



Università
Ca' Foscari
Venezia

Corso di Laurea Magistrale in
Sviluppo Interculturale dei Sistemi Turistici

Ca' Foscari
Dorsoduro 3246
30123 Venezia

Tesi di Laurea

Il turismo termale della destinazione Abano Terme: analisi della performance

Relatore

Ch. Prof. Andrea Ellero

Laureanda

Alice Bianchi

Matricola 877120

Anno Accademico

2019 / 2020

INDICE

INTRODUZIONE	1
CAPITOLO 1: IL TERMALISMO.....	5
1.1 Le origini dell'acqua termale	5
1.1.1 <i>Conformazione geologica dell'Italia e della zona dei Colli Euganei</i>	<i>5</i>
1.1.2 <i>L'acqua termale: caratteristiche, origini e benefici</i>	<i>6</i>
1.1.3 <i>L'acqua termale dei Colli Euganei</i>	<i>9</i>
1.2 Excursus storico: le terme dalle origini ai giorni nostri	10
1.3 Il termalismo	12
1.3.1 <i>L'evoluzione del termalismo.....</i>	<i>12</i>
1.3.2 <i>I clienti e i pazienti degli stabilimenti termali</i>	<i>15</i>
CAPITOLO 2: IL TURISMO TERMALE.....	17
2.1 Il concetto di "salute" e il turismo della salute.....	17
2.2 Il turismo termale	20
2.2.1 <i>Definizione ed evoluzione.....</i>	<i>20</i>
2.2.2 <i>Dati globali e nazionali</i>	<i>21</i>
2.2.3 <i>La domanda e l'offerta termale, i consumatori e le motivazioni.....</i>	<i>24</i>
2.3 Il turismo termale in Italia.....	27
2.3.1 <i>I dati.....</i>	<i>27</i>
2.3.2 <i>La crisi del settore alla fine degli anni Novanta.....</i>	<i>29</i>
2.3.3 <i>Le principali destinazioni</i>	<i>31</i>

CAPITOLO 3: ANALISI DI BENCHMARK DELLE DESTINAZIONI TERMALI

ITALIANE: ANNO 2017	33
3.1 Le principali destinazioni termali italiane	33
3.1.1 <i>Il 2017: anno record per il turismo italiano.....</i>	<i>40</i>
3.2 Analisi di benchmark delle destinazioni termali italiane: la domanda e l'offerta nel 2017	41
3.2.1 <i>Benchmark della domanda nelle strutture ricettive</i>	<i>41</i>
3.2.2 <i>Benchmark del grado di internazionalità della domanda nelle mete termali tra il 2007 e il 2017.....</i>	<i>45</i>
3.2.3 <i>Benchmark della permanenza media dal 2007 al 2017</i>	<i>47</i>
3.2.4 <i>Benchmark dell'offerta ricettiva nelle località termali.....</i>	<i>48</i>
3.3 Analisi di benchmark delle destinazioni termali italiane: arrivi e presenze nel 2019	50

CAPITOLO 4: LA DESTINAZIONE ABANO TERME: ANALISI DELLA PERFORMANCE

.....	55
4.1 La destinazione Terme Euganee e il suo centro principale, Abano Terme	55
4.2 L'offerta turistica di Abano Terme.....	56
4.2.1 <i>Le strutture ricettive.....</i>	<i>57</i>
4.3 La domanda turistica ad Abano Terme dal 2015 al 2019.....	59
4.3.1 <i>Arrivi di italiani e stranieri dal 2015 al 2019.....</i>	<i>59</i>
4.3.2 <i>Presenze di italiani e stranieri dal 2015 al 2019</i>	<i>60</i>
4.3.3 <i>Permanenza media</i>	<i>63</i>
4.4 Le presenze di italiani e stranieri nelle strutture ricettive tra il 2015 e il 2019	64
4.4.1 <i>Il comparto alberghiero.....</i>	<i>65</i>
4.4.2 <i>Il comparto complementare.....</i>	<i>67</i>

4.5 La provenienza dei flussi nazionali e stranieri ad Abano Terme	69
4.5.1 <i>La provenienza dei flussi nazionali tra il 2015 e il 2019</i>	69
4.5.2 <i>La provenienza dei flussi esteri tra il 2015 e il 2019</i>	70
4.6 Il 2020 ad Abano Terme e la ripartenza del turismo termale	73
4.6.1 <i>La situazione italiana</i>	73
4.6.2 <i>I primi mesi del 2020 per Abano Terme</i>	74
4.6.3 <i>I progetti per la ripartenza di Abano Terme: guardando avanti</i>	76
CONCLUSIONI	79
INDICE DELLE FIGURE, DELLE TABELLE E DEI GRAFICI	81
BIBLIOGRAFIA E SITOGRAFIA	83

INTRODUZIONE

I benefici dell'acqua termale sono noti dall'antichità tanto da essere stata una tematica affrontata anche da Virgilio nell'*Eneide* e da Ippocrate nel suo *Corpus Hippocraticum*, il primo trattato di medicina della storia. L'acqua termale presente nel territorio dei Colli Euganei, per esempio, è molto rinomata per il percorso articolato che la conduce dalle Piccole Dolomiti, dove comincia il suo ciclo, sino al Bacino Termale Euganeo il cui centro principale è Abano Terme.

L'acqua termale e i suoi benefici sono alla base del termalismo, ovvero l'attività terapeutica svolta in stabilimenti conosciuti come *terme* dove si utilizza questo tipo di acqua, in funzione delle proprietà terapeutiche a lei riconosciute. Uno tra i paesi leader per il termalismo è sicuramente l'Italia con destinazioni come Abano Terme, Salsomaggiore Terme, Montecatini Terme, Fiuggi, Ischia che hanno contribuito a crearne un'immagine nota a livello mondiale. Il termalismo ha subito alcune crisi negli anni ma è stato interessato da un'evoluzione recente che l'ha portato dall'essere ritenuta una pratica puramente ludica a diventare "medicina del benessere". È stato proprio per rispondere alle esigenze del mercato e dei consumatori che il settore termale ha dovuto modificare la formulazione del suo prodotto allargandone l'offerta sino a comprendere anche attività sportive volte alla promozione del benessere psico-fisico della persona. L'evoluzione del settore ha procurato non solo l'aumento dell'offerta turistica nei mercati europei, nazionali e internazionali, ma anche la crescita nel numero di turisti che, ora, preferisce unire ai trattamenti curativi anche un soggiorno rilassante.

