



Consiglio Generale
29 maggio 2007

**Tavola Rotonda
Turismo e Termalismo**

Relazione Introduttiva
di Rosetta Raso
Segretario Nazionale Fisascat Cisl

Cari Amici,
Care Amiche

il sistema termale italiano è costituito da 390 stabilimenti distribuiti su tutto il territorio in 185 località termali con una occupazione compresi gli stagionali di 14.000 addetti che con l'indotto legato alle attività alberghieri e di ristorazione diventa di 75.000.

Le aziende termali aumentano a circa 500 se si considerano gli alberghi che forniscono servizi termali e di benessere termale come le terme di Ischia, Abano e Montegrotto.

In ogni regione è presente uno stabilimento termale ma il ruolo di leader è svolto dall'Emilia Romagna, la Toscana, la Campania ed il Veneto.

Le terme si configurano come una vera e propria industria turistica con strutture ricettive adeguate alle esigenze di una clientela attenta che pretende servizi di qualità in un settore che unisce le attività di cura con quelle del benessere.

Le realtà che hanno avuto un trend positivo ed hanno avvertito meno la crisi del settore sono quelle località che hanno saputo coniugare la propria tradizione di cure tradizionali tipiche con le innovazioni imposte dai mutamenti della domanda del benessere.

La crisi del comparto termale è stato determinato da vari fattori come le restrizioni da parte del servizio sanitario nazionale, il legame tra la ricerca scientifica e la validità delle cure, il rapporto tra cura farmacologica e classe medica e la mancata sinergia tra le attività turistiche ed i trattamenti finalizzati al benessere.

Il dato negativo è giustificato non solo da queste cause che possono essere considerate un effetto della mutata funzione delle prestazioni che erano organizzate in funzione del termalismo sociale quando andare alle terme era la sola vacanza possibile.

Bisogna tenere presente, anche, la riduzione della spesa sanitaria che ha posto il problema della diminuzione della spesa per cure termali e la lotta al fenomeno dell'assenteismo dei lavoratori pubblici e privati ai quali è stato vietato di usufruire delle terapie termali al di fuori delle ferie annuali (art. 16 legge 412/91).

Ciò ha provocato una riduzione delle cure termali soprattutto per la mancata richiesta da parte dei lavoratori del settore pubblico che utilizzavano il ciclo di cure convenzionate come un periodo di non lavoro.

A questo si aggiunge l'aumento del ticket sanitario per le prestazioni termali che da una parte ha consentito di incamerare nelle casse dell'impresa termali liquidità dall'altro ha prodotto una ulteriore riduzione delle prestazioni anche in concomitanza con la crisi economica del paese.

Il cambiamento della realtà economica e sociale del paese ha determinato un approccio diverso nei confronti delle prestazioni termali che sono state considerate non solo curative ma come prevenzione della salute e come cura dell'aspetto fisico.

L'evoluzione della cultura del benessere e lo sviluppo di una mentalità rivolta alla ricerca dello svago, del relax dovuta ad una società economicamente più ricca con l'aumento del tempo libero e delle vacanze ha avuto come conseguenza diretta l'incremento delle attività salutifere con la diffusione del concetto del benessere come prevenzione della salute, cura del corpo e ricerca di armonia interiore per rigenerarsi dallo stress e dalla fatica quotidiana.

