertura a volta.

Recenti scavi hanno portato alla luce un'ampia vasca quadrangolare pavimentata che molto probabilmente doveva costituire il *frigidarium* all'aperto); l'insieme lascia supporre che le terme fossero un piccolo stabilimento di uso pubblico atto in primo luogo alla cura di malattie a carattere reumatico e forse di quelle esantematiche.

Il sopraggiungere del Medioevo segna l'inizio di un lunghissimo periodo di silenzio ed è soltanto dopo più di dieci secoli dalla supposta costruzione dell'edificio termale che si parlerà di nuovo delle Terme; da quel periodo di silenzio proviene però una leggenda che avrà tanta influenza, in seguito, sulle concezioni degli autori che scriveranno sulle nostre acque sulfuree.

La leggenda, che testimonia ancora una volta lo spirito fantastico e la innata religiosità del Medioevo, narra che nella prima metà del II secolo la vergine Venera

- la Santa che sulla fine del 1600 sarà assunta a tutrice di Acireale - prestò la sua opera di apostolato presso le Terme, in qualità di infermiera e che, dopo il martirio, il suo corpo - secondo alcuni il solo capo - venne gettato nel pozzo, cioè nella sorgente a pochi metri dalle Terme stesse. Da ciò possiamo desumere che il luogo, divenuto meta di devoti pellegrinaggi, sia stato molto frequentato in tutti quegli oscuri anni anche per usufruire delle acque che erano considerate miracolose: la credenza popolare infatti le riteneva rigenerate del sangue di Santa Venera. Benché assai viva fosse la devozione, la costruzione in quel luogo di una Chiesa dedicata alla Santa - l'edificazione di una chiesetta risalente ai primi tempi del Cristianesimo non ha trovato fino ad oggi un concreto riscontro è opera più tarda e risale alla fine del 1300.

Nel 1422 nella piana antistante alla sorgiva fu concessa dal re Alfonso d'Aragona la "Fiera Franca", grande mercato annuale esente da dazio. Al tempo della istituzione della Fiera gli impianti termali romani certamente non erano più in funzione, mentre non v'è da dubitare - tenendo anche conto della credenza popolare di un intervento miracoloso della Santa, cui già accennato - che in una certa misura si fruisse delle acque. Mantenendosi costante la devozione degli Acesi, intorno al 1600 si provvide a restaurare la primitiva chiesa; poi tra il 1622 ed il 1641 il tempio fu nuovamente riedificato. In quegli stessi anni la "Fiera Franca" fu definitivamente trasportata in Aquilia Nuova (l'attuale Acireale) non soltanto per i frequenti e temuti attacchi dei pirati ma anche per le brighe degli Aquiliani che, con evidente esagerazione, sostennero che l'aria attorno alla chiesa di S. Venera al Pozzo era malsana per i "miasmi mortali" esalati dalle acque che impaludavano; il luogo così ritornò ad essere soprattutto meta di malati devoti. Con riferimento al culto di Santa Venera, è interessante seguire la lunga controversia - iniziata all'incirca nella prima metà del '600 e protrattasi per quasi un secolo e mezzo - tra alcuni scrittori convinti degli interventi miracolosi della Santa ed altri, invece, delle virtù naturali delle acque. Sono proprio tutti questi scrittori a fornirci indirettamente delle preziose testimonianze; per quanto ci è dato sapere il primo che abbia scritto dell'intervento miracoloso di S. Venera è stato Rocco Pirri nella sua "Sicilia sacra" (1644): "Presso le diroccate terme di Aci è il pozzo di S. Venera le cui acque per volere di Dio (*divinitus*) giovano alla salute degli uomini". Nel "*divinitus*" è chiaramente espressa la posizione dell'autore, il quale di conseguenza non accenna a malattie determinate, ritenendo senz'altro che l'intervento miracoloso potesse dispiegarsi su tutte; notevole anche "*l'eversas AcisThermas*", che documenta come agli inizi del XVII secolo le terme romane fossero una costruzione in rovina.

Della stessa opinione del Pirri si mostrava don Francesco Gravina nella sua “Vita di S. Venera” (1645), in cui fra l'altro si legge: “... dalla mano liberale di S. Venera, mercé ad un pozzo di acqua salutare, della quale chi beve con vera devozione, ancorché di qualunque infermità perduto, ne riporta il guiderdone della salute”; secondo il Gravina era la “vera devozione” a rendere efficaci i poteri salutari dell'acqua sì da far guarire da qualsiasi male. Di idee opposte a quelle del Pirri e del Gravina, furono due gesuiti: padre Ottavio Gaetani, che si mostrò pieno di riserve circa gli interventi miracolosi, e padre Pietro Salerno, che nelle sue “*Animad versiones in vitas Sanctorum Siculorum*”, riferendo la tradizione del martirio di S. Venera, loda la religiosità della città, ma ammonisce che i miracoli devono essere attentamente esaminati (*miracula diligenter perpenda esse moneo*).

Il Salerno, invero, si mostrò dell'opinione che nelle acque del pozzo degli antichi “Bagni”, prorompenti dalle caverne dell'Etna fosse presente una virtù naturale, una particolare vis terapeutica (*a natura vis in est adversum morbos*). Dal testo del Salerno possiamo ricavare alcune importanti notizie: una prima costituita dal “*putei acqua loti multis sanantur morbis*” (dopo essersi lavati con l'acqua del pozzo si guariscono di molte malattie) che ci fa pensare al tipo di bagno quale oggi si pratica a Lourdes; un'altra ci è offerta dal “*ruinae*” (*veteres balneae sunt, quorum ruinae ad huc manent*), dato interessante perché ci fa escludere che per quei bagni fossero usati gli impianti termali. Infine è da notare come anche nel Salerno manchi un accenno a cure di malattie specifiche.

Contro la posizione del Gaetani e del Salerno, muoveva, pieno di zelo, il cappuccino Anselmo Grasso, che nelle sue “Ammirande notizie della patria vita a trionfi della gloriosa S. Venera” (1687) tentava di dare fondamento quasi scientifico proprio alla tesi dell'intervento miracoloso, citando sia le mutazioni in rosso dell'acqua (delle quali tosto diremo), sia “le celesti apparizioni del capo della Santa”, sia le molte grazie ricevute dagli Acesi. Così il Grasso dopo avere accennato all'interessante “costume ordinario di tutti gli acesi” di lavarsi gli occhi alla fonte, ci presenta un lungo particolareggiato elenco di malati a suo avviso miracolosamente guariti, affermando di avere avuto testimonianza diretta di alcuni casi e concludendo: “Sarebbe non voler mai finire, né senza tedio del lettore, se qui registrar si volessero tutti i casi particolari delle ricevute grazie per mezzo di quest'acqua, essendo quasi senza numero i fanciulli lebbrosi e rotti, così anche le persone inferme di scabia e calvizie, di cancrene nelle gambe, e mammelle, di febbri acute, terzane e quartane, di flussioni d'umori negli occhi, dolori di capo e di gola ed altri morbi più o meno gravi, che tutti, o di subito, o fra breve tempo sono per l'intercessione della Beata Venera risanati”. Ed ancora: “Né mancano d'ogni tempo di concorrere al detto pozzo gli infermi, come ad una speciarìa universale

contro tutti i morbi; alcuni dell'acqua, come anco per virtù divina e soprannaturale, comprendo quivi talvolta all'istessi infermi la medesima Santa”.

Sempre del nostro autore apprendiamo, inoltre, che presso gli infermi era consuetudine lavarsi le parti ammalate sia che si trattasse di una malattia della pelle, che di “mal di canchero”, o di mal della tigna, di dolori in tutte le giunture, di enfiaggini varie, ecc.; del pari molto ricorrente riscontriamo l'accenno all'uso di bere l'acqua per curare la stitichezza, l'asma, il mal di gola, le tossi violente.

Accecato dalla sua fede, il Grasso non teme di incorrere in paradossi come il seguente: “Anzi perché più facilmente guarissero dei loro mali ed infermità si crede d'aver (S. Venera) dalla pietà di Dio impenetrato che quivi miracolosamente scaturisse un fonte o pozzo d'acqua solfurea per uso dei bagni aggiunti all'istesso ospedale, in forma di due stanzette a volta, una per gli uomini e l'altra per le donne, quali stanzette tuttavia in piede ... fino al presente vi sono”.

Le due stanzette a volta sono i resti dell'impianto romano, che arbitrariamente sono indicate come ospedale preesistente alla sorgente stessa; tuttavia, assieme ai paradossi ed alle note arbitrarie, il Grasso ci fornisce talora dei dati notevolissimi, si legga - ad esempio - il seguente passo: *“Questo pozzo o fonte è cinto d'attorno con piccolo muro di forma rotonda, largo di bocca palmi 10 e 3 profondo; ma pieno d'acqua sorgente e solfurea infino a faccia di terra. Negli anni passati stava scoperto in modo che ciascheduno entrar potea liberamente a lavarsi in esso, ma nel 1642 s'alzò il muretto sopra terra non più di palmi due e fu coperto con grada di legno e poi nel 1661 fu di novo alzato infin'a palmi sei, né si può prender l'acqua eccetto ad una fenestrella, il che fu fatto per conservarsi monda dalle sozzure de gl'infermi che vengono a lavarsi con essa, costumando alcun'altri di beberla per maggiore devozione della Santa”*. Il Grasso, scrivendo “né si può prendere l'acqua eccetto ad una fenestrella”, accenna ad un dato di fatto proprio del suo tempo, sebbene ci sembri che esageri circa la ricchezza della sorgente; oggi, però, nulla è rimasto del muretto originario.

Come localizzare, dunque, la fonte cui egli accenna, dal momento che allo stato attuale esistono due sorgive? È l'autore stesso che ce ne dà la possibilità, scrivendo che la Chiesa ricostruita nel 1620 aveva la “porta maggiore come era prima in faccia del memorando pozzo”. Nel luogo indicato sorge oggi in stato d'abbandono una recente costruzione in cemento, che doveva servire come nuovo impianto termale e che invece serve soltanto a proteggere la sorgiva che scorre al di sotto delle sue fondamenta. La seconda sorgiva (Sorgente Pennisi) è ad una trentina di metri dell'attuale prospetto delle antiche Terme ed è coperta da una

costruzione circolare con cupoletta e sfiatatoi laterali, che risale al tempo della costruzione delle nuove Terme.

Accennando infine alle caratteristiche proprie dell'acqua, il Grasso precisa che non era calda, sebbene presentasse dei bollori, e che nell'odore e nel sapore era in tutto simile alle altre acque sulfuree; unico elemento che rimaneva inspiegato - e quindi miracoloso - era il suo tingersi di vermiglio di tempo in tempo. Invero, a dar vigore all'idea del miracolo aveva avuto la sua parte un avvenimento naturale che aveva sviato le menti dei credenti. Nel 1610 e poi ancora nel '42, nel '47, nel '59, l'acqua improvvisamente e per qualche tempo, si era mutata da color giallo verde in un rosso-sangue: si grido allora al miracolo e si disse che l'acqua fosse così colorata dal sangue stesso di S. Venera.

Nel 1660, per ordine del Vicario Generale di Catania, si diede l'avvio ad un processo sui supposti prodigi avvenuti al pozzo di S. Venera; furono pochi e sul momento male ascoltati coloro che attribuirono il cambiamento di colore ad un vicino strato di terra rossa che l'acqua di tanto in tanto toccava, tingendosene.

Delle stesse opinioni del cappuccino Grasso si mostra l'abate veneziano Zilotti, autore di una "Vita di S. Venera" (1693), in cui fra l'altro leggiamo che "una costante tradizione assicura che due sale delle spaziose Terme furono trascelte da S. Venera per l'ospedale". L'abate non manca di soffermarsi anche sul "pozzo di acqua sulfurea, della quale chi ne beva con devozione riporta effetti meravigliosi". La testimonianza, tratta dal Gravina, accenna ancora una volta ad empiriche cure idropiniche i cui risultati positivi vengono regolarmente ascritti alla devozione.

Ancora nel 1731 Sebastiano Vasta Cirelli, riecheggiando le idee del Gravina, del Grasso, dello Zilotti, nel suo "Aci Antico" scriverà, con evidente aggiunta di sua invenzione, che fu la stessa S. Venera a "drizzare un ospedale in provvedere alle necessità degli infermi".

Più tardi, nel 1757, Vito Amico nel suo "*Lexicon Topographicum Siculum*" nota: "*Acquae in eo (pozzo) sulphureae ebullunt, cutaneis morbis curandis aptissimae*"; parecchio perplessi ci lascia il bollire delle acque, dal momento che già il Grasso, come sopra abbiamo rilevato, ci dice, più attendibilmente, che non erano calde, malgrado che in superficie talora si formassero delle bolle "che - egli aggiunse - ad un tratto svaniscono". Molto interessante è invece apprendere che sin da allora le acque fossero giudicate particolarmente adatte alle cure delle malattie della pelle (*cutaneis morbis curandis aptissimae*). La notizia dell'acqua "sulfurea e calda" ritorna ancora col Biscari, autore di un "Viaggio per tutte le antichità della Sicilia" (1871), ed è ripresa dal Marmocchi nel "Dizionario geografico": "... la calda e sulfurea è utile alle malattie cutanee e chiamasi di S. Venera".

A nostro avviso gli autori più che dare una testimonianza di un fatto che costi loro realmente, sembrano nei loro scritti riecheggiare un antico detto popolare: “*Santa Venera ugghi, ugghi*” (Santa Venera bolle, bolle). Donde anche la nostra suaccennata perplessità. Svanita la leggenda dei miracolosi interventi di S. Venera, le acque acesi si sono imposte esclusivamente per le loro naturali qualità salutifere, e del resto il sempre costante ampliarsi e rinnovarsi delle Terme è la più chiara testimonianza di quanto veramente benefiche esse siano, sicché possiamo dire che ogni giorno trova riconferma quanto ebbe a scrivere un anonimo epigrammista greco, del primo secolo a. C., che con molta probabilità si riferiva proprio ad esse:

*Una vecchia operaia, tutta storpia,
al buon nome dell'acque salutari
venne, arrancando con il suo bastone
di quercia, appoggio ai traballanti passi.
impietosì le Ninfe, che sui cupi
fianchi dell'Etna vivono, nell'umida
casa del padre, il rapido Simeto.
E i femori le fece sani e forti
il caldo gorgoglio d'acque etnee.
Il suo bastone essa lasciò alle Ninfe
che l'offerta gradirono, felici
di vederla andar via spedita e dritta.”*

Ali Terme

Nel 1800, accanto ad una sorgente già attiva nel 1700, furono scoperte le due fonti delle Terme Marino, le cinque delle Terme Granata Cassibile, la più recente risulta la sorgente delle Terme Acqua Grazia, attivata da qualche anno. Possono, comunque, considerarsi immobili di interesse storico i primi due stabilimenti termali esistenti nel comune.

Terme Granata Cassibile

Le calde acque di queste terme venivano cantate dai latini per lo straordinario potere che possedevano per la cura di molte malattie; anche il filosofo Cartesio

parla di queste acque ottime contro i dolori artritici e contro molti morbi che venivano stimati incurabili.

Le acque di tipo salso- bromo- iodiche, oggi, scaturiscono dalla roccia nello stesso stabilimento al calore naturale da 28° a 46°, le prestazioni mediche offerte risultano essere:

- Bagni
- Fanghi
- Inalazioni
- Aerosol
- Nebulizzazioni
- Insufflazioni tubo-timpaniche
- Massaggi
- Salsobromoiodiche sulfuree

Presso questa struttura è possibile curare: affezioni articolari, affezioni delle vie aeree e disfunzioni dell'apparato uditivo.

Terme dei Germani Marino fu Giuseppe s.n.c.

Le acque salso-bromo-iodiche e sulfuree ipertermali (40-46°C); usate per fanghi e bagni sulfurei, sono indicate per la cura di malattie artroreumatiche, mentre le terapie inalatorie risultano efficaci nelle affezioni respiratorie ed otorinolaringoiatriche. Anche i disturbi ginecologici e dermatologici si avvalgono delle opportune cure con le acque sulfuree; Il complesso termale offre anche trattamenti estetici.

Patologie trattabili:

- Osteoartrosi
- Reumatismi extra articolari
- Sindromi rinosinusitiche bronchiali
- Bronchiti croniche semplici ed ostruttive
- Psoriasi
- Eczema e dermatite atopica
- Dermatite seborroica ricorrente

- Rinopatia vasomotoria
- Faringolaringiti e sinusiti croniche
- Stenosi tubarica
- Otiti croniche purulente
- Otite catarrale cronica

Impieghi terapeutici:

- Balneoterapia
- Fangoterapia
- Inalazioni
- Aerosolterapia
- Nebulizzazioni
- Insufflazioni tubotimpaniche
- Massoterapia
- Irrigazioni nasali
- Humages
- Idromassaggio

Terme Acqua Grazia

Le acque della fonte termale Acqua Grazia sono classificate tra le acque termali sulfuree- alcaline – salso bromo iodiche – boriche considerate da sempre le acque minerali più efficaci nella prevenzione e nella cura delle flogosi ad andamento cronico-ricidivante delle alte vie respiratorie. Possono essere prescritte in sostituzione dei farmaci oppure come supporto alla terapia medica e chirurgica.

Molteplici sono le attività che lo zolfo conferisce a queste acque:

muco-regolatrice, immunostimolante, eutrofica, plastico-protettiva.

Lo zolfo inoltre migliora la funzione olfattiva e, favorendo la produzione di energia, attiva il metabolismo cellulare. La presenza di iodio e di bromo conferisce a queste acque attività antisettica e sedativa. Al cloruro di sodio spetta, invece, un'azione antiedemigena e fluidificante. La crenoterapia indicata nella prevenzione e nel

trattamento delle infiammazioni croniche di orecchio, naso e gola può essere schematicamente suddivisa in secca e in umida.

Presso l'Hotel Terme Acqua Grazia è possibile usufruire delle seguenti cure:

- cure inalatorie,
- insufflazioni endotimpaniche,
- fangoterapia,
- balneoterapia.

Patologie trattabili:

- osteoartrosi localizzata o diffusa,
- cervicoartrosi,
- lombartrosi,
- esiti di interventi per ernia discale,
- periartrite scapolo-omeroale,
- esiti di poliartrite reumatica,
- osteoporosi,
- reumatismi extraarticolari,
- fibromialgia, tendiniti, fibrositi.

L'Hotel Terme Acqua Grazia è dotato anche di Centro Benessere e SPA. I trattamenti benessere eseguiti sono:

- Bagno turco sulfureo
- Idromassaggio sulfureo
- Bagno turco tradizionale
- Doccia emozionale
- Pressoterapia
- Massaggi.

Calatafimi Segesta

Le acque Gorga provengono dal Fiume Caldo che gli Elimi chiamarono Crimiso; la leggenda narra, infatti, che Crimiso era un cavernicolo che viveva in una grotta nel profondo del fiume, un giorno, destato da voci di fanciulle, vide tre ragazze che alla sua vista fuggirono; solo una rimase ed accettò di restare con il cavernicolo: era la principessa Egesta, fuggita da Troia. Questa la leggenda sulle origini che si tramanda da secoli. Sempre secondo la leggenda, da Egesta nacque Segesta, fondata dal figlio Aceste; nel 265 d.C. Segesta cadde sotto l'impero romano e qui, i Romani, conobbero i bagni e l'uso delle terme.

Le terme Gorga sorgono nell'entroterra di Calatafimi al confine con il territorio di Alcamo, le acque che fuoriescono dall'omonima sorgente si raccolgono in una conca naturale tra agglomerati argillosi e mantengono una temperatura costante di 54°C, sgorgando alla fonte con una portata di 105 lt/ sec. Le acque e i fanghi, che costituiscono il loro precipitato naturale, prodotto senza aggiunta di argilla o altro dal canale che dalla sorgente porta allo stabilimento (circa 300 metri), sono state ampiamente studiate per le loro naturali doti terapeutiche; indagini chimico-fisiche e batteriologiche ne garantiscono la valenza terapeutica come acque minerali ipertermali alcalino-solfuree.

Patologie trattabili:

- Artrosi, esiti di reumatismi, esiti di traumatismi,
- Malattie dermatologiche (acne, psoriasi, eczema),
- Broncopneumopatie croniche, asma bronchiale,
- Otorinolaringopatie croniche, sinusiti, rino-faringotracheiti tracheiti croniche,
- Sordità rinogene,
- Infiammazioni dell'apparato genitale femminile,
- Gastriti, coliti, stipsi.

Impieghi terapeutici:

- Fangoterapia
- Balneoterapia
- Stufe

- Inalazioni
- Insufflazioni tubo-timpaniche
- Crenoterapia sulfurea
- Irrigazioni ginecologiche,
- Cura idroponica

Castellammare del Golfo

Il nuovo stabilimento è stato realizzato nel 1958 e ampliato nel 1990 sulle vecchie e leggendarie Acque Segestane; le origini mitiche di queste sorgenti le spiega lo storico Diodoro Siculo affermando che le stesse ninfe prepararono ad Eracle queste fonti calde per dare refrigerio alle stanche membra del semidio nel suo leggendario tragitto da Pilo ad Erice. Un'altra leggenda è narrata da Dionisio da Alicarnasso secondo cui Enea lasciò nelle vicina Segesta parte dei profughi della distrutta Troia per popolare la nuova cittadella, scegliendo all'uopo i vecchi e quanti erano stremati di forze per il lungo viaggio perché potessero giovare del sicuro beneficio delle acque calde. Il significato concorde delle leggende spiega non solo l'esistenza storica ma anche la funzione terapeutica delle acque segestane; l'acqua che caratterizza lo stabilimento è salso-sulfurea radioattiva ipertermale (45-47°C) e sgorga da tre diverse sorgenti, viene impiegata per bagni, fanghi, antroterapia, inalazioni, insufflazioni, per curare malattie artroreumatiche, respiratorie, cutanee e del ricambio.

Patologie trattabili:

- Malattie reumatiche (osteoartrosi ed altre forme degenerative)
- Malattie dermatologiche (psoriasi, eczema, dermatite atopica e seborroica)
- Malattie delle vie respiratorie (faringo-laringiti croniche, rinopatia vasomotoria, sinusiti croniche, tracheiti e bronchiti croniche)

Impieghi terapeutici:

- Fanghi ad alto potere terapeutico
- Bagni ipertermali in piscina o in vasche
- Stufe naturali sudatorie
- Inalazioni, aerosol ed irrigazioni nasali

- Idromassaggi
- Piscine esterne termali

Geraci Siculo

A Geraci Siculo sono presenti sorgenti di acque oligominerali a bassa concentrazione ionica le cui virtù sono state individuate dopo accurate indagini, che hanno così accertato che le acque agiscono in senso diuretico e sono consigliabili non solo per terapia ma anche per la prevenzione. Per queste sue qualità è indicata per la cura della calcolosi delle vie urinarie ed in tutte quelle condizioni cliniche in cui sia auspicabile una attivazione della diuresi. La sorgente è fruibile da tutti coloro che volessero utilizzarla; attualmente, infatti, lo stabilimento termale è sfruttato solo dall'industria per l'imbottigliamento dell'acqua minerale.

Il Comune intende oggi valorizzare la straordinaria risorsa di cui dispone.

Lipari

Nel comune di Lipari, ad una altitudine di 1077 metri sul livello del mare, sono situate le "Terme di San Calogero" che furono conosciute dagli abitanti più antichi dell'isola ed ebbero notorietà presso i romani; nei pressi dello stabilimento esiste una grotta sudatoria, testimonianza delle attività termali organizzate dagli stessi romani, anche se erano frequenti in tempi ancora più antichi.

Durante i lavori di ripristino dello stabilimento è stato scoperto l'impianto termale più antico del mondo, cioè un insieme di canalizzazioni con relativa caldaia risalenti, addirittura, al XVII sec. a.C., quando si sviluppava la civiltà eoliana. Vengono denominate *Terme di San Calogero* perché la leggenda racconta che il santo, per mettere in fuga i diavoli annidati nella località, fece sgorgare miracolosamente quelle sorgenti dalle acque salutari, a beneficio dei sofferenti. Le acque sono ipertermali (fra i 40 e gli 80°C) e di origine vulcanica; sgorgano in mare e sulla spiaggia, in una pozza naturale alla destra del porto, insieme ai vapori delle fumarole. Si praticano bagni, fanghi e inalazioni.

Patologie Trattabili:

- Patologie del sistema muscolare
- Patologie del sistema scheletrico
- Patologie della cute
- Patologie del sistema respiratorio

- Patologie del ricambio (disturbi del metabolismo, diabete, alterazioni della presenza di grassi nel sangue)

Impieghi terapeutici:

- Fangoterapia
- Balneoterapia
- Inalazioni

Lo stabilimento non è attualmente in funzione essendo in corso i lavori di ristrutturazione.

Montevago

Accanto all'antica fonte, circondate dalle colline della valle del Belice e dalla ricca macchia mediterranea, all'interno di un verde parco attrezzato, si trovano le *Terme Acqua Pia*, dove sono utilizzate le acque così come sgorgano dalla sorgente. La sorgente termale Acqua Pia è costituita da numerose piccole polle sgorganti, dai calcarei giuresi, alla temperatura di 40 gradi; queste polle sparse in un'area di c.a. 100 mq., sono riunite in un'antica vasca di raccolta che costituisce un punto di grande interesse naturale. Il centro termale si trova al confine tra le province di Palermo, Trapani e Agrigento, nel cuore della Sicilia occidentale; un fascino particolare riviene al luogo dalla vegetazione mediterranea, rigogliosa anche grazie al mite clima invernale, dalla lontananza dai centri abitati, dal silenzio inframezzato solo dal gorgoglio della sorgente e dalla presenza di una ricca fauna.

Alle terme Acqua Pia si trovano piscine termali per adulti e bambini, benefiche cascatelle alimentate con l'acqua termale, un insolito salottino ricavato nell'antica "vasca delle donne" dove è possibile emulare piacevolmente gli antichi romani, una piccola ed appartata piscina riservata ai residenti.