È importante non identificare il termalismo con il turismo termale. Il termalismo è quella branca della fisioterapia che si occupa di effettuare cure per l'organismo con l'utilizzo dell'acqua termale. Il turismo termale, invece, si può identificare come la *versione commerciale* del termalismo e utilizza l'acqua termale, vapori e fanghi per rispondere ai nuovi bisogni dei consumatori, ovvero il mantenimento di un buono stato di salute, di una pelle giovane e del corpo, pratiche di rilassamento per fuggire allo stress della

quotidianità. A questo proposito, sono nate molte strutture che erogano questo tipo di servizi: centri benessere, SPA e beauty farm. Il turismo termale è concepito, ora, come un'offerta dalla formula unica che si rivolge al turista alla ricerca di una vacanza che unisca il benessere e il relax, il cui scopo primario non è quello delle cure e delle terapie. È cambiato quindi il concetto *dell'andare in vacanza*: si parte per tornare come *nuovi* perché il *sentirsi bene* contribuisce ad aumentare il grado di soddisfazione nei confronti della vita.

Una delle destinazioni italiane più rinomate nel panorama del turismo termale è certamente Abano Terme, comune a sud-ovest della provincia di Padova e ai piedi dei Colli Euganei. L'importanza della città di Abano non è data solo dall'elevato numero di fonti termali presenti e dall'efficacia del suo fango termale, core business dell'offerta, ma anche dall'eccellente qualità del settore dell'ospitalità. Ogni albergo dispone, infatti, di uno stabilimento termale proprio, centri benessere, piscine e palestre per offrire ai clienti tutto il comfort che ricercano.

Il presente lavoro di tesi si pone l'obiettivo di analizzare la performance di Abano Terme dall'anno 2015 al 2019 per poi focalizzarsi sulla situazione attuale e le prospettive future in seguito alla recente crisi sanitaria e della crisi dello stesso settore termale che, ormai, prosegue dalla fine degli anni Novanta.

Il lavoro è suddiviso in quattro capitoli.

Nel primo capitolo si analizza il concetto di termalismo dandone qualche cenno a proposito delle origini geologiche dell'acqua termale per poi trattarne la storia della sua evoluzione dall'epoca degli antichi Romani fino ai giorni nostri.

Il secondo capitolo si focalizza sul turismo termale e il suo cambiamento graduale da pratica ludica a medicina del benessere. Il capitolo presenta il profilo dei consumatori che si recano alle terme e le loro motivazioni per mano di alcuni dati sul turismo termale, sia a livello internazionale che nazionale.

Il terzo capitolo si concentra su un'analisi di benchmark tra quattro destinazioni leader del settore termale in Italia. Esse sono: Abano Terme, Montecatini Terme, Chianciano Terme e Salsomaggiore Terme. Partendo da una ricerca di mercato sull'analisi della performance di Montecatini Terme, eseguita nel 2018 da Incipit Consulting, si è analizzata la performance delle quattro destinazioni nell'anno 2017, il più proficuo per l'economia italiana dell'ultimo quinquennio, per poi osservare come si sia evoluta la domanda turistica del 2019.

Nel quarto capitolo viene presentata la destinazione Abano Terme come meta sia

del turismo italiano che straniero. Oltre a presentare i dati relativi a domanda e offerta turistiche relativamente al quinquennio 2015-2019, il capitolo presenta una panoramica della situazione attuale e i progetti che la destinazione ha in serbo per rilanciarsi sul mercato turistico sia alla luce della crisi del settore termale che, dalla fine degli anni Novanta, ha interessato la categoria del termalismo, sia rispetto alla recente emergenza sanitaria.

CAPITOLO 1

IL TERMALISMO

1.1 Le origini dell'acqua termale

1.1.1 Conformazione geologica dell'Italia e della zona dei Colli Euganei

Circa 250 milioni di anni fa, nell'Era Paleozoica, esisteva un unico grande continente chiamato Pangea. Nell'era successiva, Mesozoico, la Pangea comincia a perdere la sua uniformità separandosi in placche tettoniche le quali, attraverso movimenti di divergenza e convergenza, si spostano. Alcune tendono a scivolare verso il basso, spinte da quelle composte da litosfera più densa e vengono sommerse da acque profonde. Conseguentemente, ha origine un oceano, noto come Tetide il cui fondale non è omogeneo, ma piuttosto articolato e dalla profondità variabile. I fondali nelle aree più lontane dai continenti sono composti da rocce vulcaniche provenienti dall'interno della Terra, i basalti (Zanichelli, 2011).

Le rocce che hanno avuto origine sul fondo della Tetide costituiscono gran parte del territorio italiano. La conformazione geofisica è recente: la penisola si trova lungo il margine che separa due placche, l'africana e l'euroasiatica, che convergono l'una verso l'altra da 50 milioni di anni. La struttura dell'Italia, dunque, è il risultato di una storia piuttosto complessa e che costituisce un processo di trasformazione in continuo divenire (Itinerari geologici attraverso l'Italia, 2011). Per comprendere e ricostruire la storia geologica della penisola italiana è necessario partire dallo studio delle rocce che costituivano i fondali della Tetide. Oltre ai basalti si sono depositati sedimenti grossolani e di diversa composizione che hanno dato origine a rocce tra cui marne, dolomie, calcari, arenarie e argille le quali tendevano a coprire i basalti e altre rocce antiche già depositate sul fondale. Con movimenti di subduzione, i basalti e le rocce più pesanti tendevano ad essere spinti all'interno della crosta terrestre mentre quelle più leggere, sedimentarie e metamorfiche, restavano in superficie e, sottoposte a movimenti continui, hanno dato origine alle catene montuose sollevandosi ed emergendo dal mare (Itinerari geologici

attraverso l'Italia, 2011).