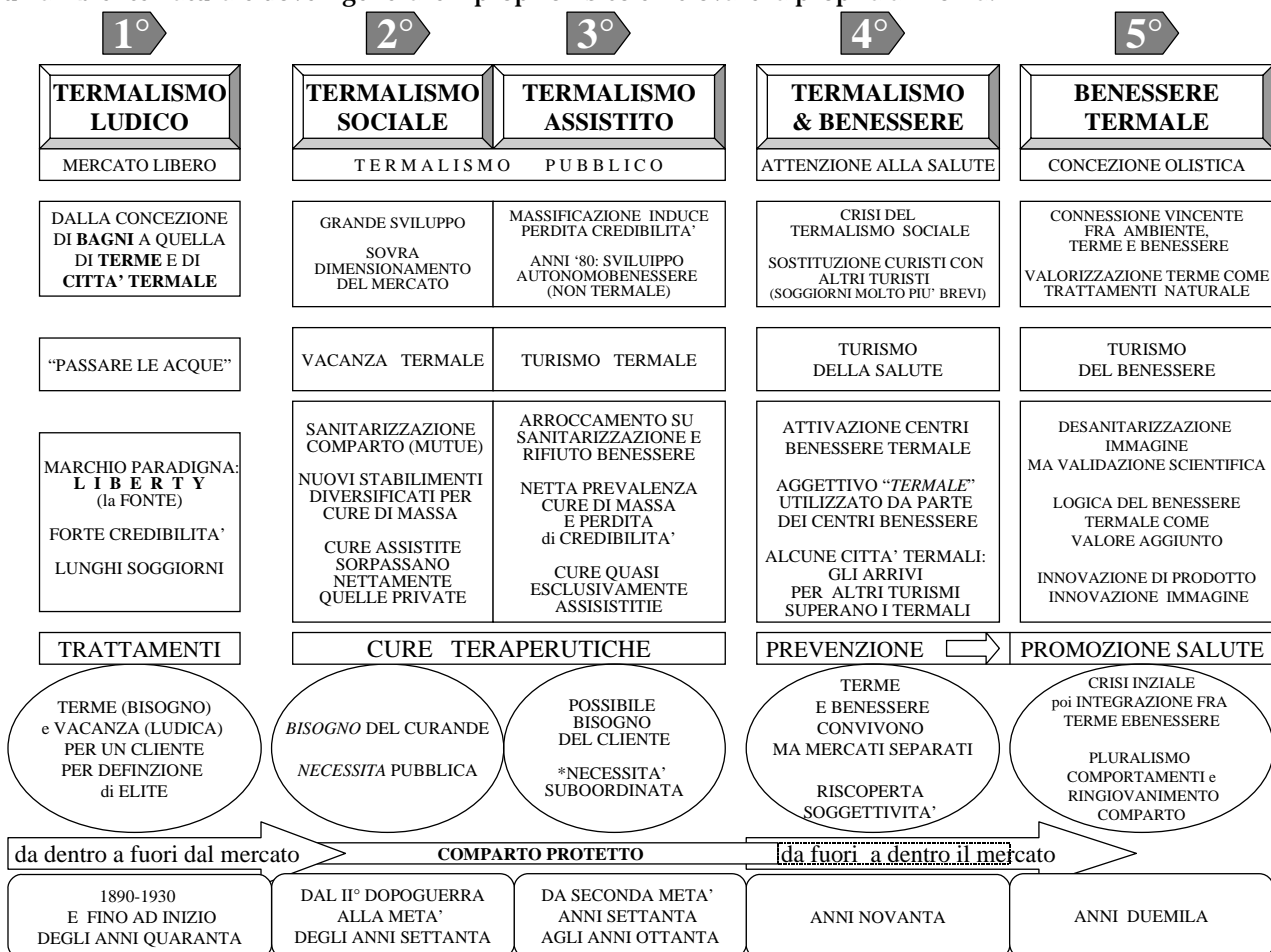
L'attività termale ha cercato in questi anni di mantenere la concezione terapeutica di impronta sanitaria per assicurare al comparto la scientificità delle cure ed il sostegno economico del servizio sanitario nazionale ma l'approccio salutistico delle terme, diffuso anche da una azione di marketing, è diventato una esigenza richiesta da una forte e crescente domanda di utilizzo del benessere termale.

Il passaggio dalla cura alla prevenzione, dalla malattia alla salute ed allo stare-bene significa effettuare un salto di mentalità e di cultura che richiede da parte delle aziende termali una ristrutturazione adeguata alle esigenze ed ai bisogni dei curisti che richiedono non solo la terapia ma un sistema integrato di servizi volti a creare le condizioni più favorevoli e più gradevoli per usufruire delle cure e dei trattamenti in una struttura ricettiva in grado di soddisfare ogni desiderio.

Le prestazioni termali devono adeguarsi ad un modo di vivere che passa da una visione che considera la cura come una terapia ad una dove significa prendersi cura della propria salute e di tutto se stesso per cui ad una diversa domanda deve corrispondere la predisposizione di una offerta di cure termali tradizionali unite a trattamenti di wellness come insieme integrato di terme e benessere.

I servizi relativi al benessere termale dovranno integrare le cure terapeutiche con medicine e massaggi orientali, con l'erboristeria, con sedute spirituali, sport, cure cosmetiche, diete ed altre pratiche.