In convenzione con il Servizio Sanitario Nazionale, si possono effettuare trattamenti di fangoterapia, inalazioni e aerosolterapia; il centro è attrezzato anche con una salutare sauna, la palestra, gli idromassaggi, ed è inoltre possibile praticare massaggi manuali ed in acqua sotto l'attenta vigilanza di sanitari e personale esperto. La dotazione complessiva comprende anche percorsi per disabili e presidio medico, la struttura termale è inserita in un vasto parco attrezzato con *bungalow*, parcheggi, attrezzati anche per camper, nonché diversi locali pubblici.

Le Terme Acqua Pia propongono oggi, dopo accurate ricerche, una linea di cosmesi assolutamente naturale nella formula, il cui principio attivo è l'acqua minerale termale che sgorga naturalmente dalla propria sorgente, ricca di solfati e sali minerali.

Si possono curare: esiti da lesioni traumatiche, artromiopatie dolorose, osteoartrosi, nevriti, nevralgie, malattie della pelle (eczema disidrosico, psoriasi, acne, pitiriasi vermicolari, dermatite seborroica), otiti, riniti anche di natura allergica, sinusiti, faringiti, laringotracheiti, bronchiti croniche, asma bronchiale.

Impieghi terapeutici:

- Fangoterapia
- Fangobalnearioterapia
- Balneoterapia
- Aerosolterapia
- Inalazioni
- Humages.

Pantelleria

Pantelleria è un'isola di origine vulcanica posta fra la Sicilia e l'Africa. Attualmente sull'isola si notano parecchie manifestazioni di vulcanesimo secondario, con emissioni di vapore acqueo: tra queste, alle pendici della Montagna Grande, la famosa Fava Grande che può essere visitata attraverso un percorso naturalistico immerso nella macchia mediterranea. In tutta l'isola è possibile scorgere manifestazioni di vulcanesimo secondario: a Kuddia Mida, nella Grotta del Freddo di Bukkuram e nella sauna naturale di Benicul.

Il Bagno dell'Acqua chiamato comunemente lago Specchio di Venere, è un bacino lacustre situato nella parte Nord dell'Isola ed occupa il fondo di una depressione di origine calderica. Il livello delle sue acque è mediamente di 2 metri sul livello del mare ed è alimentato sia dalle sorgenti termali che dalle piogge, infatti nei periodi di scarsa piovosità la sua superficie si riduce lasciando a secco la fascia marginale poco profonda e ricca di fango nero-verdastro, dovuto a depositi di alghe termofile, dal caratteristico odore di zolfo che viene utilizzato, per uso terapeutico, sulla pelle. Il Lago ha una profondità massima di 12 metri. Le sorgenti che alimentano il Lago sono quasi tutte concentrate sulla sponda Sud ed hanno una temperatura variabile tra i 40 e i 50°C.

Le sorgenti termali del Gadir sono conosciute ed apprezzate fin dall'antichità. Infatti la località dove sorgono, Gadir, è un nome di origine semitica che significa "luogo protetto". Furono proprio i Fenicio-Punici che per primi cominciarono ad apprezzare le qualità terapeutiche di queste acque. Recenti studi hanno stabilito che il probabile stabilimento termale sia stato coperto da un crollo di origine vulcanica. Le piccole vasche esistenti scavate nella roccia, si dice che siano i resti dell'antico impianto. Le sorgenti seguono un percorso che dall'alto scende verso il mare e le acque vengono catturate in queste piccole vasche. Le acque delle sorgenti, particolarmente dolci ma ricche di sali minerali, servono per curare soprattutto artrosi e reumatismi in genere ed hanno una temperatura non costante che va dai 39°C fino a raggiungere i 50°C. Sulle pareti delle vasche nasce una particolare qualità di alga che viene usata con molta efficacia per curare sinusiti, raffreddori e piccoli problemi alle vie respiratorie.

Le sorgenti termali di Nicà sgorgano fra gli scogli della riva mischiandosi subito con l'acqua del mare. Hanno una modesta radioattività, come quelle di Gadir, Sateria e Scauri, quindi con indubbe virtù terapeutiche. Nelle vicinanze si trovano piccoli depositi di zolfo, incrostazione di silice idrata e di allume.

La temperatura dell'acqua si aggira tra gli 85° e i 100°C.

Il toponimo di Nicà, secondo Angelo D'Aietti, deriva dall'arabo e significa stagno d'acqua per farvi macerare la canapa.

In contrada Bukkuram, da una fenditura, incorniciata da una finestrella esce una corrente di aria fredda ed il freddo si fa più intenso quando spira vento di scirocco. Si tratta della cosiddetta Grotta del Freddo.

Probabilmente il fenomeno è dovuto alla circolazione di correnti d'aria che fanno evaporare l'umidità provocando un abbassamento della temperatura di 10/ 15°C.

All'entrata della piccola grotta si trova un sedile (dukkena) in cocchiopesto, che ci fa pensare che questo luogo era frequentato fin dal periodo punico-romano.

La grotta di Sateria è conosciuta fin dall'antichità per la qualità delle sue acque termali. Recenti studi la fanno identificare con la omerica grotta di Calipso, nell'isola di Ortigia. Al suo interno sgorgano sorgenti d'acqua calda ad una temperatura di circa 40°che confluiscono in tre vasche. Il nome Sateria deriva dal greco "soterìa" e significa grotta della salute.

In località Khazen (in arabo contrada dei magazzini) si trova un'interessante costruzione, probabilmente risalente al periodo fenicio- punico, facente parte di un più grande ed importante stabilimento termale ormai distrutto dal tempo: la stufa di Khazen. Questa viene riscaldata dal calore che fuoriesce dal sottosuolo sotto forma di vapore che viene immagazzinato in un apposito locale sotterraneo

somigliante ad una cupola. La radioattività nella zona è di 0,07xI\ a. La temperatura un tempo più elevata, attualmente non supera i 37° C.

Nella contrada Sibà, in località di Benikulà, lungo il costone di Montagna Grande si trova una grotta naturale aperta in una grande faglia e divisa, fin dall'età antica, da muretti artificiali in due vani: il cosiddetto Bagno Asciutto.

Quello esterno il *frigidarium*, con la vista sulla grande piana di Monastero, circondato da sedili di pietra e quello interno più piccolo, in cui da una spaccatura profonda, ad intermittenza, arriva vapore d'acqua intorno ai 38°C.

Questa emissione è utilizzata come una vera e propria sauna naturale dai panteschi e dai turisti per curare i dolori reumatici.

Le Favare sono getti di vapore d'acqua che possono raggiungere anche i 100°C che fuoriescono, ad intermittenza, da fessure della roccia accompagnati, delle volte, da emissione di anidride solforosa e da acido solfidrico. Le rocce alterate dai gas acidi e dal vapore d'acqua caldo hanno assunto nelle vicinanze delle bocche un color rossastro-mattone, visibile già da lontano. Il vapore, a contatto con l'aria più fredda, si condensa in goccioline d'acqua che, con un primitivo sistema di canalizzazione, viene raccolta in piccole vasche scavate nella roccia ed utilizzate per abbeverare gli animali da allevamento. Alla Favara Grande, i contadini, per favorire ed aumentare la condensazione del vapore, hanno ricoperto le bocche terminali con canne e rami secchi di alberi.

Sciacca

Notizie riguardanti l'esistenza di attrezzature termali a Sciacca si hanno già nella mitologia greca, con la descrizione dello scavo delle grotte vaporose sul monte Kronio ad opera di Diodoro Sculo, il quale narra che fu Dedalo a creare le opere murarie necessarie a convogliare il vapore in un unico punto. Nei secoli seguenti le stufe furono abbandonate e solo in epoca paleocristiana il loro uso fu ripristinato da San Calogero. Le grotte, infatti, vengono oggi chiamate "Stufe di San Calogero".

Le acque di Sciacca sono sulfureo-salzo-bromo-iodiche ipertermali (56°C), ipertoniche, radioattive e ricche di idrogeno solforato. Bagni e fanghi sulfurei risultano efficaci per la cura di patologie osteoarticolari e reumatiche, mentre inalazioni, nebulizzazioni, humages, irrigazioni ed aerosol curano le malattie dell'apparato respiratorio (laringofaringiti, bronchiti, asma bronchiale e sinusiti) e la sordità rinogena. Anche le affezioni cutanee e ginecologiche traggono benefici dalle irrigazioni mentre nei sudatoi delle Grotte di S. Calogero si curano gotta ed uricemia nonché malattie muscoloscheletriche. Il complesso termale è dotato di

attrezzature modernissime utili anche per trattamenti riabilitativi, estetici e dimagranti.

Nel Nuovo Stabilimento, nelle piscine Molinelli e nello stabilimento delle Stufe di S. Calogero si praticano, come anzidetto, terapie che utilizzano fanghi, bagni, inalazioni, docce, vapori.

Il Nuovo Stabilimento Termale, costruzione tipica del Liberty mediterraneo, sorge su un promontorio a strapiombo sul mare. Dispone di numerosi e moderni reparti specializzati per ogni tipo di cura, recentemente restaurati. Nel Parco vi è una grande piscina alimentata con acqua sulfurea ed aperta al pubblico, con una temperatura che varia tra i 34°C e i 38° C.

In un luogo distante dallo stabilimento si trovano altre vasche termali: le Piscine Mulinelli, così chiamate per la vicina sorgente di acqua termale che le alimenta e che in epoca remota veniva utilizzata per movimentare due piccoli mulini (i mulinelli). La sorgente che alimenta queste piscine ha sempre goduto, dalle epoche più remote della storia, di particolare fama nelle cure dermatologiche, ed ha caratteristiche chimico-fisiche diverse da quella utilizzata all'interno dello Stabilimento. Trattasi di acqua salso-bromo-iodica ed ha una temperatura di 34°. L'antroterapia si pratica nello Stabilimento delle Stufe di S. Calogero sul Monte Kronio. A solo 7 km dalla città si trovano queste antiche terme ricavate dalla viva roccia con al loro interno l'atmosfera satura di vapore acqueo e gas sulfureo ed una temperatura che raggiunge i 38°-41°C e con valori di umidità intorno al 95%.

Le cure termali:

- Fangobalneoterapia
- Antroterapia
- Cure termali per l'apparato respiratorio
- Cure termali in otorinolaringoiatria
- Fisiokinesiterapia
- Dermatologia
- Ginecologia.

Il restauro delle vecchie strutture termali e la realizzazione di quelle nuove ha permesso di eseguire nuove tecniche terapeutiche all'avanguardia, e nuovi approfondimenti consequenziali nel campo della ginecologia, antroterapia, dermatologia, fangoterapia, angiologia, otorinolaringoiatria, apparato respiratorio, magnetoterapia, dietologia, fisioterapia, cinesiterapia.

Trattamenti terapeutici vengono praticati anche presso i reparti curativi del complesso turistico-termale di Sciacca Mare (Hotel Torre del Barone, Cala Regina, Lipari, Alicudi), aperto di recente e situato 3 chilometri a sud-est dalla città di Sciacca, in un grande parco naturale di 30 ettari. Il complesso di Sciacca Mare, dotato di modernissime attrezzature ricettive e curative, utilizza un'acqua sulfureo-salsobromo-iodica che scaturisce alla falda meridionale del Monte Kronio, minerale, ipertonica e ipertermale (40 C°), ricca di sali minerali inorganici e marini. L'acqua è indicata per affezioni degli apparati locomotore, respiratorio, vascolare periferico, genitale femminile, endocrino, per disturbi otorinolaringoiatrici e odontoiatrici, della crescita, nevralgie, dermopatie, per forme dismetaboliche, infettive croniche, neurologiche e degenerative, per artrosi, esiti di poliartrite cronica dei reumatismi rari, per casi di riabilitazione motoria e mialgie. Le cure consistono in fanghi (ottenuti con la mescolanza di sabbia marina, argilla finissima e acqua sulfurea, e con la loro maturazione in appositi bacini, nei quali si formano sostanze organiche - i solfobatteri - che ne aumentano il potere curativo), bagni, trattamenti broncopneumologici, trattamenti otorinolaringoiatrici (insufflazioni endotimpaniche e docce nasali), ginecologici (irrigazioni e aerosol), massaggi e idromassaggi, docce scozzesi, sauna, e trattamenti speciali.

Sclafani Bagni

Da una sorgente, sita sotto il monte su cui sorge Sclafani, sgorga un'acqua salutare termo-solfo-salzo-bromo-jodica che, da secoli, ha dato giovamento a quanti l'hanno usata. Sicuramente, le proprietà benefiche delle acque erano conosciute nei tempi più antichi e la sorgente è dedicata al dio della medicina Esculapio da cui alcuni autori hanno pensato derivi il nome di Sclafani. Tale acqua, in cui è totalmente assente ammoniaca, nitriti, nitrati e fosfati, denotando la negatività degli indici chimici di inquinamento, viene convogliata nelle vasche del vicino stabilimento che fu costruito nel 1846 a spese del conte di Sclafani e che distrutto, da una frana staccatasi dal sovrastante monte nel 1851, fu subito dopo ricostruito. L'edificio ha una struttura quadrata con un atrio centrale circondato da un ampio corridoio su cui si affacciano le stanze per la dimora dei bagnanti. In un'altra ala dello stesso fabbricato vi sono le stanze da bagno dove arriva l'acqua direttamente dalla sorgente calda e con il contenuto integrale dei sali minerali di cui è composta. Altra ala era adibita a pensionato con camere e cucine anche per i familiari di quanti venivano a curarsi alle terme. L'edificio oggi si trova in stato di abbandono perché rimasto chiuso sin dal 1978. Esistono interessanti progetti di recupero.

Patologie curabili:

- Malattie dermatologiche (dermatiti seborroiche, acne, psoriasi, erpete, eczema, crosta latteata, scabbia, empetiggine, sicosi, diatesi foruncolare, scrofole, sifilide)
- Malattie reumatiche (degenerative, infiammatorie, post-trauma, gotta)
- Malattie ginecologiche (leucorrea)

Impieghi terapeutici:

- Bagni
- Balneoterapia in acqua sulfurea
- Crenoterapia
- Pinoterapia

Terme Vigliatore

Già sito termale degli antichi Romani che diedero alla sorgente il nome di Fonte di Venere, questa località è chiamata anche Castoreale Terme. L'attuale complesso termale risale alla seconda metà del XX secolo.

Le acque di Terme Vigliatore (34°C) sono sulfureo-bicarbonato-alcaline e sono indicate nella cura delle malattie epatobiliari, gastroenteriche, respiratorie, del ricambio; sono particolarmente indicate nei casi pediatrici di tonsillite, bronchite e linfatisma. Si utilizzano per bibite, bagni, fanghi e inalazioni.

Patologie curabili:

- Malattie reumatiche: osteoporosi ed altre forme degenerative; reumatismi extrarticolari.
- Malattie delle vie respiratorie: sindromi rinosinusitiche bronchiali croniche, bronchiti croniche semplici accompagnate a componente ostruttiva (con esclusione dell'asma e dell'enfisema avanzato, complicato da insufficienza respiratoria grave o da cuore-polmonare cronico).
- Malattie dermatologiche: psoriasi (esclusa la forma pustolosa, eritrodermica); eczema e dermatite atopica; dermatite seborroica ricorrente.
- Malattie ginecologiche: sclerosi dolorosa del connettivo pelvico di natura cicatriziale e involutiva; leucorrea persistente.

- Malattie dell'apparato otorinolaringoiatrico: Rinopatia vasomotoria; faringolaringiti croniche; sinusiti croniche; stenosi tubariche; otiti catarrali.
- Malattie dell'apparato gastroenterico: dispepsia, sindrome dell'intestino irritabile nella varietà con stipsi.
- Malattie vascolari: postumi di flebopatie di tipo cronico.
- Malattie del fegato e vie biliari: sindromi post colecistectomia; colecistolangiopatie croniche; discinesie delle vie biliari.

Impieghi terapeutici:

- Idropinoterapia;
- Balneoterapia;
- Fangoterapia;
- Massoterapia;
- Inalazioni o aerosol o humage;
- Insufflazioni (sordità rinogena);
- Irrigazione vaginale;
- Bagno pelvico;
- Fango pelvico e doccia;
- Idromassaggio.

Termini Imerese

Le origini delle terme risalgono alla fondazione della città di Thermai, nel 407 a.C., sulla sommità di un promontorio in vista del magnifico golfo. Delle salubri acque di Thermae Himerenses si favoleggia che già Ercole se ne fosse servito per mettersi in forma. L'attuale stabilimento termale sorse sulle rovine del precedente nel XVII secolo. Al nuovo stabilimento fu annesso nel XIX secolo, il Gran Hotel delle Terme, su un progetto neoclassico. Fu meta preferita della nobiltà e dell'alta borghesia palermitana e, fra l'altro, fu sede operativa di Ignazio Florio ai tempi della mitica corsa sulle Madonie, la Targa Florio. Ancora oggi lo stabilimento termale è destinazione per molti turisti italiani ed esteri. La via Porta Erculea conduce alla Piazza delle Terme. Su quest'ultima prospettano, affiancati, lo "Stabilimento Vecchio" e il nuovo Grande Albergo delle Terme, entrambi costruiti sui ruderi, ancora visibili, di stabilimenti termali romani ed arabi.

Le acque salso – bromo - iodiche di Termini Imprese, che sgorgano da due sorgenti a una temperatura di 41°C, riscaldano le grotte sudatorie e sono impiegate per la preparazione di fanghi terapeutici. Nelle affezioni delle prime vie respiratorie si attuano le inalazioni e gli aerosol, mentre per artropatie di natura degenerativa è indicata l'antroterapia. All'interno dello stabilimento termale si trovano anche idropercorsi vascolari e una piscina termale. Infine si possono curare le malattie dell'infanzia e nelle malattie del ricambio quali gotta, e obesità. Sono anche offerti servizi di medicina estetica, massoterapia, elettrolisi e pressoterapia. Sono, inoltre, trattabili malattie reumatiche ed articolari, malattie dermatologiche.

3.3. **Analisi comparativa degli aspetti socio-economici del Termalismo Siciliano e Nazionale**

Il settore termale regionale⁶

La Sicilia possiede un rilevante patrimonio idrotermale, con 60 sorgenti corrispondenti al 6% dell'intera offerta nazionale. Come prima riflessione, sembra d'obbligo soffermarsi sull'indiscussa qualità dell'acqua delle sorgenti presenti sul territorio isolano; per la distinzione sul tipo di acque (termali, minerali per apporti endogeni, di tipo sulfureo) è necessaria una disamina sulla tipologia di terreno che caratterizza le varie sorgenti dell'acqua. A tal proposito risulta utile una ripartizione tra diverse aree della Sicilia:

- nella zona del trapanese e del palermitano trattasi di formazioni calcaree e dolomitiche del Mesozoico, l'acqua di tipo termale di temperatura media aumenta di calore con l'aumentare della profondità attraversando le formazioni prima menzionate, ciò che la caratterizza è pertanto la risalita tra due terreni diversi;
- nella zona centrale della Sicilia si rinvencono, invece, acque di tipo sulfureo;
- nelle zone dell'Etna e della provincia di Messina, infine, si assiste a manifestazioni gassose ed a un tipo di risalita delle acque per faglia.

In particolare in Provincia di Messina è possibile un'ulteriore ripartizione in tre diversi settori:

- settore orientale con i *Peloritani* caratterizzato da rocce metamorfiche (da Ali Terme a Terme Vigliatore);

⁶ Aggiornamento dell'elaborazione dati – Circuito del Benessere – “Alimentaria Sicilia”)

- settore occidentale con i *Nebrodi* con terreni di origine sedimentaria (oggi in fase di studio);
- zona delle *Isole Eolie* con la sua origine *vulcanica*;

i rilievi di tipo fisico-chimico effettuati in questi ultimi anni dai competenti Dipartimenti dell'Università di Messina hanno riconosciuto la costanza temporale delle caratteristiche chimico-fisiche, elemento importante per riconoscere le qualità terapeutiche. Questa ingente risorsa, caratterizzata dall'alta qualità delle acque, è rimasta talvolta inutilizzata se non sottovalutata sia dagli operatori locali che dalle varie istituzioni competenti, senza la previsione di un progetto di sviluppo e di valorizzazione delle potenzialità del territorio.

Le terme, situate in contesti ambientali assolutamente unici, se opportunamente valorizzate, possono diventare fonti di ricchezza per intere comunità.

Nella tabella seguente viene rappresentata la variegata offerta termale che contraddistingue la regione Sicilia.

Tabella 26

Terme Accreditate*	Concessionario acque	Temp.ra	Tipi di Acque	Prestazioni accreditate
TERME DI SCIACCA Via Agatocle, 2 SCIACCA (AG)	Azienda autonoma per le Terme di Sciaccia	56°/32°C	Sulfurea ipertermale ipertonica radioattiva salso-bromo- iodiche ipertoniche radioattive alcalino-litiose ipotoniche radioattive	Fango balneoterapia irrigazioni vaginali Cure inalatorie Stufe o Grotte Ventilazione polmonare Ciclo integrato della ventilazione polmonare ciclo di cura della sordità rinogena



FINTUR SCIACCA MARE "CENTRO TERMALE HOTEL LIPARI" Contrada Sovareto SCIACCA (AG)	Azienda autonoma per le Terme di Sciacca	40°C	Sulfurea Salso-bromo- iodica	FangobalneoterapiaIrrigazioni vaginali con bagnoCure inalatorieCiclo di cure della sordità rinogena
TERME ACQUA PIA Località acque calde MONTEVAGO (AG)	Terme Acqua Pia SRL	40°C	Sulfurea clorurate, sodiche, iodiche e radioattive	FangobalneoterapiaCure inalatorieCiclo cura sordità rinogena
TERME DEI GERMANI MARINO Via Roma, 25 ALI' TERME (ME)	Terme dei Germani Marino fu Giuseppe SNC	40°/46°C	salso-bromo-iodiche e sulfuree ipertermali	FangobalneoterapiaBalneoterapia KneippCure inalatorieIrrigazioni vaginaliInsufflazioni Endotimpaniche
TERME GRANATA CASSIBILE Via Crispi, 1-13 ALI' TERME (ME)	Terme Granata Cassibile SRL	28°/46°C	Salso-bromo-iodica e sulfurea	FangobalneoterapiaCure inalatorieIrrigazioni vaginaliInsufflazioni Endotimpaniche
TERME ACQUA GRAZIA Via Crispi 187 ALI' TERME (ME)	La Magnolia Hotel Srl	34°C	Salso-bromo-iodica- borica	FangobalneoterapiaCure inalatorieIrrigazioni vaginaliInsufflazioni Endotimpaniche
TERME "IGAR" STABILIMENTO TERMALE GRANDHOTEL DELLE TERME P.zza delle Terme, 2 TERMINI IMERESE (PA)	Impresa Gestione Alberghi Ristoranti (IGAR) SRL	43°C	salso-bromo-iodiche	Balneoterapia in piscina termaleBalneoterapia KneippBalneoterapia ozonizzata Antro terapia Balneoterapia con idromassaggio
TERME GORGA Contrada Gorga ALCAMO (TP) diramazione Calatafimi	Terme Gorga SRL	54°C	alcalino- sulfuree	FangobalneoterapiaCure inalatorieAntroterapia.
TERME SEGESTANE Via Arona, 4 Località' PONTEBAGNI CASTELLAMMARE DEL GOLFO (TP)	Terme Segestane di Buffa Rosaria Alba & C. SNC	45°/47°C	salso- sulfurea radioattiva ipertermale	FangobalneoterapiaCure inalatorie
TERME "STEA" Via Stabilimento, 85 TERMEVIGLIATORE (ME)	Società Terme e Alberghi (STEA) SPA	34°C	sulfureo-bicarbonato alcaline	FangobalneoterapiaBalneoterapia con idromassaggioIrrigazione vaginale con bagnoCure inalatorie—Cure idroponicheVentilazione polmonareInsufflazioni endotimpaniche

Figura 2



Regione Sicilia - Mappa del patrimonio Idro-termo-minerale

- Comuni con presenza di Acque Termali e Stabilimenti termali accreditati S.S.N.
- ⊕ Comuni con presenza di Stabilimenti termali accreditati S.S.N.
- Comuni con presenza di Acque termali;

Come si evince dalla figura 2, il patrimonio termale siciliano presenta una particolare distribuzione geografica:

- 3 Comuni nella provincia di Messina: Ali Terme, Terme Vigliatore e Lipari (più le Frazioni: Panarea e Vulcano);
- 3 Comuni nella provincia di Palermo: Termini Imerese, Geraci Siculo e Sclafani Bagni;
- 3 Comuni nella provincia di Trapani: Castellammare del Golfo, Calatafimi Segesta e Pantelleria;
- 2 Comuni nella provincia di Agrigento: Sciacca e Montevago;
- 2 Comuni nella provincia di Catania: Acireale e Acicatena.

Dall'elaborazione dei dati Federterme/ 2009, risulta che, in termini di addetti al settore, il contesto nazionale fa rilevare, nel settore termale, una media di 32

addetti aziendali, di cui: 14 impiegati a tempo indeterminato (annuali) e 18 a tempo determinato (stagionali).

Nel complesso, nelle 370 aziende termali italiane operano 19.992. Risulta evidente che il comparto termale Siciliano (con meno di 200 addetti, suddivisi tra le 11 aziende in esercizio, *Sciacca* ed *Acireale* comprese) oggi, in termini di apporto all'occupazione, risulta attestarsi molto al di sotto della media nazionale. Ciò è dovuto principalmente sia alla esigua presenza di aziende termali, rispetto alla quantità di risorse idro-termo-minerali diffuse sul territorio regionale, sia alla mancata innovazione strutturale delle aziende presenti, orientate in massima parte sul termalismo terapeutico "tradizionale", come già visto, operativamente dipendente dal S.S.N.