Il territorio italiano è costituito prevalentemente da catene montuose le quali, una volta emerse dal mare, sono venute a contatto sia con agenti "esogeni" come il vento e le precipitazioni, sia con agenti "endogeni" che, invece, coinvolgono i movimenti interni della Terra. La formazione di Alpi e Appennini è complessa e, come affermato precedentemente, è il risultato dei movimenti di collisione e di sollevamento delle rocce. Nella struttura degli Appennini, è importante il ruolo giocato dall'apertura del Mar Tirreno che ne determina la rotazione antioraria e lo spostamento verso sud-est del settore calabro (Istituto Superiore per la Protezione e la Ricerca Ambientale, 2014).

Si colloca in quest'era geologica la formazione dei Colli Euganei, di genesi differente rispetto alle catene montuose sopra citate. Essi emergono come rilievi isolati nella Pianura Padana, si trovano a sud ovest della provincia di Padova ed occupano un territorio di circa 100 Km² (Pellegrini, 2004). Mostrano una netta discontinuità morfologica con la pianura circostante e molte sono le teorie circa la loro genesi mentre è evidente la loro origine vulcanica.

Secondo gli studi effettuati, sembra che la loro formazione si sia verificata a seguito di due cicli eruttivi. Il primo, collocabile nell'era dell'Eocene superiore, caratterizzato da una serie di eruzioni vulcaniche sottomarine con la fuoriuscita di lave basaltiche. Dopo un periodo di inattività, ebbe luogo la seconda fase eruttiva collocabile nell'era dell'Oligocene inferiore (Pellegrini, 2004). Essa avvenne in ambiente sottomarino ma generò la fuoriuscita di magma più viscoso, originatosi probabilmente dalla fusione del magma basaltico con la crosta terrestre. Il magma più pesante, basico, è rimasto sul fondo mentre quello più leggero e acido è potuto emergere ed è risalito arrestandosi in un bacino sotterraneo, di profondità variabile tra i 3000 e i 3500 mt (Pellegrini, 2004).

I Colli Euganei sono edifici subvulcanici estinti e sottoposti all'erosione che ne ha eliminato gran parte della copertura sedimentaria (Aurighi, Vittadello, 1999).

1.1.2 L'acqua termale: caratteristiche, origini e benefici

Una sorgente termale è una spaccatura, sia superficiale che sottomarina, della superficie terrestre dalla quale fuoriesce acqua a temperatura molto elevata. Essa non è presente solamente nei territori caratterizzati da vulcanismo ma anche in tutti i luoghi dove si verifica una risalita anomala del magma proveniente dal mantello verso la

superficie (Lamendola, 2014). L'acqua termale che sgorga dalle spaccature terrestri è caratterizzata da uno stato termico medio annuale superiore di almeno 4°C rispetto alla temperatura media dell'aria e di 2°C rispetto a quella media del suolo.¹ Ha particolari caratteristiche chimico-fisiche che la rendono idonea a fini terapeutici. Nelle regioni vulcaniche, anche laddove l'attività eruttiva è ormai cessata, e nei territori dove non sono presenti alcune manifestazioni di carattere magmatico sono diffuse le acque termali (Lamendola, 2014).

Alcuni esempi italiani: la città di Abano in prossimità dei Colli Euganei, nell'isola di Ischia, nei Campi Flegrei, Sirmione, Valdieri e Acqui.

In base ai criteri legati alla loro temperatura, al residuo fisso e alla composizione chimica è possibile classificare le acque termali in quattro (Terme italiane, 2020):

- fredde, acque con temperatura inferiore ai 20°C;
- ipotermali, raccolgono le acque termali la cui temperatura è compresa tra i 20°C e i 30°C;
- termali, con temperature comprese tra i 30°C e i 40°C;
- ipertermali, con temperature superiori ai 40°C;

La classificazione in base al residuo fisso, la quantità totale di soluto presente nell'acqua, le suddivide ulteriormente in quattro categorie (Terme italiane, 2020). È un criterio molto importante in quanto costituisce uno degli elementi fondamentali per le indagini sull'acqua termale.

Esse si suddividono come segue:

- acque minimamente mineralizzate, con residuo fisso inferiore a 50 mg/l;
- acque oligominerali, residuo fisso inferiore a 500 mg/l;
- acque minerali, con residuo fisso compreso tra i 500 e i 1000 mg/l;
- acque ricche di Sali minerali, residuo fisso superiore a 1500 mg/l.

L'ultima classificazione delle acque termali riguarda la composizione chimica del residuo fisso. In base al nome dell'elemento, o dell'insieme di elementi, che lo costituiscono l'acqua termale assume un nome diverso (Terme italiane, 2020).

Si procede ad elencarle:

¹ Gestione Unica del bacino idrominerario omogeneo dei Colli Euganei, *Il bacino idrominerario omogeneo dei Colli Euganei*, 2005.

- acque bicarbonatiche, tra le più diffuse in quanto sono reperibili sia nelle stazioni termali ma anche come acqua da tavola, quotidianamente consumate dall'uomo poiché favoriscono la digestione. Hanno origine dalle rocce calcaree e contengono prevalentemente bicarbonati e calcio, solfati, sodio e magnesio. Questa tipologia di acqua termale sgorga naturalmente nelle terme di Recoaro e Sangemini;
- acque salse o cloruro-sodiche, contengono prevalentemente cloro e sodio ma anche quantità inferiori di bicarbonato e magnesio. Sono acque che vengono impiegate per la cura di problematiche respiratorie e digestive. Si trovano ad Ischia e nella città di Montecatini;
- acque sulfuree, tra le più diffuse in Italia, vengono impiegate per la cura di disturbi dermatologici, respiratori e cutanei. Sono principalmente costituite da zolfo e ne consegue il loro odore poco gradevole. In Italia si trova frequentemente nelle località di: Riolo Terme, Sirmione, Tresscore Balneario, Acqui Terme, Tabiano, Saturnia, Bagno di Romagna;
- acque solfate, costituite prevalentemente da zolfo. Sono utilizzate per trattare i disturbi del fegato. Tra le sorgenti più famose si ricordano San Pellegrino, Boario e Chianciano;
- acque salso-bromo-iodiche, di origine salina e ricche di bromo, iodio e cloruro di sodio. Salsomaggiore Terme e Abano Terme sono le sorgenti più rappresentative.