Le terme presentano nel corso degli anni una evoluzione costituita da vari stadi che vanno dalla frequentazione della stazione termale come evento ludico di una classe sociale benestante, ad una fase caratterizzata dal termalismo assistito e sociale frequentato solo da donne, bambini e pensionati che effettuano le cure come terapia sanitaria ad un periodo dove le terme catturano l'attenzione di una fascia di clienti-curisti disposti a sottoporsi a diversi trattamenti per promuovere il proprio benessere e curare il proprio aspetto psico-fisico ed infine coloro che utilizzano le terme per vivere un momento di pieno relax in un ambiente naturale dove rigenerare il proprio fisico e ritrovare la propria armonia.



Nel quinquennio 1999-2004 le cure termali tradizionali sono diminuite del 10,4%, mentre quelle attribuibili al benessere termale sono aumentate del 136,4% per cui complessivamente la diminuzione è stata del 3,8% e comunque il benessere rappresenta una quota molto ridotta delle prestazioni effettuate: nel 1999 incidono solo per il 4,5% rispetto al totale delle cure degli stabilimenti termali, mentre nel 2004 si stima incidano per l'11,0%.

I *curandi* si identificano con coloro che frequentano quotidianamente gli stabilimenti termali esclusivamente per effettuare le cure sanitarie o di prevenzione su indicazione di prescrizione medica convenzionata e/o a pagamento mentre il gruppo dei *curisti* indica i *curandi* che praticano le cure pernottando in una località termale, che, quindi, sono anche *turisti*.

I curandi, in genere, risiedono nella stessa area in cui è localizzato lo stabilimento termale mentre i curisti si spostano dalla loro residenza abituale per effettuare le cure ed alloggiano in una struttura ricettiva dove utilizzano tutti i servizi offerti.

Alcune terme vedono la prevalenza di curisti come le terme euganee, di Montecatini e Salsomaggiore con l'effetto di un indotto economico più elevato rispetto alle realtà dove il cliente-curando proviene dai comuni vicini o risiede nello stesso comune.

Le terme intese come centri fitness, centri benessere, beauty farm sono da considerare imprese turistiche che praticano il *benessere termale*, fondato sulla concezione di cure naturali in una specifica località dove soggiornano i curisti che rappresentano una quota relativamente ridotta, ma fortemente caratterizzata in senso qualitativo, stimata in circa l'11% del totale del fatturato.

Il termalismo sociale ha perso la sua rilevanza per effetto della grande attenzione verso una cultura della propria immagine con particolare attenzione alla salute, alla cura dell'aspetto fisico e psichico che ha portato ad innovazioni nelle imprese termali verso un comparto del benessere termale che in un sistema integrato di servizi dovrà agire da traino alle attività terapeutiche tradizionali.

Bisogna evidenziare che le imprese termali che hanno investito in termini di innovazioni e di marketing affermando la cultura del benessere hanno risentito meno delle flessioni in termini di presenze e di fatturato come le terme di Abano e di Montegrotto che sfruttano anche una particolarità che è quella che in ogni albergo della zona è stato realizzato un servizio termale specifico che consente al curista di frequentare tutti i servizi offerti senza spostarsi dal proprio albergo in un ambiente confortevole dove viene circondato di molte attenzioni.

ANDAMENTO DI MEDIO PERIODO DEGLI ARRIVI DI CLIENTI TERMALI E DEL BENESSERE TERMALE IN ITALIA (1999-2004)

anno	valori assoluti			variazioni percentuali			quote di mercato termale		
	terme	benessere t.	totale	terme	Benessere t.	totale	terme	benessere t.	totale
1999	1.296.194	60.832	1.357.026	1,1	25,6	2,0	95,5	4,5	100,0
2000	1.292.962	83.024	1.375.986	-0,2	36,5	1,4	94,0	6,0	100,0
2001	1.275.110	103.800	1.378.910	-1,4	25,0	0,2	92,5	7,5	100,0
2002	1.229.478	115.375	1.344.853	-3,6	11,2	-2,5	91,4	8,6	100,0
2003	1.156.939	132.020	1.288.959	-5,9	14,4	-4,2	89,8	10,2	100,0
2004	1.161.682	143.783	1.305.465	0,4	8,9	1,3	89,0	11,0	100,0

n.b. per il 2004 stime

Nelle città termali dove sono presenti altre tipologie di turismo come il turismo congressuale, quello d'arte, turismo della terza età, scolastico, le aziende riescono in maniera spesso esclusiva a generare con gli arrivi e le presenze dei curisti un forte moltiplicatore di indotto su commerci, servizi, ricettività con grandi benefici in termini di reddito ed aumento dell'occupazione e del lavoro non solo del comparto termale ma di una intera area.