A ciò va fatta risalire anche l'esiguità dei ricavi aziendali medi siciliani (inferiore ad € 2.000.000,00/azienda) che si attestano molto al di sotto della media nazionale (€ 3.066.000,00/azienda); ma il parametro si rivela ancora peggiore se consideriamo che ben il 57% delle aziende termali italiane ha un ricavo medio annuo compreso tra i 4.000.000,00 ed i 6.000.000,00 di euro.

Pertanto, uno degli obiettivi prioritari del "**Distretto Produttivo del Benessere Termale**" si configura tanto nella possibilità di incrementare il volume dei ricavi medi aziendali (equiparandoli almeno alla media nazionale, che rappresenta un incremento pari a circa il 50% dei ricavi attuali), quanto alla possibilità di incrementare il numero degli addetti (annuali e stagionali), avvicinandosi alla media nazionale, (34 addetti/azienda) che rappresenterebbe nell'immediato un incremento pari a circa il 50% degli addetti totali impiegati nelle terme siciliane.

A ciò va aggiunto quello che viene considerato uno degli obiettivi prioritari di una politica di sviluppo del comparto termale in Sicilia, e cioè la promozione e valorizzazione delle risorse del territorio, ove finora non si è minimamente considerato (la totale assenza d'impianti ne è prova) che le sorgenti termali sono portatrici di benessere e ricchezza.

Tenendo presente che soltanto in 8 Comuni, dei 13 menzionati, risulta presente almeno un'azienda termale già accreditata al S.S.N., diventa importante analizzare i flussi turistici della regione diversificati per provincia; infatti, esiste una stretta connessione fra terme e ricettività, in quanto l'offerta termale si lega inscindibilmente non solo alla presenza di alberghi termali, ma a tutta l'organizzazione locale fatta anche di altre strutture ricettive, alberghiere e non.

Non è un caso se tra i 13 Comuni termali siciliani solo Sciacca, Acireale, Alì Terme, Lipari e Pantelleria, per fattori non certo legati allo sviluppo del settore termale, risultano ricompresi in altrettanti S.L.L.T. (*Sistemi di Lavoro Locale Turistico*).

Dai dati Istat relativi all'anno 2010, si rileva che Messina rimane la Provincia siciliana con il maggior numero di posti letto in strutture ricettive alberghiere (con 399 esercizi, 14.513 camere e 30.299 letti), a seguire: Palermo (217 esercizi, 12.329 camere e 28.506 letti); Trapani (190 esercizi, 7.002 camere e 16.026 letti); Catania (136 esercizi, 6.210 camere e 13.152 letti); Agrigento (117 esercizi, 5.538 camere e 12.281 letti); Siracusa (124 esercizi, 4.641 camere e 10.420 letti); Ragusa (86 esercizi, 3.864 camere e 9.793 letti) e ultima Caltanissetta (15 esercizi, 833 camere e 1.912 letti).

Nelle tabelle, di seguito riportate, vengono indicati in dettaglio, per singolo comune, i dati relativi alla ricettività degli esercizi alberghieri delle province siciliane.

Tabella 27

Prov.: TRAPANI – Capacità ricettiva – Esercizi Alberghieri – Anno 2010 (Fonte: ONT- Dati ISTAT)

Tipologia Esercizi alberghieri	(D1) Strutture di piccola dimensione (meno di 25 camere)			(D2) Strutture di media dimensione (tra 25 e 99 camere)			(D3) Strutture di grande dimensione (100 camere e oltre)		
	Numero	Letti	Camere	Numero	Letti	Camere	Numero	Letti	Camere
COMUNI									
Alcamo	3	78	35	3	214	82	0	0	0
Buseto Palizzolo	1	20	8	1	102	48	0	0	0
Calatafimi-Segesta	2	45	21	0	0	0	0	0	0
Campobello di Mazara	0	0	0	1	255	84	1	251	102
Castellammare del Golfo	8	236	106	7	599	238	0	0	0
Castelvetrano	4	224	68	7	776	364	4	1694	762
Custonaci	3	89	39	1	185	85	0	0	0
Erice	8	258	115	6	544	272	0	0	0
Favignana	12	376	168	7	789	366	2	818	308
Marsala	5	167	87	8	828	378	1	246	128
Mazara del Vallo	2	79	34	4	665	256	1	372	188
Paceco	2	54	26	0	0	0	0	0	0
Pantelleria	6	146	64	6	755	304	2	576	230
Petrosino	0	0	0	2	525	176	0	0	0
Salemi	0	0	0	1	76	38	0	0	0
San Vito Lo Capo	41	967	476	6	567	235	2	1017	435
Trapani	5	139	70	5	520	255	0	0	0
Valderice	5	123	53	4	446	190	1	205	108

TOTALE	107	3001	1370	69	7846	3371	14	5179	2261
---------------	------------	-------------	-------------	-----------	-------------	-------------	-----------	-------------	-------------

Tabella 28

Prov.:PALERMO – Capacità ricettiva – Esercizi Alberghieri – Anno 2010 (Fonte: ONT- Dati ISTAT)									
Tipologia	(D1) Strutture di piccola dimensione			(D2) Strutture di media dimensione			(D3) Strutture di grande dimensione		
Esercizi alberghieri	(meno di 25 camere)			(tra 25 e 99 camere)			(100 camere e oltre)		
COMUNI	Numero	Letti	Camere	Numero	Letti	Camere	Numero	Letti	Camere
Altavilla Milicia	1	24	18	1	124	42	1	1026	443
Bagheria	4	90	45	0	0	0	0	0	0
Balestrate	6	268	115	0	0	0	0	0	0
Bolognetta	1	25	9	1	57	30	0	0	0
Borgetto	2	61	31	0	0	0	0	0	0
Campofelice di Roccella	1	28	14	3	472	143	3	2222	918
Capaci	0	0	0	1	96	48	0	0	0
Carini	0	0	0	2	227	110	0	0	0
Castelbuono	2	48	28	2	163	80	0	0	0
Casteldaccia	0	0	0	3	356	138	0	0	0
Castellana Scula	2	71	26	0	0	0	0	0	0
Castronovo di Sicilia	1	19	10	0	0	0	0	0	0
Cefalu	6	166	77	10	1177	455	4	2344	939
Cerda	1	13	10	0	0	0	0	0	0
Cinisi	1	17	16	4	334	140	1	434	210
Collesano	0	0	0	1	173	59	0	0	0
Corleone	2	53	27	0	0	0	0	0	0

Ficarazzi	1	65	24	0	0	0	0	0	0
Gangi	2	78	33	0	0	0	0	0	0
Geraci Siculo	0	0	0	1	60	30	0	0	0
Isnello	1	80	23	1	64	26	0	0	0
Isola delle Femmine	1	31	14	2	206	83	1	771	245

Tabella 28/a

Tipologia Esercizi alberghieri	(D1) Strutture di piccola dimensione (meno di 25 camere)			(D2) Strutture di media dimensione (tra 25 e 99 camere)			(D3) Strutture di grande dimensione (100 camere e oltre)		
	Numero	Letti	Camere	Numero	Letti	Camere	Numero	Letti	Camere
COMUNI									
Misilmeri	1	33	15	0	0	0	0	0	0
Monreale	3	106	47	2	102	57	1	226	109
Montelepre	2	83	33	0	0	0	0	0	0
Palazzo Adriano	2	50	21	0	0	0	0	0	0
Palermo	43	938	495	33	3592	1785	13	4597	2155
Partinico	1	15	8	0	0	0	0	0	0
Petralia Soprana	1	25	13	0	0	0	0	0	0
Petralia Sottana	1	24	10	1	111	40	0	0	0
Piana degli Albanesi	1	24	10	0	0	0	0	0	0
Pollina	1	35	18	0	0	0	1	769	347
Prizzi	1	25	9	0	0	0	0	0	0
Roccapalumba	1	15	9	0	0	0	0	0	0
Santa Cristina Gela	1	18	7	0	0	0	0	0	0
Santa Flavia	2	70	36	1	182	64	1	842	401

Termini Imerese	2	82	36	2	363	122	0	0	0
Terrasini	0	0	0	2	286	130	2	2689	984
Trabia	1	42	21	4	429	175	1	265	114
Trappeto	2	68	33	0	0	0	0	0	0
Ustica	7	199	98	2	142	74	1	616	194
TOTALE	108	2989	1439	79	8716	3831	30	16801	7059

Tabella 29

Prov.:MESSINA – Capacità ricettiva – Esercizi Alberghieri – Anno 2010 (Fonte: ONT- Dati ISTAT)									
Tipologia Esercizi alberghieri	(D1) Strutture di piccola dimensione (meno di 25 camere)			(D2) Strutture di media dimensione (tra 25 e 99 camere)			(D3) Strutture di grande dimensione (100 camere e oltre)		
	Numero	Letti	Camere	Numero	Letti	Camere	Numero	Letti	Camere
COMUNI									
Alcara li Fusi	1	8	4	0	0	0	0	0	0
Alì Terme	3	90	54	1	45	25	0	0	0
Barcellona Pozzo di Gotto	3	80	45	2	162	99	0	0	0
Brolo	0	0	0	2	314	138	0	0	0
Capo d'Orlando	6	138	57	10	877	421	0	0	0

Capri Leone	1	40	16	0	0	0	0	0	0
Caronia	0	0	0	2	132	69	0	0	0
Castelmola	1	32	16	1	86	35	0	0	0
Cesaro	3	48	25	0	0	0	0	0	0
Falcone	6	147	77	1	50	26	0	0	0
Forza d'Agro	2	48	22	2	282	134	0	0	0
Francavilla di Scilia	0	0	0	1	98	53	0	0	0
Furci Sculo	2	41	23	1	51	27	0	0	0
Furnari	0	0	0	2	262	123	2	1176	437
Giardini-Naxos	17	473	248	15	1278	632	8	4066	1774
Gioiosa Marea	6	132	61	4	571	266	3	1136	439
Graniti	1	8	8	0	0	0	0	0	0
Itala	1	25	9	0	0	0	0	0	0
Leni	1	24	12	0	0	0	0	0	0
Letojanni	5	99	56	6	704	344	1	647	323
Lipari	60	1571	788	31	2627	1298	0	0	0
Messina	8	219	113	12	1257	640	2	388	221
Milazzo	11	221	130	3	203	92	1	250	130
Mistretta	1	18	9	0	0	0	0	0	0

Tabella 29/a

Tipologia	(D1) Strutture di piccola dimensione	(D2) Strutture di media dimensione	(D3) Strutture di grande dimensione
-----------	--------------------------------------	------------------------------------	-------------------------------------

Esercizi alberghieri	(meno di 25 camere)			(tra 25 e 99 camere)			(100 camere e oltre)		
COMUNI	Numero	Letti	Camere	Numero	Letti	Camere	Numero	Letti	Camere
Monforte San Giorgio	1	11	8	0	0	0	0	0	0
Montalbano Elicona	2	71	36	0	0	0	0	0	0
Nizza di Sicilia	1	25	13	0	0	0	0	0	0
Oliveri	3	55	31	0	0	0	0	0	0
Pace del Mela	1	22	16	0	0	0	0	0	0
Patti	2	40	18	5	446	242	0	0	0
Piraino	1	34	21	1	72	26	1	255	126
Roccalumera	1	56	21	0	0	0	0	0	0
Rodi Milici	1	49	13	0	0	0	0	0	0
Rometta	1	29	20	0	0	0	0	0	0
San Filippo del Mela	0	0	0	1	56	32	0	0	0
San Fratello	2	73	34	0	0	0	0	0	0
Santa Domenica Vittoria	1	23	11	0	0	0	0	0	0
Sant'Agata di Militello	0	0	0	2	176	96	0	0	0
Sant'Alessio Sculo	6	115	67	3	396	168	1	418	160
Santa Marina Salina	2	32	15	0	0	0	0	0	0
Santo Stefano di Camastra	0	0	0	1	74	37	0	0	0
Snagra	2	26	15	1	52	30	0	0	0
Taormina	41	1060	539	40	4076	2034	5	1271	625
Torregrotta	1	30	18	1	50	27	0	0	0
Tripi	1	43	22	0	0	0	0	0	0
Tusa	1	25	13	2	151	70	0	0	0

Villafranca Tirrena	0	0	0	2	184	76	0	0	0
Terme Vigliatore	2	94	46	4	419	204	0	0	0
Acquedolci	2	108	32	0	0	0	0	0	0
Torrenova	2	58	32	0	0	0	0	0	0
TOTALE	216	5541	2814	159	15151	7464	24	9607	4235

Tabella 30

Prov.:AGRIGENTO – Capacità ricettiva – Esercizi Alberghieri – Anno 2010 (Fonte: ONT- Dati ISTAT)									
Tipologia Esercizi alberghieri	(D1) Strutture di piccola dimensione (meno di 25 camere)			(D2) Strutture di media dimensione (tra 25 e 99 camere)			(D3) Strutture di grande dimensione (100 camere e oltre)		
	Numero	Letti	Camere	Numero	Letti	Camere	Numero	Letti	Camere
COMUNI									
Agrigento	13	421	218	6	682	314	7	1612	824
Burgio	0	0	0	1	54	28	0	0	0
Cammarata	3	83	43	1	134	48	0	0	0
Canicatti	1	18	10	2	104	62	0	0	0
Casteltermini	0	0	0	1	96	32	0	0	0
Favara	1	23	9	0	0	0	0	0	0
Lampedusa e Linosa	34	857	420	7	569	268	0	0	0
Licata	3	91	49	2	165	68	1	1331	490
Menfi	3	91	41	1	120	55	1	754	272
Palma di Montechiaro	0	0	0	2	144	74	0	0	0
Porto Empedocle	1	25	15	2	186	93	1	237	124
Racalmuto	1	46	23	1	60	34	0	0	0
Ravanusa	1	22	11	0	0	0	0	0	0

Realmonte	0	0	0	1	100	45	0	0	0
Ribera	0	0	0	1	86	46	0	0	0
Sambuca di Scilia	0	0	0	1	50	25	0	0	0
Santa Margherita di Belice	1	26	13	0	0	0	0	0	0
Santo Stefano Quisquina	1	61	20	0	0	0	0	0	0
Sciacca	3	154	52	2	379	174	7	3379	1475
Sculiana	2	41	21	1	80	42	0	0	0
TOTALE	68	1959	945	32	3009	1408	17	7313	3185

Tabella 31

Prov.:CATANIA – Capacità ricettiva – Esercizi Alberghieri – Anno 2010 (Fonte: ONT- Dati ISTAT)									
Tipologia Esercizi alberghieri	(D1) Strutture di piccola dimensione (meno di 25 camere)			(D2) Strutture di media dimensione (tra 25 e 99 camere)			(D3) Strutture di grande dimensione (100 camere e oltre)		
	Numero	Letti	Camere	Numero	Letti	Camere	Numero	Letti	Camere
COMUNI									
Aci Castello	0	0	0	8	840	414	3	1030	418
Acireale	2	59	27	4	349	161	5	1767	780
Belpasso	3	135	51	1	127	50	0	0	0
Biancavilla	1	21	17	0	0	0	0	0	0
Bronte	3	125	52	0	0	0	0	0	0
Calatabiano	0	0	0	1	61	28	1	528	264
Caltagirone	1	51	24	3	308	148	0	0	0

Castiglione di Scilia	3	88	49	1	276	98	0	0	0
Catania	30	824	371	16	1378	696	8	2006	1086
Fiumefreddo di Scilia	1	32	16	0	0	0	0	0	0
Giarre	2	73	38	0	0	0	0	0	0
Gravina di Catania	0	0	0	1	64	32	0	0	0
Linguaglossa	4	125	57	0	0	0	0	0	0
Mascalì	1	13	9	4	410	148	0	0	0
Milo	2	58	23	0	0	0	0	0	0
Misterbianco	0	0	0	1	198	91	0	0	0
Motta Sant'Anastasia	2	70	30	2	222	114	0	0	0
Nicolosi	2	36	21	2	290	132	0	0	0
Palagonia	1	25	13	0	0	0	0	0	0
Pedara	1	35	17	0	0	0	0	0	0

Tabella 31/a

Tipologia Esercizi alberghieri	(D1) Strutture di piccola dimensione (meno di 25 camere)			(D2) Strutture di media dimensione (tra 25 e 99 camere)			(D3) Strutture di grande dimensione (100 camere e oltre)		
	Numero	Letti	Camere	Numero	Letti	Camere	Numero	Letti	Camere
COMUNI									
Ramacca	1	20	10	0	0	0	0	0	0
Randazzo	1	30	15	0	0	0	0	0	0
Riposto	0	0	0	1	170	66	0	0	0
San Giovanni la Punta	0	0	0	3	322	173	0	0	0

San Gregorio di Catania	0	0	0	1	111	50	0	0	0
San Michele di Ganzaria	0	0	0	1	87	39	0	0	0
Sant'Agata li Battiati	1	29	19	0	0	0	0	0	0
Santa Maria di Licodia	1	40	19	0	0	0	0	0	0
Viagrande	0	0	0	0	0	0	1	165	104
Vizzini	1	38	17	0	0	0	0	0	0
Zafferana Etnea	0	0	0	3	468	194	0	0	0
Ragalna	0	0	0	1	48	29	0	0	0
TOTALE	64	1927	895	54	5729	2663	18	5496	2652

Tabella 32

Prov.:SIRACUSA – Capacità ricettiva – Esercizi Alberghieri – Anno 2010 (Fonte: ONT- Dati ISTAT)

Tipologia Esercizi alberghieri	(D1) Strutture di piccola dimensione (meno di 25 camere)			(D2) Strutture di media dimensione (tra 25 e 99 camere)			(D3) Strutture di grande dimensione (100 camere e oltre)		
	Numero	Letti	Camere	Numero	Letti	Camere	Numero	Letti	Camere
COMUNI									
Augusta	6	171	91	2	192	74	1	1102	447
Avola	6	109	62	1	85	29	0	0	0
Buccheri	0	0	0	1	49	27	0	0	0
Floridia	1	16	10	0	0	0	0	0	0
Melilli	2	52	21	1	100	52	1	210	103
Noto	10	250	127	6	649	271	2	800	406
Pachino	2	36	30	0	0	0	0	0	0
Palazzolo Acreide	3	73	36	0	0	0	0	0	0
Sracusa	44	1156	569	17	2058	1037	5	2885	1031
Portopalo di Capo Passero	7	161	72	1	47	25	0	0	0
Priolo Gargallo	3	95	45	2	124	76	0	0	0
TOTALE	84	2119	1063	31	3304	1591	9	4997	1987

Tabella 33

Prov.:CALTANISSETTA – Capacità ricettiva – Esercizi Alberghieri – Anno 2010 (Fonte: ONT- Dati ISTAT)

Tipologia Esercizi alberghieri	(D1) Strutture di piccola dimensione (meno di 25 camere)			(D2) Strutture di media dimensione (tra 25 e 99 camere)			(D3) Strutture di grande dimensione (100 camere e oltre)		
	Numero	Letti	Camere	Numero	Letti	Camere	Numero	Letti	Camere
COMUNI									
Butera	1	25	12	1	188	65	1	612	218
Caltanissetta	1	40	24	2	193	97	1	272	136
Campofranco	1	18	10	0	0	0	0	0	0
Gela	2	50	30	3	430	197	0	0	0
Mazzerino	1	26	18	0	0	0	0	0	0
San Cataldo	0	0	0	1	58	26	0	0	0
TOTALE	6	159	94	7	869	385	2	884	354

Tabella 34

Prov.:RAGUSA – Capacità ricettiva – Esercizi Alberghieri – Anno 2010 (Fonte: ONT- Dati ISTAT)			
Tipologia	(D1) Strutture di piccola dimensione	(D2) Strutture di media dimensione	(D3) Strutture di grande dimensione

Esercizi alberghieri	(meno di 25 camere)			(tra 25 e 99 camere)			(100 camere e oltre)		
	Numero	Letti	Camere	Numero	Letti	Camere	Numero	Letti	Camere
Chiaromonte Gulfi	4	96	55	0	0	0	0	0	0
Comiso	1	22	18	1	62	36	0	0	0
Giarratana	1	12	7	0	0	0	0	0	0
Ispica	3	92	40	0	0	0	1	850	302
Modica	14	352	148	3	212	94	1	417	193
Pozzallo	5	145	72	0	0	0	0	0	0
Ragusa	20	624	293	9	960	452	4	4105	1441
Santa Croce Camerina	2	52	26	0	0	0	0	0	0
Scicli	3	76	41	3	511	171	1	732	244
Vittoria	4	117	51	6	356	180	0	0	0
TOTALE	57	1588	751	22	2101	933	7	6104	2180

Tabella 35

Prov.:ENNA – Capacità ricettiva – Esercizi Alberghieri – Anno 2010 (Fonte: ONT- Dati ISTAT)			
Tipologia	(D1) Strutture di piccola dimensione	(D2) Strutture di media dimensione	(D3) Strutture di grande dimensione
Esercizi alberghieri	(meno di 25 camere)	(tra 25 e 99 camere)	(100 camere e oltre)

COMUNI	Numero	Letti	Camere	Numero	Letti	Camere	Numero	Letti	Camere
Aidone	1	25	18	0	0	0	0	0	0
Centuripe	1	23	10	0	0	0	0	0	0
Enna	3	107	52	5	531	263	0	0	0
Leonforte	0	0	0	1	91	29	0	0	0
Nicosia	1	20	10	0	0	0	0	0	0
Piazza Armerina	3	94	49	3	398	190	0	0	0
Pietraperzia	1	40	23	0	0	0	0	0	0
Regalbuto	1	22	12	0	0	0	0	0	0
Troina	0	0	0	1	122	76	1	157	122
TOTALE	11	331	174	10	1142	558	1	157	122

Il movimento turistico regionale

Nonostante i programmi e le iniziative, volte a favorire flussi turistici destagionalizzati, tra le quali l'impegno verso il turismo congressuale, i flussi si caratterizzano per la breve durata e ancora per la prevalente concentrazione nella stagione estiva.

Il volume degli arrivi in Sicilia risulta, comunque, notevolmente inferiore a quanto si registra in altre Regioni italiane, soprattutto se si guarda alle posizioni *leader*, occupate da: Veneto, Trentino, Emilia Romagna e Toscana.

Tabella 36

ITALIA/ REGIONI- ARRIVI, PRESENZE E PERMANENZA, NEGLI ESERCIZI RICETTIVI						
ANNO 2010 (GRADUATORIA / ARRIVI)						
Regione		Totale		(%)/ Totale		Permanenza media (giorni/ pro capite)
		Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze	
1	VENETO	14.583.515	60.820.311	13,5%	16,59%	4,1
2	LOMBARDIA	12.298.940	31.126.864	11,4%	8,49%	2,5
3	TOSCANA	11.353.113	42.031.975	10,5%	11,46%	3,7
4	LAZIO	10.289.243	30.696.554	9,5%	8,37%	2,9
5	TRENTINO A.A.	8.897.570	43.759.449	8,2%	11,93%	4,9
6	EMILIA ROMAGNA	8.844.219	37.674.889	8,2%	10,27%	4,2
7	CAMPANIA	4.543.257	18.556.993	4,2%	5,06%	4,0
8	SICILIA	4.025.082	13.503.839	3,7%	3,68%	3,3
9	LIGURIA	3.666.732	13.754.235	3,4%	3,75%	3,7
ALTRE REGIONI (11)		28.953.659	74.633.773	26,9%	20,36%	2,5
TOTALE ITALIA				100,0%	100,00%	3,4

Elaborazione dati ISTAT

Come evidenziato nella tabella 36, in termini di arrivi tra le Regioni italiane la Sicilia, con una media pari al 3,7%, si attesta solo all'8° posto, fortemente distanziata da Veneto (13,57%), Lombardia (11,44%), Toscana (10,56%), Lazio (9,57%), Trentino A.A. (8,28%) ed Emilia Romagna (8,23%).

Tabella 37

ITALIA/ REGIONI- ARRIVI, PRESENZE E PERMANENZA, NEGLI ESERCIZI RICETTIVI						
ANNO 2010 (GRADUATORIA / PRESENZE)						

14,5%), Catania (1.741.335, pari al 12,8%), Agrigento (1.346.882, pari al 9,9%), Siracusa (1.164.371, pari al 8,6%) e ancora a seguire Ragusa, Caltanissetta ed Enna.

Nonostante non sia possibile una completa e totale rilevazione dei dati relativi ad **arrivi e presenze negli "alloggi in affitto"** va sottolineato il consistente dato riferibile alla provincia di Trapani: 47.525 arrivi e 199.778 presenze (entrambi, pari al 33,8% del dato regionale), a seguire Catania (arr. 25.468 - pres. 109.087), Messina (arr. 24.229 – pres. 124.907), Agrigento (arr. 16.607 – pres. 51.595), Siracusa (arr. 8.863 – pres. 47.859), Palermo (arr. 7.978 – pres. 27.409), infine Ragusa, Enna e Caltanissetta.