Dal Piazz considera tre possibili origini dell'acqua termale: vadosa o geotermale, giovanile o profonda e mista. (Lamendola, 2014).

Prevale oggi l'idea del geologo francese Daubrée il quale attribuì all'acqua termale l'origine vadosa: le acque meteoriche, le prime acque di una precipitazione che non vengono assorbite, non evaporano ed erodono le superfici, scendono in profondità nel terreno e raggiungono zone di temperatura molto elevata. Esse si riscaldano, grazie al calore interno della Terra, il quale è direttamente proporzionale alla profondità: ogni 100 metri la temperatura aumenta di 3°C, il cosiddetto gradiente geotermico (Lamendola, 2014). In questa profondità le acque calde si arricchiscono di sostanze minerali per poi risalire in superficie spinte da diverse cause: la pressione idrostatica, il gas in sospensione, la forza d'espansione del vapore acqueo e la capillarità. Secondo Daubrée, dunque, l'acqua termale non è altro che la risorgenza di acque penetrate nel sottosuolo che si riscaldano grazie al calore interno terrestre. Altre, però, sono le ipotesi alla base dell'origine di queste

acque. Il geologo viennese Eduard Suess ipotizzò che fossero d'origine giovane e profonda, le cosiddette acque ipogene. Esse derivano dal processo di raffreddamento del magma presente nel sottosuolo (Lamendola, 2014).

Oggi si tende ad attribuire un'origine mista alle acque caldissime ritenendo, dunque, che esse siano una mescolanza di acqua di origine vadosa e giovanile (Lamendola, 2014).

Lo sfruttamento dei benefici dell'acqua termale hanno origini molto antiche. I trattamenti termali vennero descritti anche da Virgilio nell'Eneide e da Ippocrate nella sua opera nella quale si elogiavano gli ottimi rimedi contro le patologie dermatologiche e i benefici contro i dolori articolari e muscolari. L'acqua termale venne utilizzata a scopo curativo già all'epoca dei paleoveneti. Proprio per la sua importanza curativa, la legge italiana ha imposto il suo utilizzo solo a scopo curativo, considerato anche il fatto che non si tratta di una risorsa inesauribile. Per quanto riguarda la zona dei Colli Euganei, la Regione del Veneto ha emanato una legge che impone un limite di utilizzo agli stabilimenti termali i quali possono utilizzarne sono una determinata quantità all'anno sia per tutelare l'ambiente che per evitare che si estingua nel tempo (Thermae Abano Montegrotto, 2020).

1.1.3 L'acqua termale dei Colli Euganei

La zona dei Colli Euganei, così come alcuni territori ai piedi degli Appennini, è rinomata per la presenza di acqua termale nel sottosuolo che vi giunge con un percorso piuttosto articolato che ha inizio nelle Piccole Dolomiti, nelle Prealpi, l'Altopiano di Asiago, i Monti Lessini e i Colli Berici (Figura 1.1).

Le acque provenienti dalle precipitazioni e dallo scioglimento della neve, invece che scorrere in superficie verso valle, penetrano nel sottosuolo attraverso le fratture presenti nelle rocce e scendono in profondità. Essendo la pendenza dai monti alla pianura piuttosto consistente, le acque, ormai nel sottosuolo, proseguono il percorso verso valle raggiungendo una profondità di 3000 metri circa.

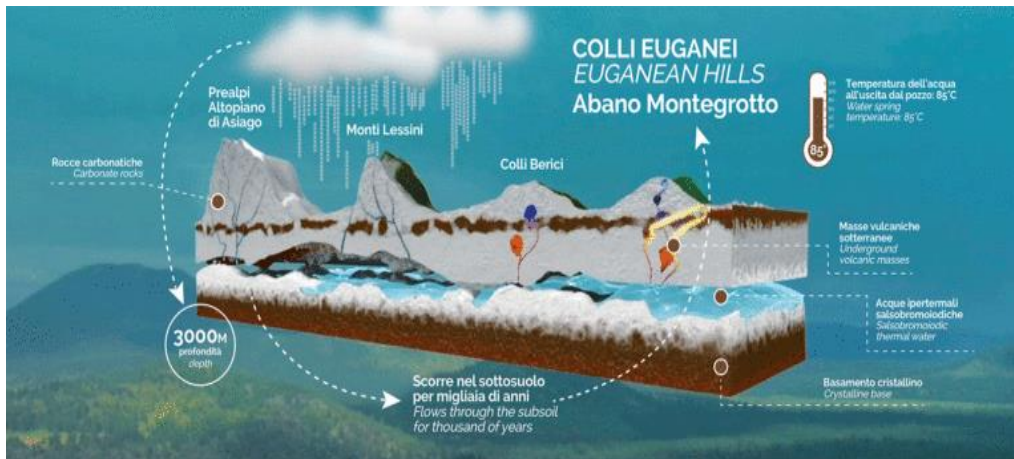


Fig. 1.1: percorso dell'acqua termale dalle Piccole Dolomiti ad Abano Terme (Centro Studi Pietro d'Abano)

Gli stabilimenti termali, sia situati negli alberghi che veri e propri luoghi di cura, utilizzano dei pozzi perforati nella roccia fino ad una profondità di 400-550 metri per raccogliere l'acqua termale dal sottosuolo tramite l'utilizzo di pompe. Attualmente i pozzi attivi nella zona di Abano sono 250.