L'importanza economica e sociale delle aziende termali deve indurre gli Enti locali e gli Amministratori ad attivare una organizzazione integrata delle politiche del territorio con l'avvio di iniziative di sviluppo intorno alle aziende termali.

Il legame tra terme e territorio deve avere una specifica connessione per mettere insieme la natura, il paesaggio, l'ambiente in una prospettiva di parco ecologico-termale o di parco della salute inteso come ricerca del benessere psico-fisico.

La tradizione termale italiana fa parte del sistema paese che deve avere un reale sostegno con una politica di investimenti e di innovazioni per realizzare un concetto del termalismo in grado di soddisfare una domanda diversificata che si rivolge ad una clientela sana che intende prendersi cura del proprio aspetto fisico in un ambiente adeguato a soddisfare le esigenze di relax, svago, divertimento.

Difatti, spesso la scelta della vacanza è determinata da un complesso di motivazioni che non è legato solo all'esigenza del riposo ma all'esigenza di trovare una località nella quale vivere la propria esperienza salutistica in un rilassante rapporto con il territorio.

Al cliente-curando tradizionale femminile, pensionato o impiegato over 60 si è affiancato il cliente-curista che pratica fitness, cure estetiche, attività sportive, terapie psicologiche e che sono disposti ad effettuare tutti i trattamenti che mirano al miglioramento della loro condizione psico-fisica.

Trattamenti come idromassaggio, linfodrenaggio, mesoterapia, diete personalizzate, maschere, impacchi, attività fisica nelle piscine con acqua termale o nei parchi che circondano gli stabilimenti in un ambiente ricco di vegetazione e di aria pulita sono le richieste che costituiscono la domanda del curista del benessere.

I segmenti che manifestano una forte propensione al consumo ed all'utilizzo di una vacanza all'insegna del benessere termale sono costituiti da professionisti, commercianti, dirigenti, piccoli imprenditori e cioè le categorie professionali che sono maggiormente coinvolte nel ritmo frenetico della società attuale e che hanno un reddito medio alta ed una fascia di età over 40.

Le ragioni della vacanza rigenerante sono il benessere, il recupero del contatto con se stessi, il contatto con la natura ed il piacere di stare con altre persone in un ambiente in grado di ritrovare l'armonia interiore.

La concezione di benessere termale si integra con quella di città termale considerata come parco-città della salute che deve avere uno sviluppo equilibrato con la riqualificazione urbana, viabilità, parcheggi, strutture ricettive e ricreative, conservazione dell'ambiente naturale e paesaggistico.

La presenza delle terme in un territorio si riflette con l'ambiente circostante sul piano organizzativo ed urbanistico e generano azioni di prevenzione, di promozione e di riabilitazione con le sue attività curative ma hanno la necessità di trovare riscontro con le politiche di sviluppo dei distretti turistici-termali frutto di una forte azione di concertazione tra soggetti istituzionali, privati ed associazioni.

Le località termali si sono trasformate, nel tempo, passando da una offerta di cure e terapie con altri servizi connessi alla cultura del benessere e da stabilimenti termali dedicati a località turistiche ricettive per le visite alle vicine città d'arte come Montecatini per Firenze e le terme euganee per Venezia oppure diventando veri e propri centri congressuali allargando ad una offerta che richiede strutture idonee per manifestazioni sportive e ricreative o per eventi di portata nazionale come le terme di Castrocaro o di Salsomaggiore con la finale di Miss Italia.

Insomma le terme non sono più considerati luoghi per pensionati e per la terza età ma strutture ricettive e centri benessere per giovani e per famiglie alla ricerca di oasi di relax legate alla disintossicazione dell'organismo, cura della bellezza e della estetica, allo svago ed al divertimento.

Le terme possono essere innovate ed aumentare le potenzialità economiche con l'inserimento del comparto di riabilitazione post-traumatico in quanto si è potuto verificare a seguito di ricerche ed indagini che la riabilitazione effettuata all'interno degli stabilimenti termali riduce i tempi di recupero del paziente anche a causa dell'ecosistema gradevole e specializzato, sanitariamente efficace e diverso dall'ospedale.