Tabella 39

SICILIA - ARRIVI E PRESENZE NEGLI ALLOGGI IN AFFITTO – ANNO 2010						
Provincia	Italiani		Stranieri		Totale	
	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze
Trapani	30.204	144.254	17.321	55.524	47.525	199.778
Catania	18.077	84.341	7.391	24.746	25.468	109.087
Messina	14.885	71.358	9.414	53.549	24.299	124.907
Agrigento	11.868	41.281	4.739	10.314	16.607	51.595
Siracusa	4.321	28.519	4.542	19.340	8.863	47.859
Palermo	5.791	17.488	2.187	9.921	7.978	27.409
Ragusa	5.463	13.461	1.639	4.385	7.102	17.846
Enna	1.184	2.855	716	1.528	1.900	4.383
Caltanissetta	626	6.868	158	1.013	784	7.881
Totale						

Elaborazione dati ISTAT

Tabella 40

SICILIA - ARRIVI E PRESENZE NEGLI ESERCIZI RICETTIVI – ANNO 2010						
(PER TIPO DI LOCALITÀ)						
TOTALE ESERCIZI RICETTIVI						
Località (a)						
LOCALITÀ di INTERESSE TURISTICO						
Città di interesse storico e artistico	558.501	1.275.965	488.556	1.056.729	1.047.057	2.332.694
Località montane	12.192	25.161	3.161	6.319	15.353	31.480
Località lacuali	-	-	-	-	-	-
Località marine	725.728	2.201.023	553.069	2.206.756	1.278.797	4.407.779
Località termali	38.116	249.036	29.653	192.324	67.769	441.360
Località collinari e di interesse vario	46.161	118.212	30.625	61.002	76.786	179.214
Totale	1.380.69	3.869.397	1.105.064	3.523.130	2.485.762	7.392.527

ALTRE LOCALITA'						
Capoluoghi di provincia n.a.c. (b)	142.722	389.822	78.237	290.669	220.959	680.491
Comuni n.a.c. (c)	957.174	3.947.108	361.187	1.483.713	1.318.361	5.430.821
Totale	1.099.89	4.336.930	439.424	1.774.382	1.539.320	6.111.312
TOTALE GENERALE	2.480.59	8.206.327	1.544.488	5.297.512	4.025.082	13.503.839
a) cfr. Avvertenze b) Capoluoghi di provincia non altrimenti classificati c) Comuni non altrimenti classificati						

Le località siciliane con il più elevato livello di attrattività turistica risultano essere quelle **marine**, con un volume complessivo: di arrivi pari a 1.278.797 (il 31,7% del volume regionale) e di presenze pari a 4.407.779 (il 32,6%, di quelle regionali), seguono le Città di interesse storico e artistico con 1.047.057 arrivi (pari al 26% di quelli regionali) e 2.332.694 presenze (pari al 17,2%).

Ad esclusione dei Comuni di Acireale e Sciacca (per precisione, statisticamente ricompresi in altri settori) visto che insieme, nel 2010, hanno fatto registrare 154.975 arrivi e 625.861 presenze, le **località termali siciliane** hanno fatto registrare complessivamente, nel 2010, 67.769 arrivi (1,6% del volume regionale) e 441.360 presenze (pari al 3,2 di quelle regionali).

Tabella 41

SICILIA - ARRIVI E PRESENZE NEGLI ESERCIZI RICETTIVI - ANNO 2010 (PER AREA DI PROVENIENZA)						
Località (a)	Esercizi Alberghieri		Esercizi Complementari		Totale Esercizi Ricettivi	
	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze
ITALIA	2.122.328	6.646.821	358.266	1.559.506	2.480.594	8.206.327
Francia	267.972	919.709	34.388	91.370	302.360	1.011.079
Germania	224.183	842.703	34.186	132.159	258.369	974.862
Regno Unito	85.619	330.962	11.266	48.329	96.885	379.291
Paesi Bassi	53.275	182.852	18.039	67.629	71.314	250.481
Spagna	90.185	202.686	12.714	30.006	102.899	232.692
Belgio	44.557	182.553	7.531	23.030	52.088	205.583
Svezia	28.350	127.229	6.435	28.143	34.785	155.372
Polonia	25.868	116.453	5.001	24.726	30.869	141.179
Austria	29.164	88.823	4.266	15.100	33.430	103.923
Danimarca	19.495	69.229	5.801	33.556	25.296	102.785
Irlanda	15.676	66.695	3.280	12.496	18.956	79.191
Malta	13.988	40.618	2.470	9.497	16.458	50.115

Rep.Ceca	7.959	33.208	3.019	11.367	10.978	44.575
Finlandia	6.274	34.457	1.556	8.272	7.830	42.729
Romania	8.132	29.612	1.233	7.166	9.365	36.778
Ungheria	6.986	25.687	1.265	4.346	8.251	30.033
Slovenia	5.006	14.851	2.014	5.886	7.020	20.737
Portogallo	5.936	16.262	762	2.121	6.698	18.383
Grecia	6.683	15.342	743	2.019	7.426	17.361
Slovacchia	2.986	11.901	1.087	3.960	4.073	15.861
Lussemburgo	2.987	10.610	342	1.026	3.329	11.636
Estonia	1.877	6.819	750	2.328	2.627	9.147
Bulgaria	1.956	7.304	326	1.570	2.282	8.874
Lituania	1.971	6.274	456	1.277	2.427	7.551
Cipro	523	1.469	431	1.180	954	2.649
Lettonia	641	2.016	240	577	881	2.593
TOTALE	3.080.577	10.033.145	517.867	2.128.642	3.598.444	12.161.787

Nel corso del 2010, nella nostra Regione, hanno soggiornato 2.480.594 Italiani, per un totale di 8.206.327 presenze turistiche e 1.544.488 stranieri per un totale di 5.297.512 presenze; tra gli arrivi stranieri, il numero maggiore di turisti provenivano da: Francia (302.360), Germania (258.369), Stati Uniti d America (123.627), Spagna (102.899), Regno Unito (96.885), Paesi Bassi (71.314), Svizzera (55.397), Belgio (52.088), Russia (40.609), Svezia (34.785), Austria (33.430), Polonia (30.869), Danimarca (25.296), Norvegia (12.720).

Tabella 42

SIGLIA - ARRIVI E PRESENZE NEGLI ESERCIZI RICETTIVI – ANNO 2010						
(PER AREA DI PROVENIENZA)						
Località (a)	Esercizi Alberghieri		Esercizi Complementari		Totale Esercizi Ricettivi	
	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze
ALTRI PAESI EUROPEI						
Russia	39.010	267.261	1.599	6.054	40.609	273.315
Svizzera	46.924	150.495	8.473	30.444	55.397	180.939
Norvegia	10.504	33.567	2.216	5.959	12.720	39.526
Croazia	2.777	8.282	528	2.079	3.305	10.361
Turchia	2.809	9.152	325	923	3.134	10.075
Islanda	1.957	4.481	638	1.684	2.595	6.165
Altri Paesi Europei	18.489	63.385	1.732	7.766	20.221	71.151
TOTALE	122.470	536.623	15.511	54.909	137.981	591.532
Stati Uniti d America	114.874	309.437	8.753	27.911	123.627	337.348

Giappone	36.418	62.269	1.100	2.994	37.518	65.263
Altri Paesi extraeuropei	113.504	302.057	14.008	45.852	127.512	347.909
TOTALE PAESI EXTRAEUROPEI	264.796	673.763	23.861	76.757	288.657	750.520
TOTALE PAESI ESTERI	1.345.515	4.596.710	198.973	700.802	1.544.488	5.297.512
TOTALE GENERALE	3.467.843	11.243.531	557.239	2.260.308	4.025.082	13.503.839

Le presenze turistiche straniere sono state complessivamente 5.297.512, la permanenza media di turisti stranieri in Sicilia è stata di 3,4 giorni.

I **Russi**, con una permanenza media di 6,7 giorni, sono stati i turisti che nel 2010 hanno soggiornato più a lungo (273.315 presenze), seguiti da **Svedesi** con una permanenza media di 4,4 giorni (155.372 presenze), **Danesi** con una permanenza media pari a 4 giorni (102.785 presenze), **Inglese e Belgi** con una permanenza media pari a 3,9 giorni (379.291 presenze i primi, 205.583 i secondi), **Tedeschi** con una permanenza media di 3,7 giorni (974.862 presenze), da **Olandesi** permanenza media 3,5 giorni (presenze 250.481), **Francesi** con una permanenza media di 3,3 giorni (1.011.079 presenze), **Svizzeri** con una permanenza media di 3,2 giorni (180939 presenze), **Norvegesi** con una permanenza media di 3,1 giorni (39526 presenze), **Statunitensi** (permanenza media 2,7 giorni, presenze 337.348).

Il movimento turistico nelle 5 Province termali siciliane

Ai fini di una specifica analisi dei bacini d'utenza, è utile analizzare il dettaglio dei componenti turistici che costituiscono il movimento, in termini di arrivi e presenze, nelle c.d. "province termali" che, per l'appunto, coincidono con i territori maggiormente interessati dal movimento turistico in Sicilia.

Tabella 43

Prov.: MESSINA - ARRIVI E PRESENZE NEGLI ESERCIZI RICETTIVI - ANNO 2010 (PER AREA DI PROVENIENZA)						
Località (a)	Esercizi Alberghieri		Esercizi Complementari		Totale Esercizi Ricettivi	
	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze
ITALIA	393.737	1.376.630	64.340	353.218	458.077	1.729.848
Germania	75.502	360.198	6.083	30.081	81.585	390.279
Regno Unito	31.635	170.000	1.304	6.236	32.939	176.236
Francia	39.573	115.153	4.425	13.967	43.998	129.120
Paesi Bassi	15.660	79.803	2.478	12.080	18.138	91.883
Belgio	11.899	62.730	802	2.814	12.701	65.544
Danimarca	6.002	29.130	2.095	17.339	8.097	46.469

Spagna	13.844	41.198	999	2.911	14.843	44.109
Svezia	6.241	30.091	1.730	12.830	7.971	42.921
Polonia	7.406	40.161	546	2.630	7.952	42.791
Austria	9.566	39.880	651	2.526	10.217	42.406
Altri Paesi Unione Europea	31.585	149.355	3.838	20.506	35.423	169.861
Totale	642.650	2.494.329	89.291	477.138	731.941	2.971.467

Tabella 44

Prov.: MESSINA - ARRIVI E PRESENZE NEGLI ESERCIZI RICETTIVI – ANNO 2010 (PER AREA DI PROVENIENZA)						
Località (a)	Esercizi Alberghieri		Esercizi Complementari		Totale Esercizi Ricettivi	
	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze
ALTRI PAESI EUROPEI						
Russia	19.131	148.843	296	1.818	19.427	150.661
Svizzera	13.137	52.805	1.288	6.132	14.425	58.937
Norvegia	2.415	9.798	147	701	2.562	10.499
Altri Paesi d'Europa	6.056	30.286	218	1.980	6.274	32.266
Totale	40.739	241.732	1.949	10.631	42.688	252.363
PAESI EXTRAEUROPEI						
Stati Uniti d America	30.493	93.585	994	3.698	31.487	97.283
Altri Paesi extraeuropei	43.703	107.452	1.675	13.177	45.378	120.629
Totale	74.196	201.037	2.669	16.875	76.865	217.912
TOTALE GENERALE	757.585	2.937.098	93.909	504.644	851.494	3.441.742

Per quanto riguarda **Messina**, la Provincia con il maggior numero di presenze (3.441.742), i turisti Italiani, rappresentano approssimativamente il 53,7% degli arrivi complessivi (con un numero complessivo di presenze pari a 1.729.848), mentre i turisti stranieri rappresentano il 46,3% (con 1.711.894 presenze complessive), tra i quali i **Tedeschi** con il 9,5% degli arrivi (presenze 390.279); seguono: **Francesi** con il 5,1% degli arrivi (presenze 129.120), **Ingles**i con il 3,8% degli arrivi (presenze 176.236), **Russi** con il 2,2% degli arrivi (presenze 150.661), **Olandesi** con il 2,1% di arrivi (presenze 91.883), **Belgi** con l'1,4% di arrivi (presenze 65.544), **Danesi** con lo 0,9% di arrivi (presenze 46.469) **Svedesi** con lo 0,9% di arrivi (presenze 42.921), **Austriaci** con l'1,1% di arrivi (presenze 42.406), **Polacchi** con lo 0,9 di arrivi (presenze 42.791), **Svizzeri** con l'1,6 di arrivi (presenze 58.937) e **Statunitensi** con il 3,6 di arrivi (presenze 97.283).

Tabella 45

Prov.: PALERMO - ARRIVI E PRESENZE NEGLI ESERCIZI RICETTIVI – ANNO 2010 (PER AREA DI PROVENIENZA)						
Località (a)						
UNIONE EUROPEA						
ITALIA	442.544	1.291.382	39.303	141.853	481.847	1.433.235
Francia	93.680	282.366	4.696	11.538	98.376	293.904
Germania	58.691	223.733	5.853	23.449	64.544	247.182
Svezia	11.100	68.254	493	1.181	11.593	69.435
Belgio	14.275	66.440	887	2.582	15.162	69.022
Spagna	27.857	59.153	1.408	2.647	29.265	61.800
Regno Unito	22.268	53.750	1.597	5.637	23.865	59.387
Paesi Bassi	13.413	42.442	3.089	12.140	16.502	54.582
Polonia	5.772	29.109	407	885	6.179	29.994
Austria	9.373	24.348	804	2.932	10.177	27.280
Danimarca	6.349	21.851	401	1.781	6.750	23.632
Altri Paesi Unione Europea	14.305	45.320	1.770	4.454	16.075	49.774
Totale	719.627	2.208.148	60.708	211.079	780.335	2.419.227
ALTRI PAESI EUROPEI						
Russia	9.401	63.657	159	470	9.560	64.127
Svizzera	12.109	34.206	1.181	3.422	13.290	37.628
Norvegia	2.233	6.874	250	586	2.483	7.460
Altri Paesi d'Europa	4.754	12.963	581	2.825	5.335	15.788
Totale	28.497	117.700	2.171	7.303	30.668	125.003
PAESI EXTRAEUROPEI						
Stati Uniti d'America	43.083	95.882	1.253	2.701	44.336	98.583
Altri Paesi extraeuropei	42.773	99.494	1.936	4.592	44.709	104.086
Totale	85.856	195.376	3.189	7.293	89.045	202.669
TOTALE GENERALE	833.980	2.521.224	66.068	225.675	900.048	2.746.899

Per quanto riguarda la provincia di **Palermo**, i turisti Italiani, rappresentano approssimativamente il 53,5% degli arrivi complessivi (con un numero complessivo di presenze pari a 1.433.235), mentre i turisti stranieri rappresentano il 46,5% (con 1.313.664 presenze complessive), tra i quali i **Francesi** con il 10,9% degli arrivi (presenze 293.904); seguono: **Tedeschi** con il 7,1% degli arrivi (presenze 247.182), **Statunitensi** con il 4,9% di arrivi (presenze 98.583), **Spagnoli** con il 3,2% di arrivi (presenze 61.800), **Inglese** con il 2,6% degli arrivi (presenze 59.387), **Olandesi** con il 2,6% di arrivi (presenze 54.582), **Belgi** con l'1,6% di arrivi (presenze 69.022), **Svizzeri** con l'1,4 di arrivi (presenze 37.628), **Svedesi** con lo 1,2% di arrivi (presenze 69.435), **Austriaci** con l'1,1%

di arrivi (presenze 27.280), **Russi** con l'1% degli arrivi (presenze 64.127), **Danesi** con lo 0,7% di arrivi (presenze 23.632) e **Polacchi** con lo 0,6% di arrivi (presenze 29.994).

Tabella 46

Prov.: TRAPANI - ARRIVI E PRESENZE NEGLI ESERCIZI RICETTIVI – ANNO 2010 (PER AREA DI PROVENIENZA)						
Località (a)	Esercizi Alberghieri		Esercizi Complementari		Totale Esercizi Ricettivi	
	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze
Germania	23.948	67.139	6.510	26.034	30.458	93.173
Francia	21.267	63.990	5.544	17.321	26.811	81.311
Regno Unito	9.413	34.937	3.861	20.864	13.274	55.801
Paesi Bassi	9.989	23.469	5.664	22.476	15.653	45.945
Svezia	6.919	18.741	3.032	9.863	9.951	28.604
Spagna	8.418	18.841	2.951	6.704	11.369	25.545
Belgio	5.718	13.863	2.409	7.843	8.127	21.706
Danimarca	2.993	8.293	1.996	10.159	4.989	18.452
Polonia	3.333	7.344	1.144	4.527	4.477	11.871
Austria	2.422	5.789	1.052	3.924	3.474	9.713
Altri Paesi Unione Europea	11.346	31.662	6.812	22.818	18.158	54.470
Totale	413.585	1.357.865	121.038	485.397	534.623	1.843.262

Tabella 47

Prov.: TRAPANI - Arrivi e presenze negli esercizi ricettivi – Anno 2010 (per Area di provenienza)						
Località (a)						
ALTRI PAESI EUROPEI						
Svizzera	4.641	13.468	1.679	7.898	6.320	21.366
Norvegia	3.325	9.801	1.164	3.102	4.489	12.903
Russia	1.185	4.684	344	1.172	1.529	5.856

Altri Paesi d'Europa	2.035	6.270	1.149	3.788	3.184	10.058
Totale	11.186	34.223	4.336	15.960	15.522	50.183
PAESI EXTRAEUROPEI						
Stati Uniti d'America	6.674	15.394	1.703	4.569	8.377	19.963
Altri Paesi extraeuropei	8.521	36.363	3.438	9.453	11.959	45.816
Totale	15.195	51.757	5.141	14.022	20.336	65.779
TOTALE GENERALE	439.966	1.443.845	130.515	515.379	570.481	1.959.224

Per quanto riguarda la provincia di **Trapani**, i turisti Italiani, rappresentano approssimativamente il 67,9% degli arrivi complessivi (con un numero complessivo di presenze pari a 1.396.671), mentre i turisti stranieri rappresentano il 32,1% (con 562.553 presenze complessive), tra i quali **Tedeschi** con il 5,3% degli arrivi (presenze 93.173); seguono: **Francesi** con il 4,6% degli arrivi (presenze 81.311), **Ingles** con il 2,3% degli arrivi (presenze 55.801), **Olandesi** con il 2,7% di arrivi (presenze 45.945), **Spagnoli** con l'1,9% di arrivi (presenze 25.545), **Svedesi** con l'1,7% di arrivi (presenze 28.604), **Belgi** con l'1,4% di arrivi (presenze 21.706), **Statunitensi** con l'1,4 % di arrivi (presenze 19.963), **Svizzeri** con l'1,1 di arrivi (presenze 21366), **Danesi** con lo 0,8% di arrivi (presenze 18.472), **Polacchi** con lo 0,7% di arrivi (presenze 11.871), **Austriaci** con lo 0,6% di arrivi (presenze 9.713) e **Russi** con lo 0,2% degli arrivi (presenze 5.856).

Tabella 48

Prov.: CATANIA - ARRIVI E PRESENZE NEGLI ESERCIZI RICETTIVI – ANNO 2010 (PER AREA DI PROVENIENZA)						
Località (a)	Esercizi Alberghieri		Esercizi Complementari		Totale Esercizi Ricettivi	
	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze
UNIONE EUROPEA						
ITALIA	397.542	863.055	67.627	294.318	465.169	1.157.373
Germania	25.726	65.574	6.705	24.123	32.431	89.697
Francia	25.395	58.950	8.064	22.023	33.459	80.973
Spagna	16.012	39.150	3.346	9.237	19.358	48.387
Regno Unito	7.061	21.488	1.588	5.437	8.649	26.925
Polonia	4.179	10.269	2.201	14.540	6.380	24.809
Paesi Bassi	4.781	13.834	2.615	10.782	7.396	24.616

Belgio	4.491	10.826	1.330	3.966	5.821	14.792
Austria	2.969	7.260	748	2.636	3.717	9.896
Danimarca	1.534	4.826	662	2.333	2.196	7.159
Svezia	1.620	3.967	440	1.946	2.060	5.913
Altri Paesi Unione Europea	19.997	54.393	4.406	14.853	24.403	78.1464
Totale	511.307	1.153.592	99.732	406.194	611.039	1.559.786
ALTRI PAESI EUROPEI						
Svizzera	6.964	14.881	1.720	4.892	8.684	19.773
Russia	4.094	13.255	476	1.406	4.570	14.661
Norvegia	848	2.788	149	403	997	3.191
Altri Paesi d'Europa	6.078	16.649	768	2.272	6.846	18.921
Totale	17.984	47.573	3.113	8.973	21.097	56.546
PAESI EXTRAEUROPEI						
Stati Uniti d'America	13.029	52.834	1.683	9.760	14.712	62.594
Altri Paesi extraeuropei	20.815	50.588	3.747	11.821	24.562	62409
Totale	33.844	103.422	5.430	21.581	39.274	125.003
TOTALE GENERALE	563.135	1.304.587	108.275	436.748	671.410	1.741.335

Per quanto riguarda la provincia di **Catania**, i turisti Italiani, rappresentano approssimativamente il 67,9% degli arrivi complessivi (con un numero complessivo di presenze pari a 1.396.671), mentre i turisti stranieri rappresentano il 32,1% (con 562.553 presenze complessive), tra i quali i **Francesi** con il 4,9% degli arrivi (presenze 80.973); seguono: **Tedeschi** con il 4,8% degli arrivi (presenze 89.697), **Spagnoli** con il 2,8% di arrivi (presenze 48.387), **Statunitensi** con il 2,1 % di arrivi (presenze 62.594), **Ingles** con l'1,2% degli arrivi (presenze 26.925), **Svizzeri** con l'1,2 di arrivi (presenze 19.773), **Olandesi** con l'1,1% di arrivi (presenze 24.616), **Polacchi** con lo 0,9% di arrivi (presenze 24.809), **Belgi** con lo 0,8% di arrivi (presenze 14.792), **Russi** con lo 0,6% degli arrivi (presenze 14.661), **Austriaci** con lo 0,5% di arrivi (presenze 9.896), **Danesi** con lo 0,3% di arrivi (presenze 7.159) e **Svedesi** con lo 0,3% di arrivi (presenze 5.913).

Tabella 49

PROV.: AGRIGENTO - ARRIVI E PRESENZE NEGLI ESERCIZI RICETTIVI – ANNO 2010						
(PER AREA DI PROVENIENZA)						
Località (a)	Esercizi Alberghieri		Esercizi Complementari		Totale Esercizi Ricettivi	
	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze
UNIONE EUROPEA						
ITALIA	211.083	765.023	33.714	169.291	244.797	934.314
Francia	39.355	146.592	4.266	8.396	43.621	154.988
Germania	18.893	39.669	4.004	13.176	22.897	52.845

Regno Unito	8.631	26.853	1.264	4.216	9.895	31.069
Spagna	12.107	17.882	1.716	2.885	13.823	20.767
Belgio	3.967	9.731	826	2.047	4.793	11.778
Paesi Bassi	4.147	7.534	1.808	4.242	5.955	11.776
Austria	2.627	4.301	462	1.265	3.089	5.566
Danimarca	1.305	2.290	367	687	1.672	2.977
Svezia	967	1.773	322	555	1.289	2.328
Polonia	714	1.420	303	718	1.017	2.138
Altri Paesi Unione Europea	4.110	10.568	973	2.151	6.372	12.719
Totale	307.906	1.033.636	50.025	209.629	357.931	1.243.265

Tabella 50

PROV.: AGRIGENTO - ARRIVI E PRESENZE NEGLI ESERCIZI RICETTIVI – ANNO 2010						
(PER AREA DI PROVENIENZA)						
Località (a)	Esercizi Alberghieri		Esercizi Complementari		Totale Esercizi Ricettivi	
	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze
ALTRI PAESI EUROPEI						
Russia	3.336	26.070	95	176	3.431	26.246
Svizzera	4.246	9.594	1.079	3.118	5.325	12.712
Norvegia	832	1.627	202	362	1.034	1.989
Altri Paesi d'Europa	3.629	7.062	220	734	3.849	7.796
Totale	12.043	44.353	1.596	4.390	13.639	48.743
PAESI EXTRAEUROPEI						
Stati Uniti d'America	10.764	20.889	1.150	2.241	11.914	23.130
Altri Paesi extraeuropei	19.653	28.807	1.665	2.937	21.318	31.744
Totale	30.417	49.696	2.815	5.178	33.232	54.874
TOTALE GENERALE	350.366	1.127.685	54.436	219.197	404.802	1.346.882

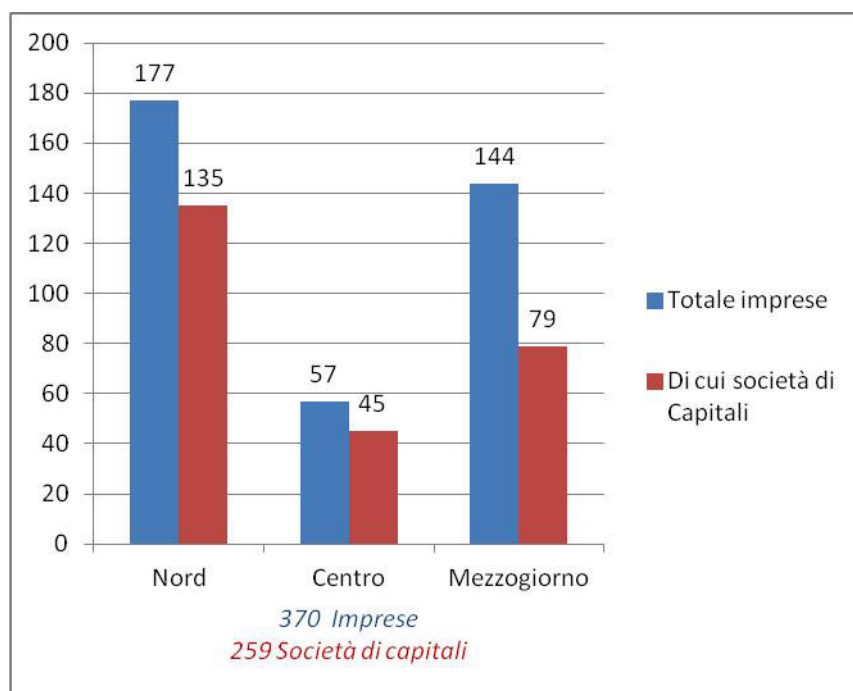
Per quanto riguarda la provincia di **Agrigento**, i turisti Italiani, rappresentano approssimativamente il 60,4% degli arrivi complessivi (con un numero complessivo di presenze pari a 934.314), mentre i turisti stranieri rappresentano il 39,6% (con 412.568

presenze complessive), tra i quali i **Francesi** con il 10,7% degli arrivi (presenze 154.988); seguono: **Tedeschi** con il 5,6% degli arrivi (presenze 52.845), **Spagnoli** con il 3,4% di arrivi (presenze 20.767), **Statunitensi** con il 2,9% di arrivi (presenze 23.130), **Ingles** con il 2,4% degli arrivi (presenze 31.069), **Olandesi** con l'1,4% di arrivi (presenze 11.776), **Svizzeri** con l'1,3% di arrivi (presenze 12.712), **Belgi** con l'1,1% di arrivi (presenze 11.778), **Russi** con lo 0,8% degli arrivi (presenze 26.246), **Austriaci** con lo 0,7% di arrivi (presenze 5.566), **Danesi** con lo 0,4% di arrivi (presenze 2.977), **Svedesi** con lo 0,3% di arrivi (presenze 2.328) e **Polacchi** con lo 0,2% di arrivi (presenze 2.138).