1.2 Excursus storico: le terme dalle origini ai giorni nostri

L'uso dell'acqua termale a scopo curativo è apparso nel V secolo a.C. in Italia ma all'epoca dell'antica Roma, le terapie a base di acqua termale consistevano nel solo beneficio degli effetti del bagno, quindi pressione idrostatica, calore e galleggiamento con lo scopo di procurare un benessere fisico. Solo in epoca imperiale, si iniziarono a sfruttare le sorgenti termali per terapie specifiche e il concetto del semplice bagno in acqua termale diventa una vera e propria pratica terapeutica prescritta dai medici per alleviare i dolori e per garantire ai pazienti una vita più sana. È proprio all'epoca romana che le terme conoscono il loro più alto splendore e, con essa, si accompagna un'edilizia maestosa. Nell'antichità, le terme erano strutture pubbliche aperte a tutti, indipendentemente dal ceto sociale; le prime erano di dimensioni ridotte, mentre nel tempo divennero più grandi tanto da riuscire ad ospitare biblioteche, studi, solari, botteghe, giardini e luoghi di scambio culturale e commerciale. Come scrive Masetti (2011), le terme romane rappresentavano "quanto di più vicino possibile si può immaginare ad un luogo di benessere in senso moderno".

Con la caduta dell'Impero Romano, l'invasione dei Barbari e l'affermarsi del

Cristianesimo, inizia il declino rapido della cultura del termalismo a causa della rigidità della religione cristiana che non approvava la promiscuità e la nudità (Van Der Linden e Van Tubergen, 2001).

Anche l'epoca medievale risente dell'avvento del Cristianesimo e della sua cultura ma, nonostante ciò, si approfondiscono importanti tematiche riguardanti i trattamenti terapeutici e l'uso dell'acqua termale a scopo benefico. Ci si accorge presto che l'impiego di alcune erbe e medicinali non hanno lo stesso effetto curativo di quello che può avere l'acqua termale in termini di alleviamento di dolori e benessere fisico, in generale nudità (Van Der Linden e Van Tubergen, 2001). È in questo periodo storico e con conoscenze in campo medico, chimico e fisico più dettagliate rispetto ai secoli precedenti che si cominciano a studiare le acque termali classificandone per composizione, temperatura e potenzialità in modo da poterle utilizzare, in modo mirato, nelle terapie. Grazie a questi studi e alle classificazioni delle acque, si amplia lo spettro della metodica. Nuove tecniche vengono impiegate, tra cui le inalazioni di vapori, le terapie inalatorie e sudatorie e l'applicazione dei fanghi.

Il Rinascimento, nonostante si siano approfondite le ricerche in merito alle cure termali e ai suoi preziosi benefici, non riporta risultati interessanti e differenti rispetto ai precedenti studi eseguiti nel periodo medievale (Masetti, 2011).

Con lo sviluppo della medicina e l'affermarsi dei metodi sperimentali, si comincia nel '700 a studiare nel dettaglio, grazie anche alle nuove conoscenze in campo chimico, la composizione delle acque minerali. La pratica del termalismo rinasce il secolo successivo e riscopre i suoi antichi benefici. Le terme tornano ad essere luoghi di svago, di rilassamento e di scambio culturale e sociale, come lo erano nell'antica Roma. Le strutture vengono adornate con parchi e piscine lussuose, ampliate assumendo quasi le sembianze di templi del benessere e dello svago nudità (Masetti, 2011). Nel '900 diventano strutture elitarie che chiamano a raccolta esclusivamente chi appartiene ai ceti più alti della società. Solo negli anni seguenti, le strutture iniziano a raccogliere anche gli appartenenti ai ceti medi.

Oggi il termalismo ha assunto un'importanza davvero notevole. I centri benessere e le strutture termali sono un presidio medico grazie alla loro efficacia (Masetti, 2011).

Le tecniche e le terapie moderne sono riuscite a migliorare e risolvere alcune patologie che spesso la medicina tradizionale fatica a distinguere e curare. Il beneficio dell'acqua termale, oltre ad avere funzionalità mediche, è un ottimo rimedio alla vita

frenetica che l'individuo moderno si trova ad affrontare regalandogli benessere sia a livello fisico che a livello psicologico.

1.3 Il termalismo

1.3.1 L'evoluzione del termalismo

L'enciclopedia Treccani definisce il termalismo come “l'attività terapeutica svolta in stabilimenti (terme) dove, in funzione delle proprietà terapeutiche o igieniche speciali loro riconosciute, si pratica la pozione di acque minerali, si utilizzano fanghi caldi sia naturali sia preparati artificialmente, limi, muffe e simili (fangoterapia), si sfrutta la presenza di grotte in particolari condizioni di temperatura e umidità”.

L'Italia si può sicuramente classificare come Paese leader per il termalismo. Molte, infatti, sono le destinazioni termali che hanno contribuito a quest'immagine. Salsomaggiore Terme, Ischia, Fiuggi, Montecatini Terme e le Terme Euganee ne sono gli esempi principali.

Le località termali, diventate vere e proprie destinazioni turistiche, sono presenti in tutte le regioni italiane e hanno vissuto l'evoluzione del termalismo da pratica ludica ad un modello assistito (Cannizzaro e Corinto, 2017). Il sistema termale moderno può dirsi di struttura complessa: alcuni stabilimenti, infatti, oltre alle attività termali tradizionali, svolgono anche attività di imbottigliamento dell'acqua, servizi benessere e di cosmetica, fitness e servizi sanitari. Solo intorno al 1900, in epoca moderna, il termalismo diventa un vero e proprio prodotto turistico capace di attirare visitatori da diverse parti del mondo. Nell'evoluzione del termalismo (Figura 1.2) si evidenziano sei generazioni di attività termali che ora procederà a trattare (Zollo, 2014).