Il cliente può contare nelle aziende termali su attrezzature adeguate con personale specializzato e professionalmente formato in un contesto ambientale, naturale e paesaggistico in grado di ridurre il periodo di cure riabilitative e di migliorare le condizioni fisiche del paziente.

La formazione professionale nel settore termale è indispensabile e necessaria in quanto finalizzata ad offrire una gamma di servizi che devono essere qualificati ed altamente professionalizzati sia per le cure tradizionali che per i nuovi servizi relativi ai centri benessere e di riabilitazione.

Le ricerche più recenti indicano che le figure più richieste saranno l'operatore benessere qualificato e l'operatore termale specializzato in quanto la crescita delle strutture orientate al wellness richiedono una formazione professionale adeguata.

Di particolare importanza è la legge regionale del Veneto n. 21 del 16 agosto 2002 con la quale viene istituita la figura professionale dell'operatore di assistenza termale.

La legge intende formare un soggetto in grado di assistere il cliente con interventi specialistici e con l'uso delle tecnologie attivando un servizio integrato che parte dall'accoglienza per proseguire nella verifica delle modalità di soggiorno e dei servizi prestati.

La formazione professionale in questo comparto diventa il valore aggiunto di una offerta che si dimostra articolato per i molteplici aspetti di un servizio di terapia finalizzato alla prevenzione ed alla riabilitazione ma anche alla bellezza ed cura del corpo e dello spirito.

La formazione continua e la bilateralità possono costituire uno strumento efficace per sostenere un settore ancora caratterizzato dalla stagionalità e dalla precarietà.

La formazione continua oltre a garantire un elevato servizio di qualità ha l'obiettivo di migliorare la professionalità del lavoratore che sottoposto ad una certa stagionalità potrà avere come patrimonio personale la necessaria competenza sul mercato del lavoro per la sua occupabilità e nello stesso tempo consentire alle aziende di non subire gli effetti del turn-over di personale che giustamente ricerca la

stabilizzazione con rapporto a tempo indeterminato di disporre sempre di lavoratori altamente qualificati. L'allungamento della stagione è una premessa indispensabile per stabilizzare il turismo ed il termalismo verso il superamento delle attività concentrate su periodi ristretti dell'anno.

La diversificazione dell'offerta turistica con l'utilizzo delle risorse naturali, paesaggistiche, enogastronomiche, unite a servizi culturali possono diventare, con un adeguato marketing e un catalogo competitivo, un polo attrattivo per il turismo scolastico, della terza età e convegnistico sia italiano che estero.

Per superare i problemi legati alla stagionalità oltre all'impegno degli operatori del settore serve una forte azione di promozione dello sviluppo degli Enti locali competenti ed una politica di sostegno legislativo da parte delle regioni che devono, in attuazione alla normativa nazionale, prevedere una organizzazione turistica adeguata alla domanda con la caratteristica della specificità del territorio per sviluppare sia le risorse primarie che le infrastrutture dei servizi e rendere attrattivo e competitivo l'area interessata.

La Fisascat da tempo sollecita a tutti i livelli la modifica della legge 80(decreto sulla competitività) per consentire ai lavoratori a tempo indeterminato che hanno periodi di sospensione dal lavoro di godere della disoccupazione ordinaria che oggi viene retribuita solo per 65 giorni all'anno.

E' il caso dei lavoratori termali che hanno superato la stagionalità con rapporti di lavoro a tempo indeterminato ma che hanno periodi di non lavoro e non possono usufruire della disoccupazione per tutto il periodo della sospensione.

La lotta alla precarietà e le stabilizzazioni dei rapporti di lavoro si fanno non solo con i proclami ma con atti concreti prevedendo norme e leggi adeguate a distribuire le risorse economiche dove necessitano a difesa dei lavoratori che sono più deboli ed a favore di quelle imprese che hanno investito in innovazioni ma che hanno ancora difficoltà di mercato.

Le trasformazioni culturali e le innovazioni tecnologiche ed organizzative delle imprese turistico-termali devono trovare riscontro nel territorio e nella realtà per integrarsi con le altre attività promosse da Enti ed Istituzioni che devono fare la loro parte con azioni propedeutiche ad uno sviluppo economico e sociale di quella area.