3.4. Analisi comparativa degli assetti imprenditoriali del Termalismo Siciliano e Nazionale

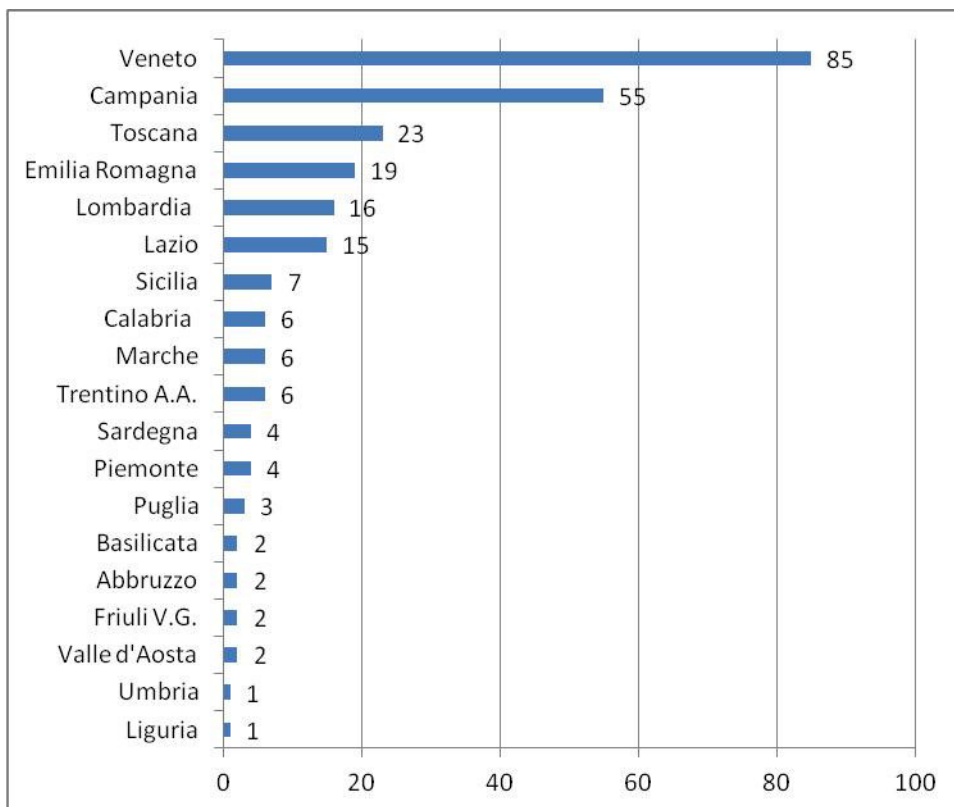
Grafici e tabelle seguenti illustrano in modo chiaro le caratteristiche che il termalismo siciliano e nazionale ha assunto in ambito imprenditoriale.

Grafico 31. Numero delle imprese termali per aree geografiche al 31/12/2010



Fonte: Federterme e Unioncamere

Grafico 32. Imprese termali organizzate come Soc. di Capitali al 31/12/2010



Fonte: Federterme e Unioncamere

Tabella 51

ALBERGHI NELLE LOCALITÀ TERMALI E AZIENDE CON STABILIMENTI TERMALI (ANNO 2010)						
CIRCOSCRIZIONI TERRITORIALI	ALBERGHI IN LOCALITÀ TERMALI			AZIENDE CON STABILIMENTI TERMALI		
	TOTALE	POSTI LETTO	POSTI LETTO PER ALBERGO	TOTALE	POSTI LETTO	POSTI LETTO PER ALBERGO
NORD	757	51.092	67,5	177	13.823	78,1
NORD-OVEST	158	9.032	57,2	30	2.926	97,5
NORD-EST	599	42.060	70,2	147	10.897	74,1
CENTRO	612	43.901	71,7	57	3.699	64,9
MEZZOGIORNO	165	15.350	93,0	144	10.345	71,8

ITALIA	1.534	110.343	72,0	378	27.867	73,7
--------	-------	---------	------	-----	--------	------

Fonte: Federterme e Unioncamere

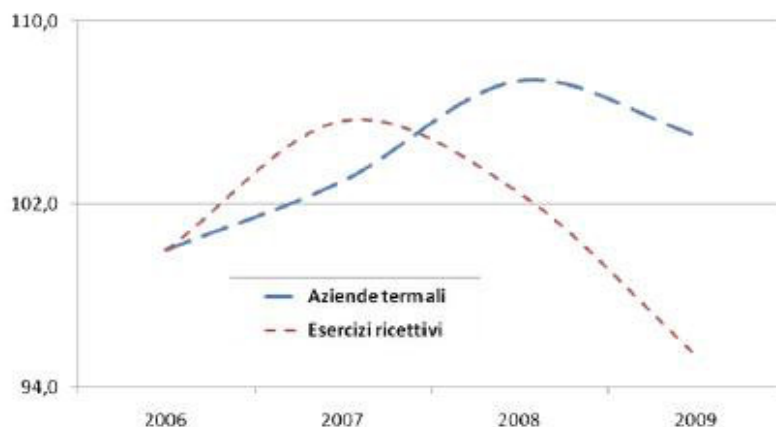
Tabella 52. Bilancio consolidato del settore termale (anni 2008/2009)

Voci di bilancio	Migliaia di euro		Variazioni %	
	2008	2009	2008/ 2007	2009/ 2008
Dati economici				
A) Valore della produzione	823.794	829.561	4,2	0,7
Ricavi totali	774.162	787.964	3,0	1,8
- Cure termali	419.269	427.235	2,5	1,9
- Prestazioni per il benessere	79.021	80.443	5,1	1,8
- Servizi ricettivi e altre attività	275.872	280.286	3,7	1,6
B) Costi della produzione	802.119	812.065	4,9	1,2
Beni e servizi	357.891	365.407	5,8	2,1
Spese per il personale	305.191	303.055	4,4	-0,7
Altri costi di produzione	139.037	143.604	2,2	3,3
Risultato operativo	21.675	17.495	-16,4	-19,3
Valore aggiunto	424.161	418.647	3,3	-1,3
Investimenti	97.024	94.792	7,4	-2,3
Dati patrimoniali				
Totale immobilizzazioni	1.456.170	1.454.018	7,6	-0,1
Immobilizzazioni materiali	1.355.177	1.344.471	7,5	-0,8
Altre immobilizzazioni	100.993	109.547	8,5	8,5

Fonte: Federterme e Unioncamere

Grafico 33

**L'andamento del valore aggiunto a prezzi correnti nel periodo 2006-2009
 (n.i. 2006=100)**



Fonte: Federterme e ISTAT

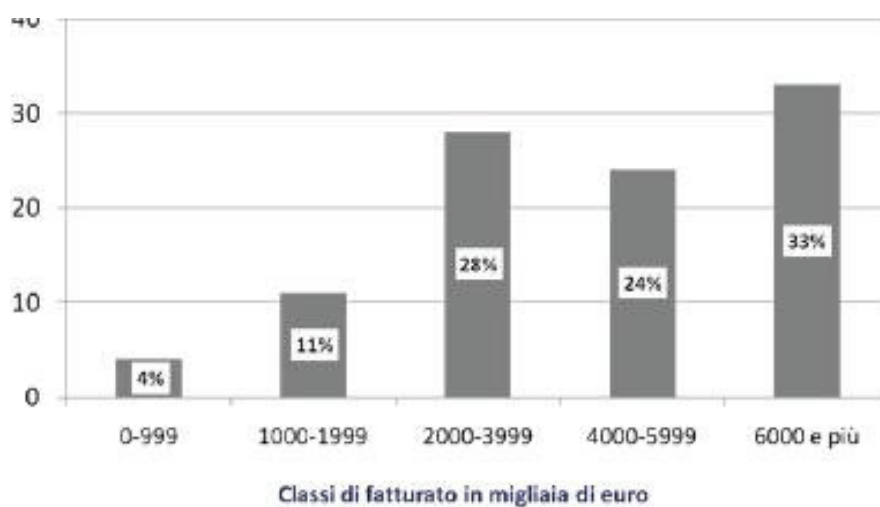
Tabella 53

Regioni	Ricavi		Valore aggiunto	
	Totale	Per azienda	Totale	Per azienda
	Piemonte	5.947	1.486	3.177
Valle d'Aosta	7.164	7.164	3.443	3.443
Lombardia	56.398	3.525	29.051	1.816
Liguria	2.313	2.313	1.891	1.891
Trentino-Alto Adige	7.994	1.332	1.428	238
Veneto	273.251	3.214	147.512	1.735
Friuli-Venezia Giulia	1.340	670	174	87
Emilia-Romagna	115.204	6.063	58.843	3.097
Toscana	87.363	3.799	45.688	1.986
Umbria	4.184	4.184	2.093	2.093
Marche	6.749	1.125	3.146	524
Lazio	30.724	2.048	14.154	943
Abruzzo	10.826	5.414	6.093	3.047
Campania	125.868	2.288	74.255	1.350
Puglia	13.316	4.439	8.711	2.904
Basilicata	1.518	759	652	327
Calabria	11.559	1.927	7.435	1.239
Sicilia	15.910	2.273	5.879	840
Sardegna	10.334	2.584	5.021	1.255
NORD	469.611	3.531	245.519	1.846
CENTRO	129.021	2.867	65.081	1.446
MEZZOGIORNO	189.332	2.397	108.047	1.368
ITALIA	787.964	3.066	418.647	1.629

Fonte: Federterme

Ripartizione dei ricavi totali per classi di fatturato delle imprese (Anno 2009)

Grafico 34.



Fonte: Federterme

Tabella 54. Rimborsi del SSN per le cure termali: determinazione dei tetti di spesa per il 2009 (migliaia di euro)

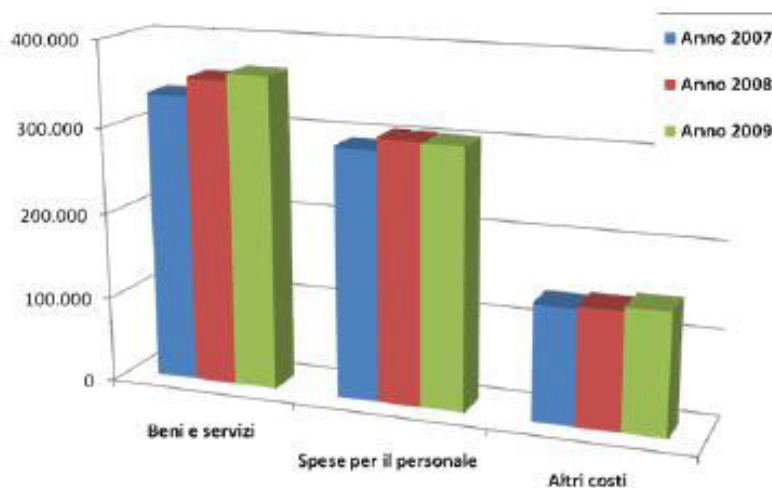
REGIONI	Rimborsi del SSN (Media annua 2006-2008)	Riparto risorse DL 248/2007 in proporzione alla spesa	Somme a carico delle Regioni	Tetti di spesa
	a	b	c	a+b+c
Piemonte	3.210	81	353	3.598
Valle d'Aosta	66	2	4	71
Lombardia	9.494	243	706	10.400
Trentino-Alto Adige	2.361	34	39	2.430
Veneto	17.272	401	372	18.000
Friuli-Venezia Giulia	362	3	44	606
Liguria	3	4	0	9
Emilia-Romagna	30.023	721	369	31.060
Toscana	8.467	209	341	8.943
Umbria	878	20	71	962
Marche	3.439	79	121	3.647
Lazio	8.104	196	0	8.300
Abruzzo	3.040	70	0	3.110
Molise	1	2	0	3
Campania	21.261	484	0	22.100
Puglia	8.391	188	302	9.041
Basilicata	1.007	23	46	1.073
Calabria	4.798	112	147	5.039
Sicilia	3.910	79	0	3.989
Sardegna	1.148	24	33	1.202
NORD	62.995	1.513	1.886	66.195
CENTRO	20.908	504	533	21.854
MEZZOGIORNO	43.756	982	527	45.557
ITALIA	127.659	3.000	2.947	133.606

Tabella 55. Pagamenti effettuati dalle aziende sanitarie per le cure termali (Anni 2008-2009)

Piemonte	1.485	3.933	164,9
Valle D'Aosta	137	13	-90,6
Lombardia	9.715	9.626	-0,9
Trentino-Alto Adige	1.813	1.425	-21,4
Veneto	22.281	16.232	-27,1
Friuli-Venezia Giulia	841	666	-20,8
Liguria	--	--	--
Emilia Romagna	28.514	28.305	-0,7
Toscana	10.480	6.589	-37,1
Umbria	1.530	1.208	-21,1
Marche	1.880	645	-65,7
Lazio	1.489	2.014	35,2
Abruzzo	2.968	2.577	-13,2
Molise	--	--	--
Campania	14.967	17.319	15,7
Puglia	7.769	7.288	-6,2
Basilicata	901	1.238	37,5
Calabria	4.505	5.472	21,5
Sicilia	4.180	3.353	-19,8
Sardegna	1.441	1.416	-1,7
NORD	64.786	60.200	-7,1
CENTRO	15.380	10.457	-32,0
MEZZOGIORNO	36.731	38.664	5,3
ITALIA	116.897	109.320	-6,5

Fonte:
 Elaborazione
 Federterme
 su dati RGS
 (Slope)

Grafico 35.
 Ripartizione
 dei ricavi
 totali per
 classi di
 fatturato
 delle imprese
 (Anno 2009)



Fonte: Federterme

Tabella 56: Indicatori Economici reddituali del Settore termale (Anni 2008-2009)

Indicatori	Dati assoluti		Variazioni %	
	2008	2009	2008/ 2007	2009/ 2008
Numero dei lavoratori dipendenti	12.140	11.994	1,2	-1,2
- A tempo indeterminato	5.281	5.266	1,4	-0,3
- A tempo determinato	6.859	6.729	1,0	-1,9
Ricavi medi per azienda (Mgl €)	2.989	3.042	3,0	1,8
Ricavi cure termali in % del totale	54,2	54,2	-0,5	0,1
Costo del lavoro per dipendente (Mgl €)	25,1	25,3	3,0	0,5
Costo del lavoro in % del valore aggiunto	72,0	72,4	1,1	0,6
Stock di capitale fisso per azienda (Mgl €)	5.622	5.614	7,4	-0,1
Stock di capitale fisso per dipendente (Mgl €)	120	121	2,8	1,1
ROS (Redditività delle vendite %)	2,8	2,2	-18,9	-20,7
ROI (Redditività del capitale fisso %)	1,5	1,3	-22,8	-14,3

Fonte: Federterme

Tabella 57. La performance del Settore termale nel biennio 2008 – 2009
 (Variazioni percentuali a Prezzi correnti)

Voci	Settore termale		Esercizi ricettivi		Ristorazione		Totale economia	
	2008	2009	2008	2009	2008	2009	2008	2009
Lavoratori dipendenti	1,2	-1,2	0,2	-3,1	2,7	-0,4	0,9	-1,3
Valore aggiunto	3,3	-1,3	-3,0	-6,9	6,2	3,2	1,9	-2,9
Costo del lavoro	4,4	-0,7	2,1	-1,5	5,2	3,1	3,7	-0,6

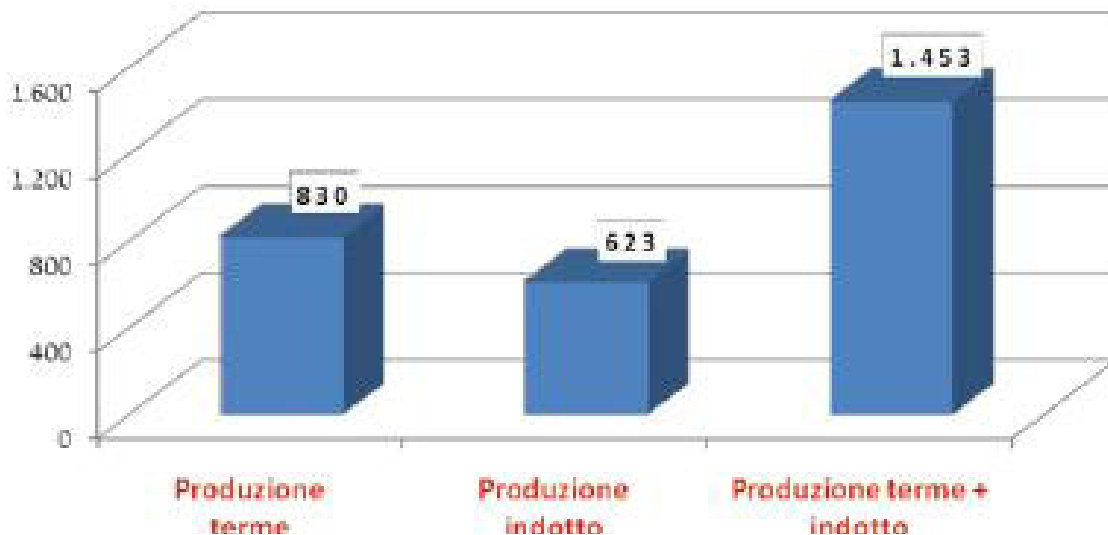
Fonte: Federterme e Istat

Tabella 58. Immobilizzazioni materiali e immateriali nel settore termale
 (Consistenze di fine periodo in migliaia di euro)

Voci	31/12/2008	31/12/2009	Var.%
Immobilizzazioni materiali	1.355.177	1.344.471	-0,8
Terreni e fabbricati	718.838	718.024	-0,1
Impianti	151.585	151.282	-0,2
Attrezzature industriali	23.687	22.858	-3,5
Altri beni materiali	461.067	452.307	-1,9
Immobilizzazioni immateriali	57.165	58.823	2,9
Costi di ricerca e pubblicità	4.737	4.866	2,7
Concessioni e licenze	2.451	2.561	4,5
Costi di impianto e ampliamento	1.030	1.050	1,9
Altri beni immateriali	48.947	50.346	2,9
Totale	1.412.342	1.403.294	-0,6

Fonte: Federterme

Grafico 36. Il "Moltiplicatore" del settore Termale (dati in milioni di euro)



La produzione delle terme più quella dell'indotto equivale a quasi il 5% della produzione realizzata complessivamente dai 34 mila alberghieri e 97 mila esercizi complementari presenti in Italia.

4. IL DISTRETTO PRODUTTIVO DEL BENESSERE TERMALE

4.1. Denominazione del distretto

“La salute è uno stato completo di benessere fisico, psicologico e sociale e non solo l’assenza di malattia” sono queste le parole dell’Organizzazione Mondiale della Sanità

(OMS) che, fin dalla sua fondazione, avvenuta nell'aprile del 1948, ha inteso la salute nella sua accezione più ampia e completa e non come semplice assenza di infermità.

In tale prospettiva, il distretto produttivo sul termalismo in Sicilia non può che assumere la denominazione di "Distretto Produttivo del Benessere Termale".

4.2. Localizzazione del distretto

Il Distretto Produttivo "Distretto Produttivo del Benessere Termale", si trova nel territorio della Regione Sicilia e coinvolge soggetti pubblico-privati appartenenti a cinque delle nove provincie regionali, nello specifico si tratta di Agrigento, Catania, Messina, Palermo e Trapani, nelle cui aree si localizzano le sorgenti termali siciliane⁷.

4.3. Sede del distretto

È stata identificata quale sede del "Distretto Produttivo del Benessere Termale" il Palazzo Municipale del comune di Alì Terme sito in via Francesco Crispi, 289 – 98021 Alì Terme.

4.4. Rappresentante del Patto Distrettuale

In ottemperanza a quanto previsto nell'art. 7 del D.A. n.152 dell'1 dicembre 2005, i soggetti partecipanti alla sottoscrizione del presente Patto di Sviluppo del Distretto Produttivo "**Distretto del Benessere Termale**"; di comune accordo, hanno designato quale Rappresentante del Patto di Sviluppo, la professoressa Margherita Ferro, nata il 20.11.1964 ad Aci Catena e residente ad Aci Catena in via Nizzeti, 98

Al Rappresentante competerà di:

- formulare la richiesta di riconoscimento del distretto;
- rappresentare il distretto produttivo nella consulta di cui all'art. 8 del predetto decreto;
- monitorare le diverse fasi di realizzazione del patto di sviluppo industriale.

4.5. Soggetti aderenti al Patto Distrettuale

Si riportano di seguito i soggetti sottoscrittori del Patto di Sviluppo del "**Distretto Produttivo del Benessere Termale**".

⁷ Per approfondimenti si veda paragrafo dedicato

La parte pubblica è costituita dagli EE.LL. in cui sono ubicate le sorgenti termali e dagli altri soggetti Pubblici (Università Centri di ricerca ecc..) che hanno presentato manifestazione d'interesse all'Assessorato Regionale alle Attività Produttive, Servizio 2 - Distretti Produttivi.

Sono, dunque firmatari:

Tabella 59. Soggetti Pubblici firmatari del Patto di Sviluppo Distrettuale

ENTE PUBBLICO	RAPPRESENTANTE LEGALE
Città di Acireale	Antonino Garozzo
Comune di Aci Catena	Pietro Di Miceli
Comune di Ali Terme	Lorenzo Grasso
Comune di Castellammare del Golfo	Marzio Bresciani
Comune di Geraci Siculo	Bartolo Vienna
Comune di Montevago	Calogero Impastato
Comune di Pantelleria	Alberto Di Marzo
Comune di Sciacca	Vito Calogero Bono
Comune di Sclafani Bagni	Giuseppe Leone
Comune di Termini Imerese	Salvatore Burrafato
Consorzio Val d'Agrò	Antonia Puzzolo

Per quanto concerne la parte privata, si è scelto di inserire all'interno del Distretto Produttivo "**Distretto Produttivo del Benessere Termale**", le PMI aventi sede legale nel territorio della Regione e aventi oggetto e attività sociale attinente e compatibile con il "**Distretto Produttivo del Benessere Termale**", in coerenza con i seguenti codici di attività ISTAT - Ateco (attribuito dalla CCIAA):

Tabella 60. Codici ATECO

CODICE	BREVE DESCRIZIONE
55.10.00	Alberghi
55.20.51	Affittacamere per brevi soggiorni, case ed appartamenti per vacanze, bed and breakfast, residence, alloggio connesso alle aziende agricole
79.11.00	Attività delle agenzie di viaggio
79.12.00	Attività dei tour operator
70.21.00	Relazioni pubbliche / consulenza

96.04.20	Stabilimenti termali
96.04.10	Servizi di centri per il benessere fisico (esclusi gli stabilimenti termali)
20.42.00	Fabbricazione di prodotti per toletta: profumi, cosmetici, saponi e simili
21.10.00	Fabbricazione di prodotti farmaceutici di base
93.29.20	Gestione di stabilimenti balneari: marittimi, lacuali e fluviali
82.99.99	Altri servizi di sostegno alle imprese nca
70.22.09	Altre attività di consulenza imprenditoriale e altra consulenza amministrativo-gestionale e pianificazione aziendale
46.46.30	Commercio all'ingrosso di articoli medicali ed ortopedici - incluso il commercio all'ingrosso di strumenti e apparecchi per uso medico e ospedaliero
28.99.20	Fabbricazione di robot industriali per usi molteplici (incluse parti e accessori)

L'elenco completo dei soggetti privati aderenti al Patto di Sviluppo del "**Distretto Produttivo del Benessere Termale**" è il seguente:

Tabella 61. Soggetti Privati firmatari del Patto di Sviluppo Distretto

4.6. **Realtà produttiva del Distretto del Benessere Termale**

La Sicilia è ricca di sorgenti termali. Tuttavia, questa risorsa è rimasta per lungo tempo sottovalutata e inutilizzata. In passato il termalismo veniva inteso soltanto sotto l'aspetto tradizionale di cura, oggi, invece, ha modificato il suo indirizzo: dal campo medico e del massaggio terapeutico si è passati al benessere completo. Ecco perché, oggi più che mai, ha senso parlare di un vero e proprio comparto produttivo del "Benessere Termale" e scommettere su di esso.

Il termalismo, soprattutto negli ultimi anni, ha assunto coloriture nuove e si è andata allargando la tradizionale immagine della stazione termale: da un luogo di cure per pazienti ad un vero e proprio albergo per la salute, per la prevenzione, l'esaltazione del fisico, il suo mantenimento in forma e per la sua bellezza. Per non parlare del fatto che, sempre più spesso, si ricorre alle cure termali in età infantile (elemento su cui il "**Distretto Produttivo del Benessere Termale**" vuole puntare, quale mercato di sviluppo).

Quanto detto finora potrebbe far pensare che il futuro sviluppo del termalismo risieda esclusivamente nel turismo; in realtà, quello turistico è solo uno degli *Asset* intorno a cui può svilupparsi il termalismo in Sicilia. Gli altri due sono: sanità e commercializzazione del prodotto termale.

Nel fare ciò, si intende rifarsi ad alcune *best practices* nazionali ed internazionali con l'obiettivo di rilanciare in Sicilia un settore, quale è quello termale, potenzialmente molto produttivo, ma troppo a lungo svalutato.

Da qui nasce la ragione di un "Distretto Produttivo del Benessere Termale" che sappia mettere a sistema le notevoli risorse naturali, ma anche umane di questo comparto riuscendo a costruire un unico marchio di qualità che si declini appunto in:

1. turismo,
2. sanità e
3. produzione/ commercio/ ricerca prodotti termali (cosmetici, sanitari, apparecchiature elettromedicali / dispositivi medici)

comunicando e garantendo alta qualità di prodotto e servizio.