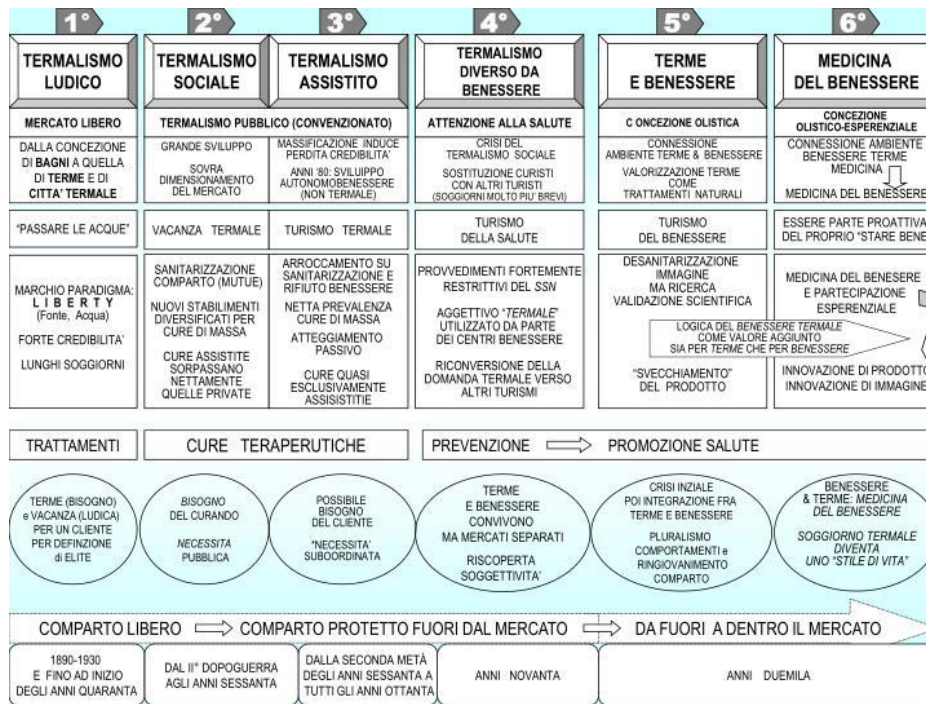


Fig. 1.2: l'evoluzione del termalismo da pratica ludica a medicina del benessere (Federterme, 2017)

Come già menzionato nel paragrafo precedente, originariamente il termalismo era considerato una pratica elitaria il cui scopo non era solo terapeutico ma anche orientato al relax e al divertimento. Lo si identifica come *termalismo ludico* e inizia ad avviarsi verso un'idea di allargamento del soggiorno che sia un'occasione di incontro politico in strutture di lusso ma anche un luogo dove poter socializzare (Zollo, 2014). Membri dell'aristocrazia, politici e regnanti erano soliti frequentare tali strutture nei periodi estivi perché affascinati dal gusto del bello, dai viaggi e al senso di benessere che l'acqua termale trasmetteva. Il termalismo viveva dunque il suo periodo d'oro e non era la presenza dell'acqua termale a costituirne il principale motivo d'attrazione ma, piuttosto, iniziava a rappresentare un determinante per la differenziazione rispetto alle altre destinazioni (Cannizzaro e Corinto, 2017). È negli anni di passaggio tra l'Ottocento e il Novecento, il cosiddetto *termalismo sociale*, che l'acqua termale diventa prodotto medicale, utilizzata ai soli fini terapeutici. Di conseguenza, le località termali perdono di attrattività e dei segni distintivi di quel turismo *elegante* ed elitario tipici del periodo precedente. Si verifica, dunque, un passaggio dal termalismo sociale a quello *assistito* nel quale si rifiuta l'idea di integrare presso le strutture termali, i trattamenti del "benessere", arroccandosi esclusivamente sulla sanitarizzazione. È il periodo delle cure di massa il cui accesso è facilitato dal contributo del Servizio Sanitario Nazionale. L'attività termale conosce una

crisi profonda data dalla concorrenza delle nuove beauty farm, SPA e centri benessere che propongono cure cosmetiche e trattamenti estetici attirando i consumatori alla ricerca sempre più assidua di relax.

Una seconda fase di crisi, tra gli anni Ottanta e Novanta, ha riguardato le misure restrittive che il Servizio Sanitario Nazionale ha introdotto abolendo le concessioni di ferie aggiuntive e inserendo l'adozione di un ticket per la realizzazione delle cure. Il comparto termale, di fronte alla crisi che l'ha coinvolta, ha rivalutato la sua offerta, diversificandola e vede l'integrazione tra termalismo e benessere. Il ruolo dei centri termali come luoghi di cura di patologie attraverso l'uso dell'acqua termale andava fortemente difeso ma con un obiettivo diverso, orientato alle nuove esigenze della domanda: le cure non dovevano più essere intese solo in termini di terapia ma avrebbero dovuto abbracciare una concezione più olistica che mirasse all'idea del *prendersi cura* dell'individuo nella sua totalità (Dai Prà, 2013). Dalla prevenzione della malattia, dunque, si passa alla promozione dello stato di salute dell'individuo attraverso l'utilizzo di trattamenti che consentano la stimolazione della mente e del corpo in ambienti favorevoli e, soprattutto, lontani dalla realtà quotidiana.

Oggi, l'attività termale non è considerata solo come lo strumento per mantenersi in salute ma è identificabile con la più ampia concezione di benessere, o più precisamente *benessere termale*. In questo modo si incrociano le pratiche del termalismo con il turismo della salute comprendendo le attività sportive che mirano alla promozione del benessere psico-fisico della persona (Guraziu; 2012). Al concetto di *benessere* non è stata, ancora, attribuita una chiara definizione ma può essere collegato allo *stare bene* in generale, alla salute sia fisica che psicologica. L'evoluzione del settore termale, in questo senso, ha contribuito all'aumento dell'offerta turistica nei mercati sia nazionale che europeo. Negli ultimi anni si è verificata una crescita nel numero di turisti che preferisce abbinare ai trattamenti curativi, una vacanza all'insegna del benessere psicofisico. È importante che, al fine di evitare un'omologazione e appiattimento dell'offerta, gli stabilimenti termali e i centri benessere, per differenziarsi, propongano al mercato un prodotto *benessere termale* che crei valore aggiunto e che integri alle proposte tradizionali medico-termali, nuove pratiche di benessere e di medicina alternativa quali massaggi orientali, omeopatia, aromaterapie per citarne alcune. Si può, dunque, parlare ora di un nuovo termalismo, dove la ricerca dell'equilibrio psicofisico mira a diventare un elemento fondamentale

andando oltre la semplice cura di patologie, campo prettamente medico.