Le terme devono essere considerate all'interno dell'area in cui sono collocate come un prodotto tipico di quel territorio e diventare un polo turistico tramite una programmazione territoriale che utilizza tutti gli strumenti legislativi, normativi per attuare politiche di sviluppo adeguate all'integrazione delle terme con ricettività, intrattenimento, trasporti, ristorazione, parchi, prodotti locali, svaghi, eventi, manifestazioni, servizi.

E' l'idea vincente attuata da alcune realtà termali che hanno promosso i distretti turistici termali dove si è integrata la cultura aziendale con quella del territorio che ha saputo sviluppare politiche ambientali, urbanistiche, promozionali in grado di offrire una gamma di servizi non solo termali.

Bisogna affermare la logica di fare sistema con la promozione di pacchetti turistici integrati con particolare attenzione al rapporto prezzi/qualità e l'attivazione di una gamma di servizi dedicati ai turisti come numeri verdi per l'accesso ai musei, visite guidate, spettacoli o card per l'utilizzo dei trasporti e dei servizi commerciali. Le esigenze di vacanze attive dove il cliente può utilizzare servizi diversi in maniera agevole orienta la scelta della ricerca di pacchetti turistici fatti di benessere termale ma anche di iniziative culturali, percorsi ed itinerari enogastronomici, animazioni ed attività sportive, eventi e manifestazioni, svago e divertimento.

Per ottenere un prodotto turistico con una forte coesione interna del territorio è necessario che vi sia una grande sinergia tra il pubblico ed il privato, fra gli operatori dei diversi settori economici come gli alberghi, le strutture ricettive, le imprese della ristorazione, le guide turistiche, i produttori agricoli, gli artigiani, i musei e le attività commerciali.

Setta alle regioni, alle province, agli Enti locali, agli operatori dei vari settori effettuare una forte politica di concertazione tramite la programmazione territoriale per attivare percorsi di innovazione e promozione del prodotto turistico e termale.

Le regioni unitamente alle province ed ai comuni ognuno per le proprie competenze possono utilizzando gli strumenti della programmazione negoziata e le risorse comunitarie e nazionali attivare azioni mirate alla valorizzazione delle realtà turistiche e termali attraverso la promozione sui mercati esteri, la formazione degli operatori termali e turistici, la realizzazione di grandi eventi, la creazione di segmenti di offerta riferita al benessere integrata con altre opportunità di svago e di attività sportive e ricreative, sfruttando le risorse naturali e le specificità territoriali come le produzioni artigianali e percorsi enogastronomici locali.

Al governo nazionale il compito di mettere in atto una politica turistica nazionale per un rilancio del prodotto e del marchio italiano e per ricollocare il nostro paese al vertice delle preferenze del turismo internazionale ed attirare gli stranieri con prodotti di nicchia e di qualità unendo terme, arte, cultura, ambiente, enogastronomia, artigianato.

Parlare di turismo o di termalismo significa analizzare le opportunità per creare un sistema integrato di servizi dove i trasporti, le comunicazioni, le attività ricettive e di ristorazione sono altamente competitive con gli altri paesi.

La competitività nel settore turistico-termale si vince se il nostro paese è in grado di offrire efficienza nei servizi a tutti i livelli, compresi i tempi e le modalità di percorrenza per giungere nei luoghi scelti per i nostri soggiorni.

La valorizzazione del prodotto turistico e termale considerato come sviluppo sociale, economico, culturale e naturale del paese dovrà avere, a livello europeo, una presa di coscienza più determinata da parte dei nostri rappresentanti per ribadire l'importanza del settore come asse strategico per veicolare reddito ed occupazione.

Riferimenti normativi

Legge quadro terme (legge 323/2000)

- Rilevanza sociale ed economica del patrimonio termale
- Efficacia terapeutica delle cure
- Definizione aziende termali
- Definizione del territorio termale
- Marchio di qualità termale ed ambientale