Tuttavia, raggiungere alti livelli di qualità non è cosa facile, richiede non pochi interventi che, come vedremo in seguito, sono la base intorno a cui si costruisce il Patto di Sviluppo della "**Distretto Produttivo del Benessere Termale**" (si veda, in proposito, paragrafo dedicato). Ciò cui aspira il "**Distretto Produttivo del Benessere Termale**" è una razionalizzazione delle risorse presenti sul territorio regionale in modo tale che ogni componente mantenga e valorizzi la propria identità territoriale e

che le une insieme alle altre cooperino in sinergia per lanciare in ambito nazionale e internazionale il prodotto “Benessere Termale” della Sicilia. Il ruolo del Distretto sarà quello di “guidare”, “orientare” tutte le componenti del comparto termale verso interventi che siano strategicamente rilevanti per la valorizzazione delle risorse termali; in un procedimento che procede dal “basso”, cioè dalle concrete esigenze, criticità e potenzialità del territorio.

È notorio che la Sicilia goda di un ricco patrimonio naturale, storico, artistico-culturale ed enogastronomico! Tuttavia, il turismo stenta a decollare e seppure il mercato siciliano, soprattutto negli ultimi anni, sta cercando di divenire competitivo sul mercato nazionale ed internazionale, ancora molto può e deve essere fatto per dare adeguato valore alle grosse potenzialità dell'intero territorio regionale.

Come osserva il Dipartimento Turismo della Regione Sicilia all'interno del Programma Triennale di Sviluppo Turistico 2007-2009, *“il prodotto turismo che la Sicilia può offrire risulta sempre più articolato, giacché il territorio presenta una molteplicità di prodotti turistici che innovano le formule del turismo tradizionale”*. In ambito internazionale, la notorietà della Sicilia è ancora strettamente legata alla ricchezza del patrimonio artistico e monumentale. Del resto, il Rapporto sul Turismo in Sicilia (2003) metteva in evidenza che l'Isola è identificata per il 50% per il suo valore storico-artistico e solo per il 31% per le sue coste, il che è esattamente contrario al tipo di turismo prevalente offerto e praticato in Sicilia, cioè quello balneare. Ciò che, probabilmente, ancora non si coglie è che l'isola, oltre al patrimonio storico-artistico e a quello balneare, gode di un ampio patrimonio naturalistico-termale, che non mette in discussione il turismo balneare e il ruolo che esso ha assunto nel corso dei decenni, ma piuttosto costituisce un valore aggiunto; non solo perché si può operare un'integrazione tra quello balneare e artistico-culturale e quello naturalistico-termale, ma anche perché si può riposizionare e differenziare l'offerta turistica della Sicilia, proponendo l'isola come meta per altre tipologie di turismo (congressuale, ambientale, eno-gastronomico e termale, appunto) e quindi per altri *target* di turisti.

Una piena valorizzazione del patrimonio esistente, attraverso mirate azioni di marketing permetterebbe di realizzare la tanto auspicata destagionalizzazione dei flussi turistici. In effetti quello vissuto dalla Sicilia è il cosiddetto paradosso della stagionalità che oltre ad essere legato alla presenza di grandi ricchezze, è legato anche alla questione del clima che risulta essere mite quasi per 9 mesi l'anno. Va, inoltre, sottolineato che il termalismo (che più interessa in questa sede), la cui fruizione non è influenzata dalle condizioni meteorologiche, può essere oggetto di un'offerta turistica appetibile in qualsiasi periodo dell'anno.

Secondo l'analisi condotta in seno all'Osservatorio Turistico della Regione Sicilia, sebbene l'attività turistica rappresenti il più consistente settore industriale della

regione che trae la propria forza dal grande patrimonio naturale, artistico e paesaggistico, i flussi turistici in Sicilia sono ancora inadeguati: molto ancora bisogna fare per utilizzare al meglio le risorse. In termini di marketing, esiste una Marca Sicilia, costituita da un mix di elementi nella memoria del mercato del turismo che determina appetibilità dell'isola, conferendo valore ai prodotti e ai servizi turistici offerti. Si tratta di un mix di notorietà, esperienza, giudizio e passaparola; la sicilianità emerge con tutta la sua forza come elemento distintivo positivo in opposizione a realtà spesso piatte e prive di cultura, immagini, valori e usanze.

Nel complesso il **“Distretto Produttivo del Benessere Termale”** conta 68 soggetti di cui:

- 11 Pubblici (10 Comuni e 1 Consorzio Turistico);
- 57 Privati.

Il fatturato globale del comparto è approssimativamente pari 300.000.000,00 di euro.

I volumi di import/ export sono, in media, piuttosto bassi.

Il grado di occupazione è dato da 1530 addetti in 57 imprese; dato che, si ritiene, possa aumentare in concomitanza con la realizzazione degli interventi di sviluppo per il comparto presenti nel presente lavoro.

Allo stato attuale, il comparto termale in Sicilia è di certo sottostimato e non pienamente valorizzato. Tuttavia, si è convinti che, con una programmazione e gestione adeguata degli interventi di sviluppo, il territorio regionale possa avere tutte le carte in regola per fare del termalismo una delle più importanti e redditizie attività dell'economia siciliana. Questo è l'obiettivo che si pone il costituendo **“Distretto Produttivo del Benessere Termale”**.

5. IL PIANO STRATEGICO PER IL SETTORE TERMALE SICILIANO

5.1. Analisi S.W.O.T.

Il turismo rappresenta una voce importante per l'economia regionale (PIL), in questi ultimi anni, come visto nelle precedenti analisi, si rileva una significativa flessione (in termini sia di arrivi che di presenze) che amplia il divario esistente con le regioni *leader* del turismo termale nazionale (Veneto, Toscana ed Emilia Romagna); tutto ciò, nonostante, il turismo siciliano affondi le proprie radici in un insieme di *asset*: terme, cultura, storia, tradizione, natura, paesaggio ed enogastronomia che distingue la Sicilia dalle altre principali destinazioni turistiche internazionali. Tale peculiare elemento di esclusività regionale va considerato lo strumento principe con il quale attivare e promuovere una competizione sostenibile e di successo.

In generale, possiamo dire che il costante decremento delle quote di mercato, che ha caratterizzato il settore turistico e termale siciliano, in questi ultimi anni, va ricondotto a due fattori prevalenti:

- fattore *endogeno*, inadeguatezza dell'offerta dovuta a carenze in termini di qualità del prodotto, disorganici interventi di riorganizzazione aziendale, carenze in termini di regolamentazione del settore, limitati o inefficienti investimenti infrastrutturali, divergenze a livello territoriale;
- fattore *esogeno*, crescita della competizione a livello europeo, correlata ad una tendenza strutturale di spostamento dei flussi turistici, verso nuove destinazioni, orientati da una sostanziale differenziazione della domanda, dipendente dalla continua evoluzione degli stili di vita.

Come per qualunque settore produttivo, gli obiettivi di sviluppo del termalismo possono essere raggiunti solo sulla base di un piano strutturato e strutturale, che consenta alla Sicilia di conquistare una posizione *leader*, nello scenario europeo, in termini di capacità di attrazione turistico-termale. A tal fine, in termini di valutazione del contesto regionale, risulta utile condurre l'analisi mediante un procedimento *multi-level*, partendo, quindi, da un cosiddetto *basic-level* (livello base o primario), per poi procedere per successivi gradi di approfondimento, cercando così d'individuare compiutamente elementi di *forza*, *debolezza*, *opportunità* e *minacce*.

Analisi degli elementi di "forza" e di "debolezza" del settore termale siciliano

Le tabelle seguenti riportano gli elementi di forza e di debolezza del settore termale siciliano in riferimento al contesto territoriale e a quello aziendale.

Tabella 62. ELEMENTI DI FORZA (STRENGTHS)

CONTESTO TERRITORIALE		
Cod.	Status	Impatto
ST1	Elevato livello quantitativo, qualitativo e terapeutico del patrimonio idro-termominerale regionale;	a) capacità di elevare il livello competitivo d'immagine del prodotto, in funzione della componente, <i>acqua</i> , a caratterizzazione regionale esclusiva; b) capacità di elevare il livello competitivo d'immagine del prodotto, in funzione della componente, <i>qualità</i> , che può essere scientificamente certificabile;
ST2	Elevato numero di sorgenti termali ricadenti in territori marini e/ o costieri;	a) capacità di elevare il livello competitivo dell'immagine del prodotto in funzione della componente, <i>acqua marina (talassoterapia)</i> , che può essere certificabile, in termini di qualità ambientale; b) capacità di elevare il livello competitivo del prodotto termale, in funzione della naturale possibilità di integrare l'offerta <i>termale</i> a quella <i>balneare</i> ;
ST3	Elevato livello quantitativo, diffuso, del patrimonio regionale: archeologico, storico, culturale naturalistico, paesaggistico, ambientale, enogastronomico e della tradizione;	a) capacità di elevare il livello competitivo dell'offerta termale, in funzione della variegata possibilità di integrare il prodotto <i>Terme</i> con altrettanti prodotti turistici, considerabili di nicchia;
ST4	Condizioni geo-climatiche favorevoli anche nei mesi invernali;	a) capacità di elevare il livello competitivo dell'offerta turistico termale, in funzione di una più ampia stagionalità turistico-ricettiva; b) naturale capacità di favorire processi di <i>destagionalizzazione</i> dei flussi turistici
ST5	Elevato livello quantitativo e qualitativo di produzione e trasformazione, regionale certificata, di: oli essenziali ed essenze agrumarie, arboree e floreali (utilizzabili quali componenti dei c.d. "trattamenti aggiuntivi", riferibili alla domanda di benessere <i>olistico</i>);	a) capacità di elevare il livello competitivo dell'offerta benessere (di tipo olistico), in funzione di componenti naturali aggiuntivi (oli, essenze, estratti, ecc..) a certificabile caratterizzazione regionale esclusiva;
CONTESTO AZIENDALE		
Cod.	Status	Impatto
SA1	Costituzione di un "Distretto Produttivo del Benessere Termale";	a) elaborazione di un piano strategico di sviluppo integrato del sistema turistico-termale siciliano;
SA2	Diffusa caratterizzazione privatistico-gestionale delle aziende termali aderenti al Distretto, quasi il 100% (considerato l'avvio delle procedure di privatizzazione delle uniche 2 partecipate dalla Regione: Sciacca e Acireale);	a) elevato livello di attenzione e interesse personale al perseguimento degli obiettivi progettuali; b) elevato livello di conoscenza diretta delle problematiche operativo-gestionali degli impianti e dei bisogni aziendali;

SA3	Elevato livello di <i>know-how</i> acquisito in termini di programmazione negoziata e progettazione integrata, a livello Comunale, Comprensoriale e Provinciale, da parte dei soggetti aderenti al Distretto;	a) capacità di favorire ed elevare il livello di interazione sinergica tra soggetti pubblici e privati; b) capacità di limitare il livello di conflittualità tra i diversi portatori d'interessi (<i>stakeholders</i>) aderenti al Distretto, in favore di una celere definizione delle fasi programmatiche e attuative
------------	---	--

Tabella 63. Elementi di debolezza (WEAKNESSES)

CONTESTO TERRITORIALE		
Cod.	Status	Impatto
WT1	Inadeguatezza e sostanziale carenza normativa, in termini di <i>Governance</i> e di regolamentazione del settore;	a) impossibilità a definire validi criteri di salvaguardia ed ottimizzazione d'uso del patrimonio idro-termo-minerale; b) elevata carenza in termini di tutela dell'integrità, quanti-qualitativa, del patrimonio idro-termo-minerale; c) elevato rischio potenziale di decremento del livello competitivo d'immagine del prodotto, in forza della componente, qualità (per l'elevato livello di rischio: contaminazione); d) impossibilità di definire adeguati standard gestionali, inerenti lo sfruttamento del patrimonio idro-termo-minerale, atti a contrastare, sia gli abusi in termini di utilizzo delle acque, sia l'inerzia imprenditoriale, in termini di sfruttamento delle risorse, mantenuta in forza di uno stato di sostanziale monopolio d'uso della concessione;
WT2	Scarsa attenzione riservata al settore termale regionale, da parte dei <i>policy makers</i> ;	a) carenza di politiche mirate alla valorizzazione ed allo sviluppo del settore; b) assenza di supporto, in termini di aiuti e/ o agevolazioni, agli operatori del settore; c) decremento del potenziale livello di attrattività territoriale locale, correlato alla valorizzazione del patrimonio idro-termo-minerale, con inevitabili ripercussioni sui rimanenti comparti turistici regionali; d) limitazione della capacità politico gestionale, di incidere significativamente nei processi di destagionalizzazione delle attività turistico-ricettive regionali;
WT3	Scarsa attenzione dei <i>policy makers</i> locali verso gli aspetti inerenti l'immagine ecologico-ambientale, dei territori termali, in termini di espletamento ed erogazione dei servizi pubblici;	a) incremento del gap competitivo dell'offerta di benessere termale, riferibile alla componente immagine, conseguente all'assenza di una certificabile qualità ambientale del territorio;
WT4	Scarsa attenzione dei <i>policy makers</i> locali alle tematiche inerenti la qualità dell'ambiente urbano, in termini di: abbattimento delle barriere architettoniche, dotazione e manutenzione del verde pubblico e degli arredi, controllo	a) incremento del <i>gap</i> competitivo dell'offerta di benessere termale, riferibile alle componenti qualità e sicurezza, conseguenti ad una insoddisfacente vivibilità del territorio;

	dell'inquinamento acustico, regolamentazione del traffico veicolare, limitazione dell'incidenza di atti vandalici e/ o di episodi di diffusa illegalità, ecc.;	
WT5	Carente dotazione quanti-qualitativa di strutture afferenti al sistema di ospitalità: ristorazione, mobilità, attività sportivo-amatoriali, offerta ricreativa e culturale, ecc.;	a) incremento del gap competitivo dell'offerta di benessere termale, riferibile alla componente qualità, conseguente ad una insoddisfacente vivibilità del territorio;
WT6	Eccessiva marginalità geografica nel contesto Europeo, della regione Sicilia, rispetto alle regioni leader del settore termale italiano (Veneto, Toscana, Emilia Romagna)	a) incremento del gap competitivo dell'offerta turistico-termale, riferibile alla componente viaggio (facile accessibilità); b) incremento del gap competitivo dell'offerta turistico-termale, riferibile alla componente prezzo;
WT7	Insufficienza quanti-qualitativa della dotazione infrastrutturale complessiva: aeroportuale, portuale, stradale e ferroviaria;	a) incremento del gap competitivo dell'offerta turistico-termale, riferibile alla componente viaggio (facile accessibilità); b) incremento del gap competitivo dell'offerta turistico-termale, riferibile alla componente prezzo;
WT8	Alta concentrazione, estiva, dei flussi turistici quasi esclusivamente orientati dall'offerta del turismo balneare;	a) decremento del livello competitivo dell'offerta termale, in forza della possibilità di integrare il prodotto Terme con prodotti turistici diversi, non balneari, considerabili di nicchia che in atto non risultano sufficientemente valorizzati; b) scarsa capacità di occupazione delle strutture ricettivo-termali, nei periodi di bassa stagione; c) instabilità del mercato del lavoro; d) elevata ciclicità economica, in alcuni territori regionali, ove risulta prevalente il segmento balneare, a maggiore concentrazione stagionale;
CONTESTO AZIENDALE		
Cod.	Status	Impatto
WA1	Sperequazione del regime di tassazione regionale, del settore termale, rispetto ad altri territori nazionali;	con conseguente ulteriore incremento del gap competitivo, dell'offerta termale siciliana, riferibile alla componente prezzo;
WA2	Elevata carenza quanti-qualitativa della dotazione complessiva di strutture ricettivo-termali e di impianti, in termini di trattamenti afferibili al benessere termale;	a) incremento del gap competitivo dell'offerta ricettivo-termale e complementare, riferibile alla componente qualità e diversificazione del prodotto;
WA3	Inadeguato livello di formazione del personale addetto al settore termale e del benessere termale;	a) incremento del gap competitivo d'immagine del prodotto, riferibile alla componente, qualità;
WA4	Scarsa attenzione degli imprenditori del settore termale alle tematiche inerenti la tutela ambientale in termini di espletamento e certificazione dei processi produttivi;	a) incremento del gap competitivo d'immagine del prodotto, riferibile alla componente, qualità;

WA5	Scarsa propensione degli imprenditori del settore termale alla qualificazione e/o riqualificazione formativa personale e degli operatori, in termini di innovazione dei processi gestionali e produttivi aziendali;	a) incremento del gap competitivo dell'offerta termale, riferibile: sia alla componente prezzo, a causa delle mancate economie di gestione, sia alle componenti qualità e innovazione del prodotto;
WA6	Scarsa propensione degli imprenditori del settore alla cooperazione intersettoriale, in termini di realizzazione, valorizzazione e promo-commercializzazione dell'offerta termale;	a) incremento del <i>gap</i> competitivo dell'offerta termale, riferibile sia alla componente prezzo, a causa delle mancate economie di scala, sia alla componente immagine, a causa della limitata capacità promozionale;
WA7	Scarsa propensione degli operatori, del settore termale, alla cooperazione con operatori di altri segmenti turistici;	a) incremento del gap competitivo dell'offerta termale, riferibile alla possibilità di integrazione del prodotto Terme con altrettanti prodotti turistici, considerabili di nicchia;

Analisi delle “opportunità” e delle “minacce” del settore termale siciliano

Seguono le tabelle relative alle minacce e alle opportunità riscontrate nel settore termale siciliano.

Tabella 64. Opportunità (OPPORTUNITIES)

Cod.	Elemento	Impatto
O1	Attuazione del piano strategico di sviluppo integrato del sistema turistico-termale siciliano, in forza della costituzione al “Distretto Produttivo del Benessere Termale”;	a) ottimizzazione del sistema turistico-termale siciliano in termini di prodotto, immagine e offerta termale e integrata; b) acquisizione di significative aliquote del mercato termale e del benessere
O2	Espansione del volume dei flussi turistici provenienti dai Paesi emergenti (Cina, India, Asia sud-Orientale, Brasile ecc.);	a) possibilità di acquisire ulteriori aliquote di mercato in forza dell'ampliamento del potenziale bacino di utenza, conseguente all'incremento del volume di domanda di servizi <i>turistici</i> ;
O3	Espansione del volume della domanda di servizi benessere dovuta alla maggiore richiesta di relax e cura della persona, formulata dalla potenziale utenza, in forza del processo di accelerazione dei ritmi “socio-esistenziali” dei Paesi occidentali;	a) possibilità di acquisire ulteriori aliquote di mercato in forza dell'ampliamento del potenziale bacino di utenza, conseguente all'incremento del volume di domanda di servizi <i>benessere</i> ;
O4	Espansione del volume della domanda di servizi termali dovuta alla “Direttiva dei diritti dei pazienti all'assistenza sanitaria transfrontaliera”, approvata dal Parlamento Europeo, il 19 gennaio 2011, con la quale viene favorita la libera circolazione dei pazienti termali europei (previo recepimento della stessa da parte dei Paesi membri);	a) possibilità di acquisire ulteriori aliquote di mercato in forza dell'ampliamento del potenziale bacino di utenza, conseguente all'incremento del volume di domanda di servizi <i>termali</i> , grazie alle favorevoli condizioni geo-climatiche siciliane;
O5	Completa attuazione della L.323/ 2000, inerente il riordino del sistema termale Italiano e la	a) limitazione del gap esistente, in termini di promo-commercializzazione, tra terapie termali e

	contestuale consacrazione medico-scientifica Istituzionale, a livello nazionale, dell'efficacia delle cure termali;	farmacologiche, con conseguente espansione del volume di domanda di servizi termali; b) incremento del livello competitivo d'immagine del prodotto, in forza di una componente, <i>qualità/ efficacia, certificata</i> ;
O6	Incremento quanti-qualitativo ed accelerazione attuativa degli interventi regionali in tema di trasporti e infrastrutture, in forza della consistente disposizione di fondi (Fondi Strutturali Europei) con conseguente limitazione del gap infrastrutturale stradale, portuale ferroviario ed aeroportuale;	a) incremento del potenziale livello di competitività dell'offerta turistico-termale, riferibile alla componente <i>viaggio/ facile accessibilità</i> ; b) incremento del potenziale livello di competitività dell'offerta turistico-termale, riferibile alla componente <i>prezzo</i> ;
O7	Incremento del livello di aiuti al turismo (Fondi Strutturali Europei) con inevitabili ricadute positive sul settore turistico-ricettivo in genere e quindi anche sul segmento ricettivo-termale;	a) possibilità di acquisire ulteriori risorse economico-finanziarie, in regime di aiuti, necessarie all'attuazione di interventi migliorativi, in termini quanti-qualitativi, delle strutture ricettivo-termali, con conseguente incremento del livello competitivo, riferibile alla componente <i>qualità</i> ;
O8	Incremento e sviluppo delle attività termali di filiera (produzione e vendita di prodotti, sanitari e dermocosmetici, termali: acque, argille, ecc...;	a) possibilità di espansione del volume dei ricavi detraibili dalle attività termali; b) incremento del potenziale livello competitivo dell'offerta di benessere termale, riferibile alla componente, immagine; c) espansione dei periodi di attività ed operatività aziendale; d) decremento dell'eccessiva ciclicità economica aziendale; e) decremento dell'eccessiva dipendenza dal S.S.N.

Tabella 65. Minacce (THREATS)

Cod.	Elemento	Impatto
TT1	Innalzamento dei parametri competitivi in forza dell'ingresso, sul mercato Europeo, dei nuovi Paesi membri (Est-Europei) , dotati di maggiori risorse economico finanziarie(Fondi Strutturali) e quindi di maggiori capacità d'investimento;	a) ulteriore incremento del gap competitivo dell'offerta turistico-termale, siciliana, riferibile alla componente <i>prezzo</i> ;
TT2	Decremento del potere d'acquisto delle famiglie, europee (italiane in particolare), in forza dell'attuale congiuntura economica che caratterizza l'andamento dei mercati occidentali; con conseguente potenziale riduzione della domanda di servizi afferenti al benessere termale;	a) Contrazione dei volumi afferenti alla domanda di servizi di benessere termale; b) ulteriore incremento del gap competitivo dell'offerta turistico-termale, siciliana, riferibile alla componente <i>prezzo</i> ;
TT3	Contrazione delle risorse finanziarie destinate al S.S.N., conseguente sia alla congiuntura economica in atto, sia all'attuazione delle politiche nazionali in termini di "federalismo fiscale";	a) Diminuzione dei ricavi riferibili alle entrate derivanti dal sistema di convenzionamento col S.S.N.;

TT4	Inasprimento del Sistema creditizio interbancario, dovuto all'avvento dell'attuale crisi economica, con conseguente contrazione delle possibilità di accesso al credito da parte delle PMI	b) Diminuzione della capacità d'investimento aziendale e conseguente incremento del gap competitivo del sistema termale siciliano riferibile alle componenti <i>qualità</i> e <i>innovazione</i> del prodotto;
-----	--	--

Quanto messo in luce dalla precedente analisi sarà impiegato nel successivo processo di programmazione degli interventi da porre in essere per consentire uno sviluppo adeguato del settore termale in Sicilia.

5.2. Mission

La *Mission* del “**Distretto Produttivo del Benessere Termale**” può riassumersi nel modo seguente:

**“COLTIVARE IL DESIDERIO DI BENESSERE TRA NATURA,
CULTURA E TRADIZIONE”**

In riferimento alla Sicilia e all'offerta termale di cui dispone, la *Mission* si traduce in interventi mirati che si sviluppino secondo i tre *Asset* fondamentali di:

1. turismo,
2. sanità e
3. produzione/ commercio/ ricerca prodotti termali (cosmetici, sanitari, apparecchiature elettromedicali / dispositivi medici).