1.3.2 I clienti e i pazienti degli stabilimenti termali

L'evoluzione del termalismo ha procurato un'inevitabile confusione nella definizione e identificazione dei frequentatori delle strutture termali. La tendenza è quella di individuare i destinatari delle prestazioni come clienti e, dunque, il *cliente termale* sarebbe colui che si serve di quelle a base di acqua termale (Guraziu, 2012). Nel periodo del cosiddetto termalismo assistito, negli anni Settanta, colui che si avvaleva delle cure termali era chiamato *paziente* mentre, negli anni Ottanta, venne identificato come *curando*, termine ancora attuale nei documenti emanati dal Servizio Sanitario Nazionale.

A seguito della recente sovrapposizione tra terme e benessere si individuano differenti fruitori identificabili in tre gruppi (Guraziu, 2012):

- *Curando*, termine utilizzato già negli anni Ottanta, identifica colui che usufruisce delle prestazioni termali a scopo terapeutico. È importante però distinguere i curandi residenti nel comune termale, ovvero i *pendolari temporanei*, da coloro che, invece, provengono da altre località.
- *Curisti*, categoria complessa che raccoglie in sé sia i curandi che i turisti; coloro che, dunque, si recano in una destinazione termale per fruire dei servizi terapeutici ma approfittando dei servizi aggiuntivi (medicina estetica, massaggi orientali, per citare alcuni esempi). Essi alloggiano nelle strutture ricettive locali.
- *Turisti non curandi*, sono principalmente gli accompagnatori di coloro che si recano negli stabilimenti per usufruire delle cure.

Sono proprio i curandi ad aver costituito i primi movimenti turistici termali. Le cure di cui avevano bisogno li portavano a spostarsi nelle località termali dove avrebbero alloggiato per usufruire delle terapie con l'utilizzo dell'acqua termale. Per gli anziani, in particolare le donne, i viaggi a scopo curativo e dietro prescrizione medica che ne garantivano la gratuità del servizio, costituivano spesso una rara occasione di visitare luoghi diversi dalla città abituale e, soprattutto, di allontanarsi dagli impegni familiari e domestici (Guerrini, Porro, Cristini, 2014). Oggi, per accedere alle cure termali in Italia, gli assistiti hanno diritto a ricevere, a carico del Servizio Sanitario Nazionale, un ciclo di cure termali nell'arco dell'anno. La proposta-richiesta dev'essere rilasciata dal medico di famiglia.

Il termalismo e il turismo termale sono piuttosto due concetti distinti. Il termalismo si è sviluppato autonomamente identificandosi come branca della fisioterapia che si occupa di effettuare cure per l'organismo con l'utilizzo dell'acqua termale mentre il turismo termale, identificato come la *versione commerciale* del termalismo, comprende terme, vasche e massaggi, saune e docce termine e strutture ricettive. Gli stabilimenti, comunemente identificati come SPA, non sono collocati solo dove sgorga l'acqua termale ma anche in altre città dove viene erogata anche artificialmente.

La separazione tra le due correnti ha procurato confusione tra i consumatori ai quali risulta, oggi, difficile distinguere le SPA, le beauty farm e i centri benessere, preferendo identificarli come sinonimi e strutture che erogano lo stesso tipo di servizio.

Ora il turismo termale è inteso come formula unica di un'offerta rivolta al turista-viaggiatore alla ricerca di una vacanza che abbinò il benessere al relax. La nuova idea di turismo termale si discosta molto dall'originale concetto romano, inteso come luogo ideale dov'era possibile unire il benessere e il relax alla socializzazione, in attività ludico-ricreative. È di origine remota, dunque, la caratteristica delle terme e del turismo termale di unire la ricerca del benessere alla visita dei luoghi, facendo convergere l'ambiente e la salute in un rapporto stretto (Zollo, 2014).

CAPITOLO 2

IL TURISMO TERMALE

2.1 Il concetto di “salute” e il turismo della salute

La visita alle sorgenti d'acqua termale e i viaggi a scopo medicale sono la più antica forma di turismo. Lo scopo di tali viaggi era prettamente curativo, solo successivamente si è esteso alla più ampia concezione di benessere. Ora, accanto ai tradizionali trattamenti per la cura del corpo, si sono fatti strada diventando parte del prodotto turistico del benessere anche sport come il ciclismo, il golf e le camminate all'aria aperta (Boekstein, 2014).

La maggior parte dei turisti viaggia per evadere dall'ambiente quotidiano, sia fisicamente che mentalmente, alla ricerca degli elementi che gli mancano al raggiungimento di uno stato di tranquillità. Il turismo della salute ha riconosciuto nell'individuo il bisogno di affiancare al desiderio di evasione dalla quotidianità, la necessità di mantenere o recuperare il benessere personale. Il viaggio a scopo salutistico ha modificato, dunque, il suo modo di essere. Smith e Puczkó (2009) affermano che può contribuire, infatti, a tutti gli aspetti della salute se si considerano i benefici che esso può procurare sia a livello fisico, con il rilassamento, che mentale. Inoltre, può stimolare la socialità perché spinge le persone a conoscere nuovi luoghi, nuove culture e interagire con altri turisti e con le comunità locali. Il focus, ora, non è più sull'aspetto curativo che questo tipo di turismo può procurare, quanto sulla prevenzione e sul mantenimento di un buon stato di salute dell'individuo. I legami tra salute e turismo sono vari e numerosi: basti pensare ai viaggi verso altri Paesi per trattamenti di chirurgia estetica o, più semplicemente, per interventi medici. I trattamenti a base d'acqua termale e le strutture che ospitano tali servizi sono sempre più presenti nelle località termali e fanno ormai parte del prodotto turistico del turismo termale.

Per comprendere meglio il *turismo della salute* nella sua globalità, bisognerebbe cominciare, prima, col definire il concetto di *salute*. Secondo l'Organizzazione mondiale

della sanità (OMS), la salute è “uno stato di completo benessere fisico, mentale e sociale e non la semplice assenza dello stato di malattia o infermità” (OMS, 2020).