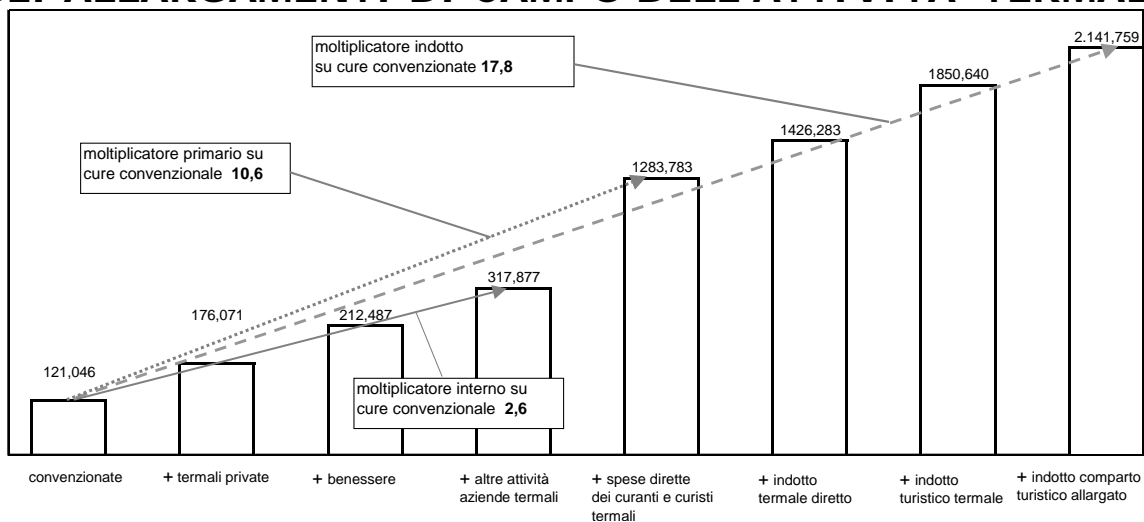
Legge quadro turismo (legge 135/2001)

- Individua le imprese turistiche
- Individua le imprese ricettive
- No, agli stabilimenti termali in quanto strutture sanitarie.
- Individua i sistemi turistici locali come distretti turistici e come unità territoriale di programmazione e di promozione turistica.

Le due leggi dovevano consentire, se recepite dalle Regioni ed applicate integralmente, il rilancio del patrimonio termale e lo sviluppo del sistema turistico per promuovere e valorizzare il marchio italiano caratterizzato da un patrimonio naturale, storico e culturale straordinario.

L'impegno a livello istituzionale del governo nazionale e delle regioni, province ed enti locali deve essere quello di avviare processi di concertazione con gli operatori del settore e non per attivare investimenti e risorse con lo scopo di creare non solo un'offerta turistica competitiva e di qualità ma di rafforzare l'economia, lo sviluppo, la crescita sociale ed occupazionale.

L'ECONOMIA DELLE TERME (anno 2002, ml di €): GLI ALLARGAMENTI DI CAMPO DELL'ATTIVITA' TERMALE



Le cure convenzionate e le cure relative al benessere producono un fatturato di 212,5 milioni di euro che diventa con le spese dirette per il soggiorno dei curisti e dei curandi di 1283,74 milioni di euro.

Il comparto turistico- termale registra un aumento del fatturato pari ad 1,9 miliardi di euro che con l'indotto sale a 2,2 miliardi.

Insomma, il fatturato di 121 milioni di euro delle sole cure convenzionate del servizio sanitario nazionale sale con l'indotto del sistema turistico termale con un moltiplicatore che è di 17,8 volte rispetto a quello originario.

L'offerta termale deve porsi come obiettivo la centralità del cliente in risposta ad una esigenza che non è solo la cura e la prevenzione ma la ricerca del benessere, del divertimento, dello svago con l'opportunità di fruire di attrazioni diverse che possono essere eventi sportivi, culturali , enogastronomici e ludici.

L'esperienza consolidata delle terme di Abano e di Montegrotto possono costituire una traccia per migliorare il sistema turistico termale italiano con interventi adeguati e finalizzati allo sviluppo del territorio ed alla valorizzazione del patrimonio termale a fini turistici.

Le Istituzioni unitamente agli operatori del settore devono mettere in atto politiche di sviluppo del territorio che siano in grado di promuovere le risorse naturali e termali con investimenti per la realizzazione di infrastrutture immateriali come strade, porti, aeroporti, ferrovie, autostrade e con la costruzione di strutture ricettive-ricreative-sportive-congressuali che devono offrire al turista ,anche, l'opportunità di fruire di servizi collaterali efficienti che vanno dalle aree di sosta, alla viabilità, all'accoglienza , alla informazione.