Quadro delle azioni strategiche distrettuali

RAPPORTO QUALITÀ / PREZZO *L'incremento del livello di gradimento, alla potenza detraibile dal rapporto qualità/prezzo, rappresenta l'obiettivo prioritario del piano distrettuale*

Infrastrutture Territorio

Strutture Aziendali

Formazione Termale

di base

Filiera Termale

- Regolamentazione e Monitoraggio
- Regime di aiuti (economici/ fiscali)

Riorganizzazione dei segmenti "tradizionali"

Integrazione delle offerte terapeutico-termali "tradizionali" con offerte complementari per estendere la permanenza media dei *curandied* incrementare gli arrivi

Attivazione di nuovi segmenti

- Promozione di prodotti turistici-termali focalizzati su *target* specifici (con la finalità di acquisire e fidelizzare nuove fasce di clientela (*curisti*);
- Monitoraggio dei programmi regionali inerenti la realizzazione di grandi opere per individuare nuovi potenziali bacini di utenza e ad intercettare nuovi flussi turistici, l'integrazione dell'offerta terme/ eventi

Prodotti turistici e termali integrati

Consentono la realizzazione dei prodotti necessari allo sviluppo ed alla valorizzazione degli *asset* progettuali

Piano Strategico e Definizione Priorità Regione

- Analisi *marketing* Segmenti/ Paesi *target*
- Creazione di un *data base* informativo

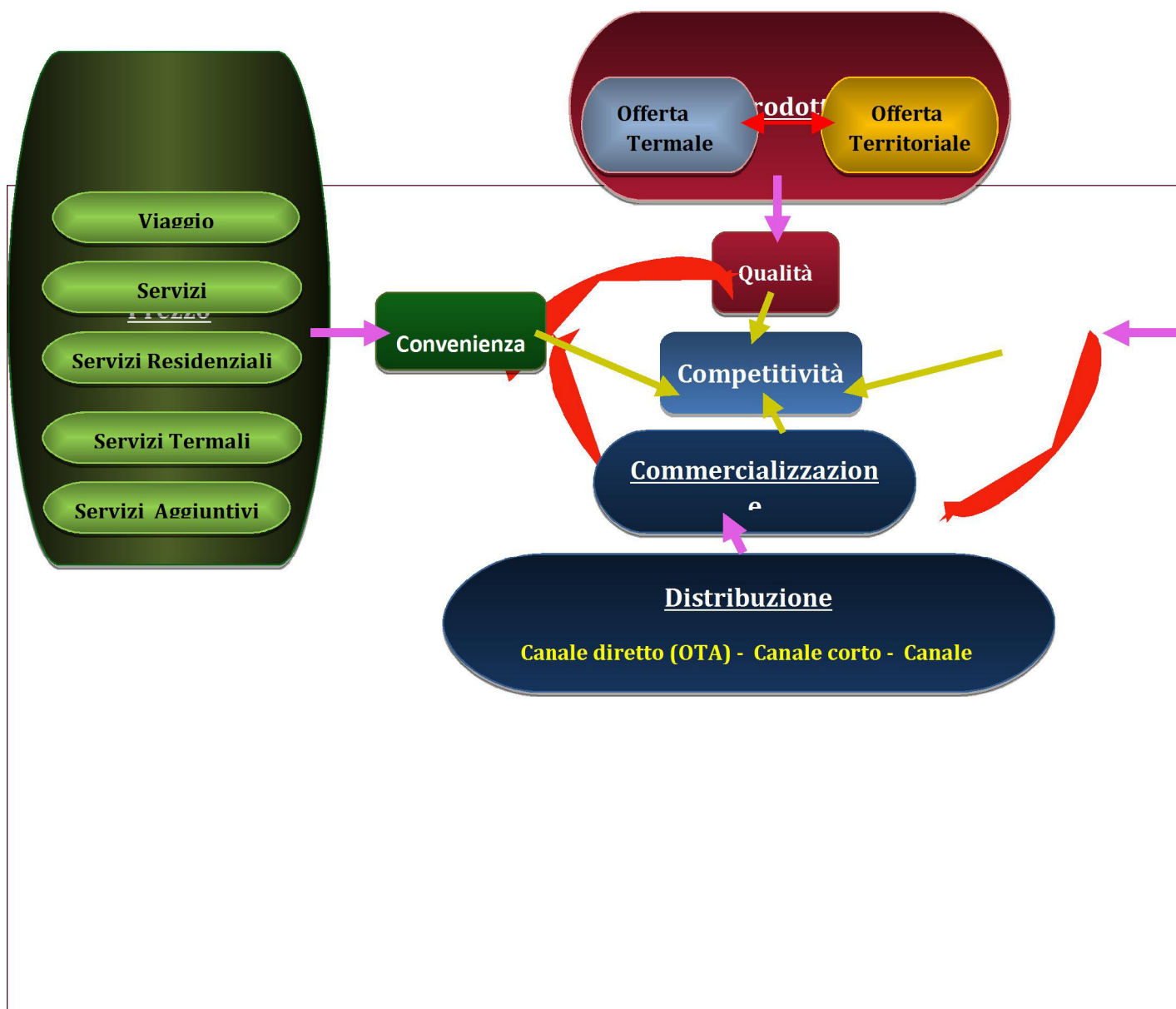
Governance

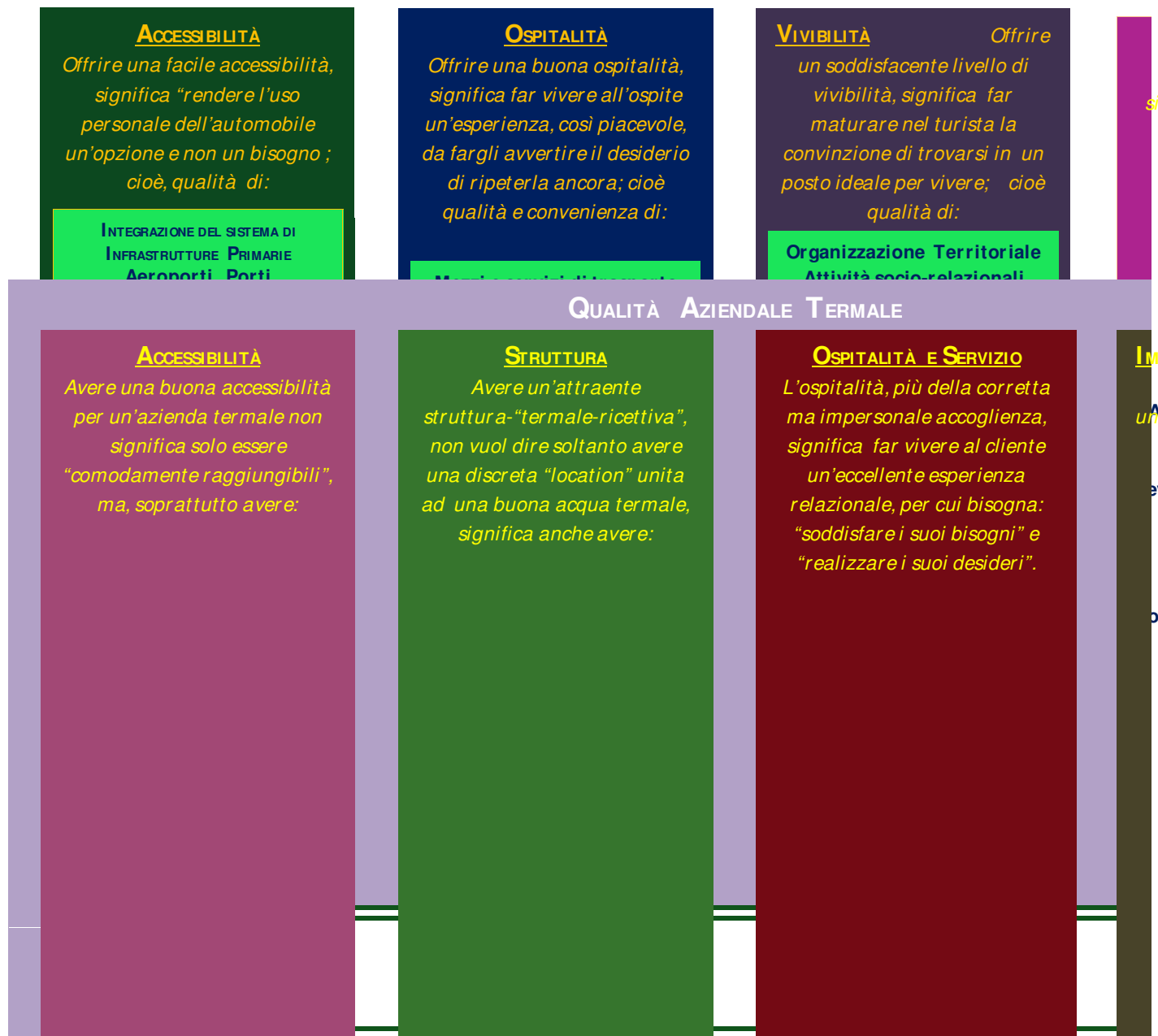
- Coinvolgimento *stakeholders*
- Promozione della Regione all'estero

Le opzioni del piano distrettuale

I criteri adottati per l'individuazione delle opzioni strategiche scaturiscono dalle *emergenze* emerse dall'analisi per individuare le azioni a maggiore impatto nel settore







INTEGRAZIONE DEL SISTEMA DI
ACCESSIBILITÀ, MOBILITÀ, PARKING:
**Autopullman
Autovetture**

INTEGRAZIONE DEL SISTEMA DI
ACCESSIBILITÀ E MOBILITÀ ESTERNA
PER CLIENTI: **Disabili
Anziani
Famiglie / Bambini piccoli**

ADEGUATO LIVELLO QUANTITATIVO E
QUALITATIVO DI:
**Finiture e arredi;
Spazi comuni coperti;
Spazi comuni esterni;
Aree verdi e attrezzate:
(Solarium, percorsi vita);
Palestre/ Impianti Sportivi;
Terapie e Impianti termali:
Fanghi, Cateterismi**

ECCellenza QUALITATIVA DI: **Front-
line Division
(Problem Solving);
Room Division
(Accommodation-room service);
Food & Beverage
(Ristorazione);
Thermal Division**

INTEGRAZIONE DEL SISTEMA DI
ACCESSIBILITÀ E MOBILITÀ INTERNA
PER CLIENTI: **Disabili
Anziani
Famiglie / Bambini piccoli**

La tutela dell' Immagine aziendale
Attivare
un Sistema
di Qualità
significa

Per essere in grado di mantenere e tutelare la propria immagine
devono poter gestire e controllare i propri procedimenti
...programmare il servizio in base alle esigenze del cliente!

...erogare un servizio conforme a quello concordato!

...acquisire beni e servizi adeguati ai propri standard qualitativi!

...gestire i propri processi produttivi rispettando i requisiti stabiliti!

...personale, sempre in ordine, qualificato e attento alle esigenze del cliente!

...effettuare puntuali controlli durante l'erogazione dei servizi!

...risolvere cordialmente malintesi, problemi e/ o errori rilevati!

...gestire in maniera soddisfacente eventuali disservizi!

...gestire i disservizi come condizione sufficiente ad attivare tempestivamente
migliore!

...responsabilizzare e coinvolgere il personale nell'innovazione dell'operatività

5.3. Programma d'azioni

Quanto detto finora, permette di identificare obiettivi, strategie ed interventi che il “Distretto Produttivo del Benessere Termale” intende porre in essere nel triennio successivo al suo riconoscimento presso l'Assessorato alle Attività Produttive – Servizio 2 - Distretti Produttivi.

Obiettivi e Strategie

Gli obiettivi che il “**Distretto Produttivo del Benessere Termale**” intende raggiungere sono i seguenti:

1. Rafforzare la competitività del comparto termale siciliano
2. Creare un Circuito Termale Regionale
3. Promuovere e commercializzare l'offerta termale siciliana in Italia e all'estero

1. Rafforzare la competitività del comparto termale siciliano

Le caratteristiche assunte oggi dalla domanda nazionale ed internazionale del prodotto termale impongono interventi finalizzati a migliorarne la competitività. A tal fine, risultano necessari interventi di natura strutturale ed infrastrutturale che coinvolgano in primo luogo le imprese facenti parte del comparto, in secondo luogo le aree territoriali in cui esse si localizzano.

2. Creare un Circuito Termale Regionale

Uno dei più grossi limiti allo sviluppo del comparto termale siciliano risiede nella mancanza di un “circuito”, una rete che unisca e metta in comunicazione tutte le aree termali della Sicilia.

La realtà termale siciliana risulta, infatti, frammentata: ad un elevato numero di sorgenti termali (ben 13) non corrisponde un altrettanto elevato sviluppo del comparto e soprattutto del “Circuito Termale”!

Bisogna adeguare la qualità delle realtà produttive facenti parte del comparto termale agli standard internazionali e costruire un Marchio d'area che permetta (tramite azioni di marketing mirate) di fare della Sicilia una destinazione termale di rilievo internazionale.

Un aiuto in questa direzione è fornito dalle nuove tecnologie che consentono di digitalizzare e mettere in rete tutte le informazioni utili.

3. Promuovere e commercializzare l'offerta termale siciliana in Italia e all'estero

All'adeguamento dell'offerta termale siciliana agli standard e alla domanda internazionali, deve corrispondere un'azione di promozione e commercializzazione adeguata che, nel caso della "**Distretto Produttivo del Benessere Termale**", deve tener presente dei 3 grandi Asset di sviluppo:

1. turismo,
2. sanità e
3. produzione/ commercio prodotti termali (cosmetici e sanitari)

In tal senso, è fondamentale attivare mirate azioni di marketing e internazionalizzazione.

Azioni/ Interventi

Nella programmazione degli interventi si è cercato di compiere scelte che fossero in linea con gli obiettivi individuati nella presente trattazione e con le esigenze manifestate dagli stabilimenti termali e dalle amministrazioni comunali⁸.

Osservatorio del Benessere Termale Siciliano

Secondo la logica progettuale sottesa al presente Patto di Sviluppo Distrettuale, l'Osservatorio del Benessere Termale deve rappresentare lo "scheletro" del distretto, vale a dire la struttura portante, che lo sostiene nel suo progresso di sviluppo. Non deve stupire, dunque, il ruolo prioritario che gli si affida. Al suo interno, un *team* di esperti si occuperà di supportare le attività d'implementazione, sviluppo e gestione del costituendo "**Distretto Produttivo del Benessere Termale**", attraverso:

Studio analisi e progettazione in materia di:

- Innovazione,
- Internazionalizzazione,
- Sviluppo sostenibile

⁸ I dati sono stati raccolti tramite questionari conoscitivi somministrati agli stabilimenti termali e agli EE.LL.

Assistenza tecnica di supporto e affiancamento ai soggetti aderenti al distretto

Monitoraggio e controllo

L'Osservatorio avrà il compito di monitorare gli aspetti socio-economici del comparto, approfondendo l'analisi e la conoscenza della filiera del benessere termale, proponendo iniziative per la tutela delle risorse naturali, per l'ammodernamento e l'internazionalizzazione delle aziende e dell'intero comparto, nonché la ristrutturazione del settore, la qualificazione dei prodotti termali siciliani, mediante la certificazione di filiera e la messa in atto di iniziative comuni di marketing e valutando e orientando i programmi e i progetti previsti o realizzati dal distretto, dagli enti pubblici e dagli operatori del settore.

La creazione dell'**Osservatorio del Benessere Termale Siciliano** rappresenta condizione necessaria affinché il "**Distretto Produttivo del Benessere Termale**" una volta riconosciuto e costituito, possa funzionare conducendo gli interventi presenti nella programmazione triennale e monitorando costantemente lo stato di avanzamento di ciascun progetto, dunque dell'intero processo di sviluppo del distretto.

Per l'attività dell'**Osservatorio del Benessere Termale Siciliano** (da qui in avanti, denominato "**Intervento 0**") si prevede una spesa pari a 300.000,00 euro (nel triennio considerato)

Le schede che seguono riassumono brevemente gli interventi. Nei confronti degli interventi il "**Distretto Produttivo del Benessere Termale**" potrà porsi come *Ente Attuatore* o *Ente Promotore*. Nel primo caso spetterà al distretto l'attuazione (nelle modalità e con i costi che esso stesso stabilirà) dell'intervento; nel secondo, l'attuazione sarà affidata ad altri che potranno decidere di coinvolgere in maniera più o meno rilevante il distretto.

Si procede con la presentazione (tramite breve schede-intervento) degli altri interventi in cui il Distretto si pone sia quale ENTE PROMOTORE che quale ENTE ATTUATORE.

Scheda Intervento 1

Ente promotore	"Distretto Produttivo del Benessere Termale"
Ente attuatore	"Distretto Produttivo del Benessere Termale"
Titolo dell'intervento	<i>Riqualificazione dell'offerta termale</i>

Breve sintesi della proposta progettuale	Il progetto prevede la realizzazione di interventi volti all'attivazione, la riqualificazione e l'ampliamento di strutture connesse al comparto del turismo termale (sala convegni, impianti sportivi, centri di riabilitazione motoria ecc..).
Linea di intervento del PO FESR 2007-2013	Azioni per l'attivazione, la riqualificazione e l'ampliamento d'iniziative sostenibili, volte specificatamente alla diversificazione e alla destagionalizzazione dell'offerta turistica regionale inerenti in particolare allo sviluppo delle filiere dell'offerta termale, congressuale, sportiva, della pesca-turismo, dell'ittiturismo, del biportismo nautico e del turismo "non tradizionale", anche in aree interne di pregio ambientale, avendo cura che siano rispondenti il più possibile ai segmenti di domanda sempre più emergenti, ad esempio turismo escursionistico, di avventura, soggiorni per anziani ecc.. Asse 3 Obiettivo Operativo 3.3.2
Soggetto Beneficiario	PMI aderenti al distretto
Importo	€ 5.000.000,00
Risultati Attesi	Un miglioramento strutturale dell'offerta turistico-termale siciliana può consentire lo sviluppo del comparto, rafforzando la sua competitività nazionale ed internazionale e ponendo le basi per la destagionalizzazione turistica.

Scheda Intervento 2

Ente promotore	"Distretto Produttivo del Benessere Termale"
Ente attuatore	"Distretto Produttivo del Benessere Termale"
Titolo dell'intervento	<i>Riqualificazione dell'offerta ricettiva</i>
Breve sintesi della proposta progettuale	Il progetto prevede la realizzazione di interventi volti all'attivazione, la riqualificazione e l'ampliamento delle strutture ricettive inserite all'interno del "Distretto Produttivo del Benessere Termale".
Linea di intervento del PO FESR 2007-2013	Azioni per l'attivazione, la riqualificazione e l'ampliamento dell'offerta ricettiva locale e delle

	<p>correlate attività di completamento, da realizzarsi nelle aree a vocazione turistica, mediante riconversione e/ o riqualificazione del patrimonio immobiliare già esistente, con particolare riferimento ad edifici storici e di pregio siti nei centri storici, nei borghi marinari ed agli edifici della tradizione rurale garantendone le condizioni di accessibilità alla pubblica fruizione ed in relazione alla capacità dei territori di sopportare il carico antropico derivante dai predetti insediamenti produttivi e con processi produttivi rispettosi dell'ambiente.</p> <p>Asse 3</p> <p>Obiettivo Operativo 3.3.1</p>
Soggetto Beneficiario	PMI aderenti al distretto
Importo	€ 2.000.000,00
Risultati Attesi	Un miglioramento strutturale dell'offerta ricettiva all'interno del distretto termale consentirà di elevare la qualità e la competitività nazionale ed internazionale dell'intero comparto.

Scheda Intervento 3

Ente promotore	"Distretto Produttivo del Benessere Termale"
Ente attuatore	"Distretto Produttivo del Benessere Termale"
Titolo dell'intervento	<i>Eco-termalismo</i>
Breve sintesi della proposta progettuale	Il progetto prevede la realizzazione di interventi che incentivino il risparmio energetico, il turismo sostenibile ed ecocompatibile, quali ad esempio introduzione di impianti fotovoltaici per riscaldamento/raffreddamento delle acque termali, interventi per risparmio idrico, riduzione produzione rifiuti, incentivazione alla raccolta differenziata ecc..)
Linea di intervento del PO FESR 2007-2013	<p>Interventi integrati di eco-innovazione dei processi produttivi (risparmio energetico e idrico, riduzione delle emissioni atmosferiche, riduzione della produzione dei rifiuti) ma anche organizzativi e logistici in un'ottica di distretto produttivo.</p> <p>Asse 5</p> <p>Obiettivo Operativo 5.1.1</p>

Soggetto Beneficiario	PMI aderenti al distretto
Importo	€ 7.000.000,00
Risultati Attesi	Se è vero che la nozione di benessere è strettamente legata alla sostenibilità ambientale, interventi di eco-innovazione non possono che determinare un miglioramento della qualità e della competitività del distretto del benessere termale siciliano oltre che della sua immagine, sia all'interno che all'esterno.

Scheda Intervento 4

Ente promotore	"Distretto Produttivo del Benessere Termale"
Ente attuatore	"Distretto Produttivo del Benessere Termale"
Titolo dell'intervento	<i>Riqualificazione aree attrezzate</i>
Breve sintesi della proposta progettuale	Il progetto prevede la realizzazione di interventi atti a riqualificare le aree produttive esistenti con particolare riferimento alle zone in cui sono localizzate strutture e sorgenti termali.
Linea di intervento del PO FESR 2007-2013	Azioni volte al sostegno del miglioramento delle condizioni di contesto, della funzionalità delle aree produttive in termini di organizzazione logistica, finalizzate alle economie di scala, alla riduzione degli impatti ambientali ad alla ri-funzionalizzazione dei centri servizi integrati. Interventi infrastrutturali tendenti alla riqualificazione delle aree attrezzate, nonché alla bonifica e al recupero di insediamenti imprenditoriali abbandonati. Asse 5 Obiettivo Operativo 5.1.2
Soggetto Beneficiario	PMI aderenti al distretto
Importo	€ 40.000.000,00
Risultati Attesi	Con un miglioramento della qualità dell'offerta termale si può ottenere una reale competitività dell'intero comparto tanto sul panorama nazionale quanto su quello internazionale, valorizzando l'enorme quantità e delle risorse presenti sul territorio regionale.

Scheda Intervento 5

Ente promotore	“Distretto Produttivo del Benessere Termale”
Ente attuatore	“Distretto Produttivo del Benessere Termale”
Titolo dell'intervento	<i>Incentivazione allo sviluppo imprenditoriale</i>
Breve sintesi della proposta progettuale	Il progetto mira ad incentivare gli investimenti in sviluppo e innovazione del comparto termale attraverso il ricorso a regimi di aiuti a favore delle imprese aderenti al distretto.
Linea di intervento del PO FESR 2007-2013	Azioni volte alle definizioni di un regime di aiuti che consenta alle imprese, attraverso un unico strumento, la possibilità di operare tra più strumenti agevolativi, ivi compreso il credito d'imposta, per investimenti esclusivamente finalizzati a perseguire obiettivi di sviluppo di tipo non generalista entro i limiti di intensità di aiuto consentiti. Asse 5 Obiettivo Operativo 5.1.3
Soggetto Beneficiario	PMI aderenti al distretto
Importo	€ 1.000.000,00
Risultati Attesi	Questo tipo intervento mira ad agevolare, sul fronte dell'imprenditoria privata, lo sviluppo del comparto termale e, con esso, l'incidenza del settore sul PIL regionale.

Scheda Intervento 6

Ente promotore	“Distretto Produttivo del Benessere Termale”
Ente attuatore	“Distretto Produttivo del Benessere Termale”
Titolo dell'intervento	<i>Laboratorio termale permanente</i>
Breve sintesi della proposta progettuale	Il progetto prevede la realizzazione di interventi atti a sviluppare il comparto sotto il profilo dello studio, della ricerca e della sperimentazione del prodotto termale.
Linea di intervento del PO FESR 2007-2013	Acquisizione di servizi specialistici e beni strumentali da parte delle PMI, anche in forma associata, funzionali all'incremento del grado di innovazione tecnologica, di

	processo e organizzativa delle imprese. Asse 4 Obiettivo Operativo 4.1.2
Soggetto Beneficiario	PMI aderenti al distretto
Importo	€ 5.000.000,00
Risultati Attesi	Oltre a migliorare la conoscenza delle qualità terapeutiche di fanghi e acque termali, si pongono le basi per lo sviluppo dell'attività di produzione/ commercializzazione del prodotto termale.

Scheda Intervento 7

Ente promotore	"Distretto Produttivo del Benessere Termale"
Ente attuatore	"Distretto Produttivo del Benessere Termale"
Titolo dell'intervento	<i>Informatizzazione del sistema di gestione</i>
Breve sintesi della proposta progettuale	Il progetto mira ad utilizzare le nuove strumentazioni tecnologiche per "digitalizzare" tutto il materiale medico-sanitario e renderlo disponibile e condivisibile a distanza, tramite l'impiego della rete Internet.
Linea di intervento del PO FESR 2007-2013	Azioni innovative a sostegno delle imprese appartenenti a filiere produttive o a gruppi di imprese. Asse 5 Obiettivo Operativo 5.1.1
Soggetto Beneficiario	PMI aderenti al distretto
Importo	€ 400.000,00
Risultati Attesi	Il materiale cartaceo con cui si è finora gestito il sistema sanitario delle cartelle e delle prenotazioni, potrà essere affiancato da quello digitale con il risultato di un'ottimizzazione dei tempi e di una maggiore accessibilità alle informazioni.

Scheda Intervento 8

Ente promotore	"Distretto Produttivo del Benessere Termale"
Ente attuatore	"Distretto Produttivo del Benessere Termale"

Titolo dell'intervento	Aggregazione delle PMI del distretto
Breve sintesi della proposta progettuale	Il progetto mira a stimolare, facilitare e sostenere il processo di aggregazione delle imprese aderenti al distretto al fine di creare dei "forum di concertazione" che affrontino e diano risposte alle esigenze della categoria e migliorare l'offerta e la commercializzazione del prodotto/ servizio termale.
Linea di intervento del PO FESR 2007-2013	Azione di rafforzamento della filiera turistica, mediante l'avvio di nuove iniziative imprenditoriali di aggregazione e di integrazione tra gli attori sulla filiera, ivi compresa l'attivazione di sistemi comuni di gestione di servizi a sostegno dell'imprenditoria turistica locale con particolare riguardo all'utilizzo di processi e tecnologie innovativi e alla valorizzazione delle aree e/ o dei territori individuati come destinazione.
	Asse 3 Obiettivo Operativo 3.3.3
	Azioni volte a incentivare l'associazionismo delle PMI al fine di conseguire una migliore offerta e commercializzazione di prodotti e servizi di qualità nei mercati extraregionali e nei confronti della grande distribuzione
	Asse 5 Obiettivo Operativo 5.1.3
Soggetto Beneficiario	PMI aderenti al distretto
Importo	€ 20.000,00
Risultati Attesi	La chiave di volta per il successo del sistema imprenditoriale siciliano sta nell'unione tra i soggetti che lo costituiscono, al fine di mettere in rete le diverse <i>practices</i> , scambiarsi le esperienze, mettere in comune le esigenze, nonché le spese in comunicazione promozione, ricerca ecc...

Scheda Intervento 9

Ente promotore	"Distretto Produttivo del Benessere Termale"
Ente attuatore	"Distretto Produttivo del Benessere Termale"
Titolo dell'intervento	Acque e fanghi termali: prodotti d'eccellenza

Breve sintesi della proposta progettuale	Il progetto mira a sviluppare gli aspetti produttivo-industriali del comparto tramite interventi che mirano a fare del termalismo un settore d'eccellenza nel panorama produttivo siciliano.
Linea di intervento del PO FESR 2007-2013	Azioni di sostegno all'attività di ricerca industriale e di sviluppo sperimentale in connessione con filiere produttive, distretti tecnologici e produttivi in settori di potenziale eccellenza che sperimentino un elevato grado di integrazione tra Università, centri di ricerca, PMI e grandi imprese. Asse 4 Obiettivo Operativo 4.1.1
Soggetto Beneficiario	PMI aderenti al distretto
Importo	€ 1.000.000,00
Risultati Attesi	Il comparto del termalismo, finora sottovalutato in Sicilia può divenire uno dei prodotti di eccellenza del sistema Sicilia, divenendo una voce importante del PIL regionale.

Scheda Intervento 10

Ente promotore	"Distretto Produttivo del Benessere Termale"
Ente attuatore	"Distretto Produttivo del Benessere Termale"
Titolo dell'intervento	<i>Comunicazione e promozione turistica</i>
Breve sintesi della proposta progettuale	Il progetto mira ad attuare azioni di comunicazione integrata che consentano di promuovere il turismo legato al benessere termale siciliano in modo efficace ed efficiente e presso i target giusti.
Linea di intervento del PO FESR 2007-2013	Azioni di comunicazione e promozione dell'immagine turistica della Regione ed interventi a sostegno della commercializzazione di prodotti turistici territoriali (borse, fiere, educational tour, materiali divulgativi). Asse 3 Obiettivo Operativo 3.3.1
Soggetto Beneficiario	EE. LL. aderenti al distretto
Importo	€ 1.400.000,00
Risultati Attesi	Ci si aspetta di colpire i potenziali clienti/ fruitori del

	benessere termale e indurli, tramite mirate azioni di marketing, a scegliere le località termali della Sicilia quali meta delle loro vacanze.
--	---

Scheda Intervento 11

Ente promotore	“Distretto Produttivo del Benessere Termale”
Ente attuatore	“Distretto Produttivo del Benessere Termale”
Titolo dell'intervento	<i>Servizi alle PMI del Distretto del Benessere Termale</i>
Breve sintesi della proposta progettuale	Il progetto mira a ridurre il deficit conoscitivo e relazionale tipico delle micro e piccole imprese attraverso servizi di assistenza, marketing, promozione, logistica ecc...che siano condivisi ed integrati.
Linea di intervento del PO FESR 2007-2013	Azioni di realizzazione di servizi comuni (promozione, marketing, logistica, servizi informativi, certificazione ambientale e di origine di prodotti, rapporti con la PA ecc..) in favore di imprese distrettuali o gruppi di imprese, finalizzati a: deficit conoscitivi e relazionali tipico delle micro e piccole imprese, promuovere servizi di assistenza tecnica alle imprese. Asse 5 Obiettivo Operativo 5.1.1
Soggetto Beneficiario	PMI aderenti al distretto
Importo	€ 700.000,00
Risultati Attesi	Le imprese aderenti al distretto potranno usufruire di servizi che faciliteranno la costruzione di un vero e proprio “circuitto termale” siciliano, in cui le diverse componenti non sono in competizione tra loro, bensì in rapporto di complementarità: insieme creano l' <i>identità del benessere termale in Sicilia</i> .

Scheda Intervento 12

Ente promotore	“Distretto Produttivo del Benessere Termale”
Ente attuatore	“Distretto Produttivo del Benessere Termale”
Titolo dell'intervento	<i>Creazione del marchio del Benessere Termale</i>

Breve sintesi della proposta progettuale	Il progetto mira a costruire un marchio che esprima l' <i>Identità</i> del benessere termale siciliano, racchiudendo in sé valori quali salute, benessere, qualità e relax. Questo marchio connoterà e accompagnerà l'offerta termale siciliana tanto nel mercato italiano quanto in quello internazionale.
Linea di intervento del PO FESR 2007-2013	Azioni a sostegno della creazione di marchi d'area, di certificazione ambientale, di qualità e di club di prodotto con riguardo alla loro diffusione nei mercati a livello nazionale e internazionale. Asse 3 Obiettivo Operativo 3.3.1
Soggetto Beneficiario	"Distretto Produttivo del Benessere Termale"
Importo	€ 200.000,00
Risultati Attesi	Si otterrà di unificare sotto un marchio comune l'intero comparto termale e di "venderlo" ai mercati.

Scheda Intervento 13

Ente promotore	"Distretto Produttivo del Benessere Termale"
Ente attuatore	"Distretto Produttivo del Benessere Termale"
Titolo dell'intervento	<i>Indagini di mercato</i>
Breve sintesi della proposta progettuale	Non basta avere un buon prodotto per riuscire a posizionarlo sui mercati internazionali. Si richiede l'apporto di dati specifici che consentano di comprendere le caratteristiche delle diverse aree e, soprattutto, di chi le abita. È per questo motivo che studi e ricerche di mercato sono propedeutici al lancio sul mercato del prodotto termale siciliano.
Linea di intervento del PO FESR 2007-2013	Azioni propedeutiche (ad es. studi di fattibilità e ricerche di mercato) volte a favorire l'accesso del settore produttivo verso i mercati esteri. Asse 5 Obiettivo Operativo 5.2.1
Soggetto Beneficiario	EE. LL. aderenti al distretto
Importo	€ 200.000,00
Risultati Attesi	Un'adeguata conoscenza dei mercati rende efficaci ed efficienti i successivi investimenti fatti per far conoscere

e “vendere” i prodotti termali.

Scheda Intervento 14

Ente promotore	“Distretto Produttivo del Benessere Termale”
Ente attuatore	“Distretto Produttivo del Benessere Termale”
Titolo dell’intervento	<i>Assistenza tecnica al distretto</i>
Breve sintesi della proposta progettuale	Il progetto mira a fornire alle imprese aderenti al distretto servizi di assistenza tecnica e consulenza in materia di sviluppo produttivo del sistema termale nei mercati esteri.
Linea di intervento del PO FESR 2007-2013	Servizi di assistenza e consulenza specialistica a favore di PMI volti a supportare lo sviluppo dei sistemi produttivi siciliani nei mercati internazionali di riferimento. Asse 5 Obiettivo Operativo 5.2.1
Soggetto Beneficiario	PMI aderenti al distretto
Importo	€ 500.000,00
Risultati Attesi	La competenza di tecnici che conoscono i mercati internazionali e guidano le imprese nel lancio del prodotto termale siciliano, permetterà azioni mirate ed efficaci nei confronti dei giusti target.

Seguono le schede-intervento in cui il Distretto si pone quale ENTE PROMOTORE, ma non quale ENTE ATTUATORE.

Esiste un motivo per cui si è deciso di inserire nel piano degli interventi del costituendo “***Distretto Produttivo del Benessere Termale***” anche questo secondo tipo di azioni: in un’ottica di pianificazione strategica, infatti, anche i seguenti interventi, seppur non strettamente legati alle PMI costituenti il distretto, sono molto importanti al fine di migliorare l’intera offerta termale e la sua competitività sul panorama nazionale e mondiale.

Scheda Intervento 15

Ente promotore	“Distretto Produttivo del Benessere Termale”
Ente attuatore	Comuni aderenti al distretto
Titolo dell'intervento	<i>Valorizzazione delle identità locali</i>
Breve sintesi della proposta progettuale	Il progetto prevede una serie di attività volte a migliorare la qualità della vita dei residenti e aumentare l' <i>appeal</i> del territorio che assieme alle terme può così offrire anche elementi di pregio culturale che esprimano la reale identità del luogo.
Linea di intervento del PO FESR 2007-2013	Realizzazione di infrastrutture culturali per il miglioramento della qualità della vita dei residenti e la valorizzazione delle identità locali. Asse 3 Obiettivo Operativo 3.1.4
Soggetto Beneficiario	EE. LL. aderenti al distretto
Risultati Attesi	Il miglioramento della qualità della vita nei comuni termali consentirà di aumentarne l'attrattività, quindi anche la competitività sul panorama nazionale quanto internazionale

Scheda Intervento 16

Ente promotore	“Distretto Produttivo del Benessere Termale”
Ente attuatore	Comuni aderenti al distretto
Titolo dell'intervento	<i>Riqualificazione del “territorio delle terme”</i>
Breve sintesi della proposta progettuale	Il progetto prevede interventi di riqualificazione nei comuni termali con particolare attenzione nei confronti delle aree rilevanti sotto il profilo culturale, storico e ambientale.
Linea di intervento del PO FESR 2007-2013	Interventi di riqualificazione integrata, con criteri di qualità architettonica ed edilizia sostenibile, per l'insediamento, l'incubazione e il rafforzamento di funzioni e servizi urbani e metropolitani, anche tramite riuso di strutture esistenti o forme di comodato del patrimonio immobiliare pubblico in disuso. Asse 6 Obiettivo Operativo 6.1.1

Soggetto Beneficiario	EE. LL. aderenti al distretto
Risultati Attesi	Interventi di riqualificazione nelle aree dei comuni termali ne aumentano l' <i>appeal</i> , migliorando di conseguenza, la competitività dell'intero comparto.

Scheda Intervento 17

Ente promotore	"Distretto Produttivo del Benessere Termale"
Ente attuatore	Comuni aderenti al distretto
Titolo dell'intervento	<i>Interventi di infrastrutturazione informatica</i>
Breve sintesi della proposta progettuale	Una delle condizioni per lo sviluppo del "circuitto delle terme", di un network che faciliti lo scambio e l'acquisizione di informazioni, <i>best practices</i> ecc.. è la presenza di una infrastruttura tecnologico-informatica adeguata.
Linea di intervento del PO FESR 2007-2013	Interventi di infrastrutturazione informatica ed implementazione dei sistemi informativi per la gestione delle politiche strategiche ed ambientali in ambito urbano e territoriale. Asse 6 Obiettivo Operativo 6.1.1
Soggetto Beneficiario	EE. LL. aderenti al distretto
Risultati Attesi	La presenza di una rete che colleghi i vari "nodi" del distretto ne faciliterà la cooperazione e collaborazione, oltre ad essere il presupposto fondamentale per la presenza di un vero e proprio "circuitto delle terme"

Scheda Intervento 18

Ente promotore	"Distretto Produttivo del Benessere Termale"
Ente attuatore	Comuni aderenti al distretto
Titolo dell'intervento	<i>La storia rivive con la tecnologia</i>
Breve sintesi della proposta progettuale	Il progetto prevede l'impiego di nuovi strumenti tecnologici per "rivitalizzare" il patrimonio storico-culturale esistente, consentendo non solo di far circolare le conoscenze, ma anche di fruire il bene

	storico in modo nuovo e diverso.
Linea di intervento del PO FESR 2007-2013	Azioni di sostegno allo sviluppo e alla diffusione di nuove applicazioni tecnologiche sia per la conservazione e gestione del patrimonio che per la promozione e comunicazione della conoscenza. Asse 3 Obiettivo Operativo 3.1.2
Soggetto Beneficiario	EE. LL. aderenti al distretto
Risultati Attesi	Ci si aspetta che un intervento di questo tipo possa far aumentare l'interesse nei confronti del sito culturale consentendone una fruizione, anche virtuale.

Scheda Intervento 19

Ente promotore	"Distretto Produttivo del Benessere Termale"
Ente attuatore	Comuni aderenti al distretto
Titolo dell'intervento	<i>Benessere dell'aria</i>
Breve sintesi della proposta progettuale	Il progetto riunisce in sé una serie di interventi atti a migliorare la qualità dell'aria nei comuni termali, nell'ottica di un più ampio concetto di eco-termalismo.
Linea di intervento del PO FESR 2007-2013	Azioni di recupero e tutela della qualità dell'aria nelle aree urbane. Asse 6 Obiettivo Operativo 6.1.3
Soggetto Beneficiario	EE. LL. aderenti al distretto
Risultati Attesi	Il miglioramento della qualità dell'aria determinerà un miglioramento della qualità della vita nei comuni termali con la conseguenza di aumentare l' <i>appeal</i> dell'offerta termale per gli amanti del benessere.

Scheda Intervento 20

Ente promotore	"Distretto Produttivo del Benessere Termale"
Ente attuatore	Aziende Sanitarie
Titolo dell'intervento	<i>L'informatizzazione nel sistema sanitario</i>
Breve sintesi della proposta progettuale	Il progetto mira ad diffondere l'uso degli strumenti elettronici nel sistema sanitario, in modo da consentire oltre che i servizi di teleprenotazione, telepagamento e

	telediagnosi, anche il cosiddetto governo clinico remoto attraverso la realizzazione del fascicolo sanitario elettronico.
Linea di intervento del PO FESR 2007-2013	Azioni volte a incrementare la diffusione di servizi di e-health (teleprenotazione e telepagamento, telediagnosi, governo clinico remoto attraverso la realizzazione del fascicolo sanitario elettronico), ricorrendo diffusamente al riuso di soluzioni e pratiche già sperimentate, laddove disponibili. Asse 4 Obiettivo Operativo 4.2.2
Soggetto Beneficiario	Aziende Sanitarie
Risultati Attesi	Ne conseguirà una velocizzazione dei tempi e una accessibilità remota al sistema oltre che la possibilità di reperire le informazioni mediche di un cliente in maniera sempre più facile e veloce.

Scheda Intervento 21

Ente promotore	“Distretto Produttivo del Benessere Termale”
Ente attuatore	Università ed enti di ricerca aderenti al distretto
Titolo dell'intervento	<i>Ricerca e innovazione per il termale</i>
Breve sintesi della proposta progettuale	Il progetto mira ad intervenire sul fronte della ricerca scientifica in materia di termalismo. Esso include le attività di formazione e informazione del personale medico e paramedico; la collaborazione scientifica tra università e aziende termali, l'istituzione di borse di studio per chi opera nel settore della medicina termale ecc..
Linea di intervento del PO FESR 2007-2013	Azioni di qualificazione dell'offerta di ricerca nei settori di rilevanza strategica regionale, favorendo la messa in rete di Università ed enti di ricerca pubblici e privati e promuovendo una gestione manageriale della rete e una maggiore finalizzazione della loro attività di ricerca al trasferimento di innovazione verso il settore produttivo. Asse 4

	Obiettivo Operativo 4.1.2
Soggetto Beneficiario	Università ed enti di ricerca aderenti al distretto
Risultati Attesi	Con il miglioramento di ricerca e formazione in campo medico si otterrà una maggiore consapevolezza delle peculiarità dei prodotti termali e delle loro possibilità di impiego.

Scheda Intervento 22

Ente promotore	“Distretto Produttivo del Benessere Termale”
Ente attuatore	Comuni aderenti al distretto
Titolo dell'intervento	<i>Segnaletica del “Benessere Termale”</i>
Breve sintesi della proposta progettuale	Il progetto prevede, in tutti i comuni termali, la realizzazione di segnaletica stradale che riporti il marchio del distretto e le informazioni più importanti sulle strutture/ aziende (aderenti al distretto) situate nel territorio.
Linea di intervento del PO FESR 2007-2013	Interventi nei centri a maggiore attrattività turistica e nei siti di interesse per la migliore fruizione da parte dei visitatori quali la realizzazione di adeguata segnaletica stradale e pannelli informativi ed esplicativi o la realizzazione di nuovi parcheggi, anche con il concorso di risorse finanziarie private. Asse 3 Obiettivo Operativo 3.3.3
Soggetto Beneficiario	EE. LL. aderenti al distretto
Risultati Attesi	Un'adeguata segnaletica è di fondamentale importanza per garantire oltre che la riconoscibilità dei comuni termali anche e soprattutto la loro accessibilità da parte dei potenziali clienti/ fruitori del benessere termale.

Scheda Intervento 23

Ente promotore	“Distretto Produttivo del Benessere Termale”
Ente attuatore	Comuni aderenti al distretto
Titolo dell'intervento	<i>Realizzazione di eventi di richiamo</i>

Breve sintesi della proposta progettuale	Il progetto prevede la realizzazione di eventi di richiamo soprattutto sul tema del benessere: eventi sportivi, concorsi di bellezza, fiere di settore ecc..., in mesi dell'anno diversi da quelli più inflazionati.
Linea di intervento del PO FESR 2007-2013	Azioni volte ad aumentare l'attrattività territoriale dell'offerta turistica regionale, mediante la realizzazione e/ o il cofinanziamento di eventi di grande richiamo turistico, di natura culturale, folkloristica, sportiva, volti all'incremento della fruizione di siti/ beni paesaggistici, culturali e ambientali già valorizzati, avendo cura alla verifica della ricaduta delle stesse azioni sul territorio su cui insistono, con riguardo anche alle finalità di diversificazione e destagionalizzazione dei flussi turistici. Asse 3 Obiettivo Operativo 3.3.1
Soggetto Beneficiario	EE. LL. aderenti al distretto
Risultati Attesi	Il risultato più rilevante è quello della destagionalizzazione dei flussi turistici

Scheda Intervento 24

Ente promotore	"Distretto Produttivo del Benessere Termale"
Ente attuatore	Università ed istituti di ricerca
Titolo dell'intervento	<i>Osservatorio dei flussi turistici di matrice termale</i>
Breve sintesi della proposta progettuale	Il progetto prevede l'istituzione di un osservatorio permanente dei flussi turistici di matrice termale che, non solo conduca rilevazioni statistiche, ma effettui un'azione d'indirizzo nei confronti delle scelte strategiche del settore.
Linea di intervento del PO FESR 2007-2013	Azioni volte ad acquisire, sistematizzare e diffondere, anche mediante reti e sistemi informativi telematici la conoscenza del mercato turistico regionale, ivi comprese le rilevazioni statistiche per orientare le scelte strategiche ed imprenditoriali del settore. Asse 3 Obiettivo Operativo 3.3.3
Soggetto Beneficiario	Università ed istituti di ricerca

Risultati Attesi	La rilevazione costante dell'andamento del settore consente da un lato di monitorare i risultati degli interventi posti in essere per sviluppare il comparto termale, dall'altro di correggere il tiro laddove risultasse necessario
-------------------------	--

6. IL PIANO FINANZIARIO

Di seguito, il piano finanziario di massima relativo alla programmazione triennale degli interventi del costituendo ***“Distretto Produttivo del Benessere Termale”***.

Si precisa che nella seguente tabella sono state inserite le azioni nei confronti delle quali, come anticipato in precedenza, il ***“Distretto Produttivo del Benessere Termale”*** è sia Ente Promotore che Ente Attuatore.

La copertura finanziaria sarà regolata, così come previsto dalla normativa vigente, dagli specifici bandi di assegnazione, che definiranno in particolar modo le intensità e le forme di aiuto, il divieto o la possibilità di cumulo con altri aiuti comunitari, nazionali, regionali e locali ed eventualmente le regole di cumulo.

Grafico 37

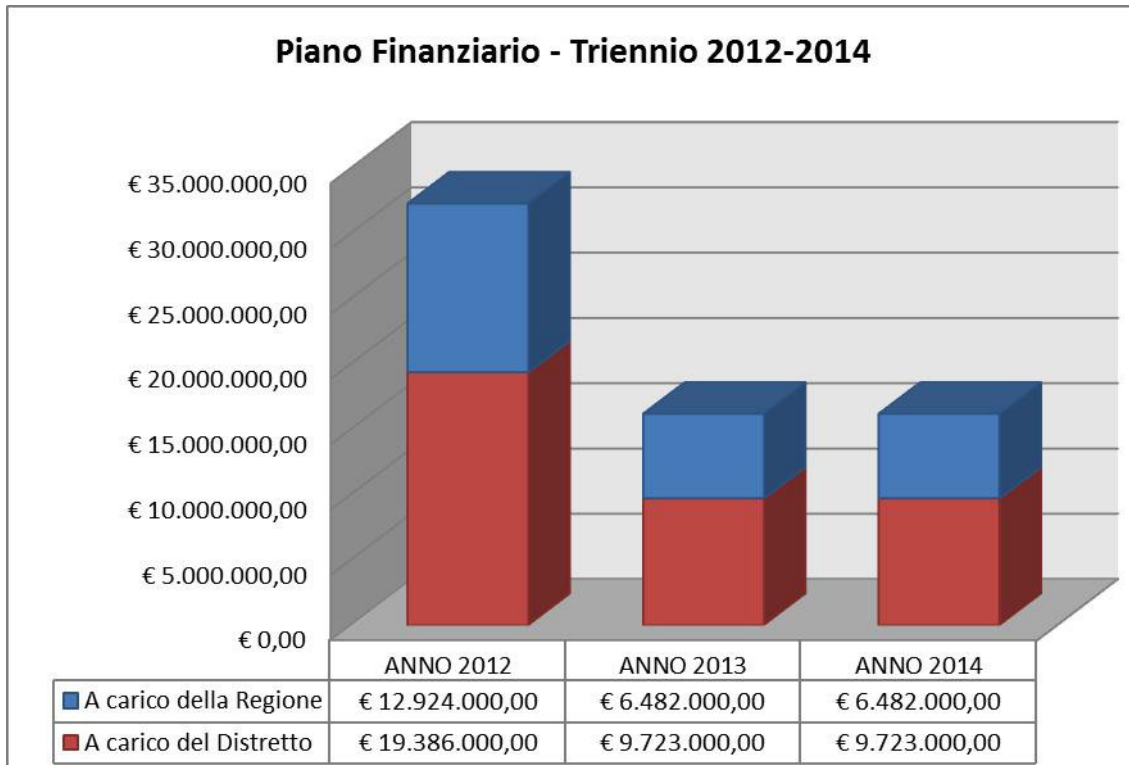


Tabella 66

INTERVENTO		VALORE INTERVENTO (100%)	QUOTA A CARICO DELLA REGIONE (4)
0	<i>Osservatorio del Benessere Termale Siciliano</i>	€ 300.000,00	€ 120.000,00
1	<i>Riqualificazione dell'offerta termale</i>	€ 5.000.000,00	€ 2.000.000,00
2	<i>Riqualificazione dell'offerta ricettiva</i>	€ 2.000.000,00	€ 800.000,00
3	<i>Eco-termalismo</i>	€ 7.000.000,00	€ 2.800.000,00
4	<i>Riqualificazione aree attrezzate</i>	€ 40.000.000,00	€ 16.000.000,00
5	<i>Incentivazione allo sviluppo imprenditoriale</i>	€ 1.000.000,00	€ 400.000,00
6	<i>Laboratorio termale permanente</i>	€ 5.000.000,00	€ 2.000.000,00
7	<i>Informatizzazione del sistema di gestione</i>	€ 400.000,00	€ 160.000,00
8	<i>Aggregazione delle PMI del distretto</i>	€ 20.000,00	€ 8.000,00
9	<i>Acque e fanghi termali: prodotti d'eccellenza</i>	€ 1.000.000,00	€ 400.000,00
10	<i>Comunicazione e promozione turistica</i>	€ 1.400.000,00	€ 560.000,00
11	<i>Servizi alle PMI del Distretto del Benessere Termale</i>	€ 700.000,00	€ 280.000,00
12	<i>Creazione del marchio del Benessere Termale</i>	€ 200.000,00	€ 80.000,00
13	<i>Indagini di mercato</i>	€ 200.000,00	€ 80.000,00
14	<i>Assistenza tecnica del distretto</i>	€ 500.000,00	€ 200.000,00
TOTALE GENERALE		€ 64.720.000,00	€ 25.888.000,00

Tabella 67

INTERVENTO	VALORE INTERVENTO	PIA	
		ANNO 2012	

0	<i>Osservatorio del Benessere Termale Siciliano</i>	€ 300.000,00	€ 100.000,00
1	<i>Riqualificazione dell'offerta termale</i>	€ 5.000.000,00	€ 2.500.000,00
2	<i>Riqualificazione dell'offerta ricettiva</i>	€ 2.000.000,00	€ 1.000.000,00
3	<i>Eco-termalismo</i>	€ 7.000.000,00	€ 3.500.000,00
4	<i>Riqualificazione aree attrezzate</i>	€ 40.000.000,00	€ 20.000.000,00
5	<i>Incentivazione allo sviluppo imprenditoriale</i>	€ 1.000.000,00	€ 500.000,00
6	<i>Laboratorio termale permanente</i>	€ 5.000.000,00	€ 2.500.000,00
7	<i>Informatizzazione del sistema di gestione</i>	€ 400.000,00	€ 200.000,00
8	<i>Aggregazione delle PMI del distretto</i>	€ 20.000,00	€ 10.000,00
9	<i>Acque e fanghi termali: prodotti d'eccellenza</i>	€ 1.000.000,00	€ 500.000,00
10	<i>Comunicazione e promozione turistica</i>	€ 1.400.000,00	€ 700.000,00
11	<i>Servizi alle PMI del Distretto del Benessere Termale</i>	€ 700.000,00	€ 350.000,00
12	<i>Creazione del marchio del Benessere Termale</i>	€ 200.000,00	€ 100.000,00
13	<i>Indagini di mercato</i>	€ 200.000,00	€ 100.000,00
14	<i>Assistenza tecnica del distretto</i>	€ 500.000,00	€ 250.000,00
TOTALE		€ 64.720.000,00	€ 32.310.000,00

CONCLUSIONI

Nella realtà attuale, i concetti di *wellness* e *fitness* hanno in parte superato quello di cura *tout court*: non più il rigido rituale albergo-terme, ma un concetto di salute in senso più ampio che deve le sue motivazioni alla voglia di restare giovani ed efficienti, abbattere lo stress, mantenersi attivi e felici, curare il proprio corpo esteticamente.

Con la crescita delle cure cosiddette “collaterali” (bagni, fanghi, inalazioni, irrigazioni e riabilitazioni), ci si è resi conto che negli stabilimenti termali si può andare per i motivi più disparati e il pubblico stesso è cambiato: il numero sempre più elevato di giovani e famiglie ha fatto superare nell’immaginario collettivo quell’idea di termalismo collegata a file di anziani con bicchieri in mano che girano per i viali degli stabilimenti.

Inoltre, sono sempre più diffusi itinerari turistici abbinati alla permanenza nelle località termali: percorsi nel verde, itinerari artistici, ma anche eno-gastronomici perché oggi più che mai si pensa che il *wellness* non è dato solo dalle rinunce, ma anche dal godimento di prodotti genuini, dalla visita di un’abbazia o di una vallata, dall’uso di prodotti naturali.

In questa prospettiva, la Sicilia ha molte carte da giocare!

La scommessa sta nel “mettersi insieme”,
fare sistema per creare e il
Circuito del Benessere Termale Siciliano

Il Rappresentante del Patto Distrettuale

Prof.ssa Margherita Ferro