Il turismo della salute si è diffuso globalmente e ha introdotto una nuova concezione *dell'andare in vacanza*: si parte per tornare come *nuovi* e, infatti, nei consumatori si sta diramando sempre di più l'idea che il *sentirsi bene* possa contribuire alla loro soddisfazione della vita (Boekstein, 2014). A livello internazionale, infatti, il fulcro del turismo termale si è spostato verso le attività di tipo wellness, o del benessere, il cui scopo si discosta ormai dall'essere prettamente curativo ma piuttosto ricreativo.

Le definizioni di *turismo della salute* sono molteplici, esamineremo quella più rilevante per la presente ricerca. Smith e Puczkó (2015) lo definiscono come la forma di turismo che si focalizza sulla salute fisica ma che migliora anche il benessere mentale e spirituale, rafforzando nell'individuo la capacità di soddisfare i suoi bisogni e di adattarsi meglio all'ambiente e alla società nei quali è inserito. Ancora oggi, però, il termine *turismo della salute* è poco chiaro: è indubbio dove finisca il lato *medico* e dove cominci *il turismo*. Infatti, secondo il report del Global Wellness Institute (novembre 2018), il turismo della salute può essere considerato come la combinazione di tre “categorie”:

il *turismo medicale*, coinvolge le persone che si spostano dal loro Paese di residenza con il preciso scopo di accedere a trattamenti medici.

il *turismo del benessere*, o *turismo wellness*, coinvolge, invece, sia le persone che viaggiano per perseguire attività volte al mantenimento della salute personale e del benessere, sia coloro che cercano esperienze e terapie uniche, “autentiche” e, spesso, non disponibili nel territorio di residenza. Il termine *wellness* deriva, infatti dalla combinazione di *wellbeing* e *fitness*.

lo *spa tourism* si basa principalmente sul rilassamento, la respirazione e il miglioramento della salute nelle strutture identificate come *spa* le quali utilizzano tecniche medico/curative e preventive.

In Italia è nata molta confusione in merito a questo settore e ai luoghi dove i servizi possono essere erogati. Si parla di “terme”, “centri benessere”, “beauty farm”, “resort”, “spa” come se fossero concetti intercambiabili (ISPA, 2017). In Italia, la parola “terme” è molto sfruttata e usata con diversi significati quando, in realtà, sono semplicemente i luoghi dove si trova una fonte d'acqua calda la quale viene utilizzata in più modi a scopo terapeutico, in ambito medico.

La parola *spa*, invece, si attribuisce tradizionalmente alle strutture termali anche se la sua

origine è ancora incerta in quanto il suo significato è cambiato negli anni. Dovrebbe corrispondere all'acronimo latino *sanitas per aqua o*, probabilmente, dalla parola vallona *espa* che significa "fontana". L'associazione delle spa europea, ESPA, definisce le spa come "una sorgente d'acqua minerale oppure un luogo, o stabilimento, dove si trova una sorgente" (ESPA, 2020). Oggi, ormai, qualsiasi struttura che eroga servizi legati al mantenimento della salute vengono chiamate spa. Per questo motivo, risulta difficile trovare una definizione unitaria in quanto assume interpretazioni differenti relativamente alle varie parti del mondo. Se in Europa, soprattutto centrale e nei paesi germanofoni, la spa è legata ai bagni termali in stabilimenti che erogano servizi medici, negli Stati Uniti, invece, il termine è usato in relazione ai luoghi che danno la possibilità di rilassare la mente e il corpo anche senza l'utilizzo di acqua termale. L'idea del turismo della spa ha mutato la sua concezione, rispetto alla tradizione. Becheri (2012) lo definisce piuttosto come *turismo del benessere termale* che include tecniche e trattamenti nuovi come massaggi, possibilità di svolgere attività sportiva, trattamenti detossinanti, terapie a base di acqua salata, dietetiche, fisioterapia e idroterapia e tecniche di rilassamento. A questo proposito, per venire incontro alle nuove esigenze della domanda, molte strutture termali europee hanno considerato l'idea di riposizionarsi all'interno del mercato spostando il loro focus dall'erogazione di trattamenti a scopo prettamente curativo, a tecniche per il mantenimento di un buon stato di salute, in modo più ricreativo. Tutto ciò è stato effettuato anche per attirare i giovani visitatori che, alle località termali, preferiscono di gran lunga le vacanze al mare.

Secondo l'indagine condotta nel 2017 dalla Direzione generale delle Politiche interne dell'UE, lo *spa tourism* si potrebbe trovare nel mezzo tra il turismo medico e del benessere in quanto risponde ai bisogni di entrambi i segmenti di mercato: alle esigenze delle persone malate alla ricerca di trattamenti terapeutici specifici, promuovendo, anche, servizi per i clienti sani che desiderano un soggiorno salutare. Questo perché il turismo nelle *spa* ha lo scopo sia di prevenire le malattie e, allo stesso tempo, di mantenere un buono stato di salute del corpo dell'individuo.

La forma più antica e più riconosciuta all'interno del turismo della salute e del benessere è il turismo termale (Forace, 2012). In Italia sono molte le destinazioni e le strutture che erogano servizi per la salute impiegando le acque termali.

2.2 Il turismo termale

2.2.1 Definizione ed evoluzione

Il turismo termale è considerato “una componente del turismo della salute che di solito comprende la fornitura di acque termali destinate ad aiutare a superare varie condizioni mediche, nonché una gamma sempre più ampia di prodotti aggiuntivi per il fitness e la cosmesi, derivanti da un significativo cambiamento psicografico verso stili di vita sani” (Erfurt-Cooper, Cooper, 2009).

Il “turismo termale della salute” è, dunque, una combinazione delle tre tipologie di turismo elencate precedentemente. A creare il luogo ideale per la guarigione è la combinazione di più elementi tra cui gli effetti benefici dell’acqua termale abbinati alle terapie e rimedi naturali, il clima ottimo, l’interazione sociale e attività salutari come la camminata, l’arrampicata e il nuoto.

Sono due i profili dei viaggiatori che costituiscono il target di riferimento del mercato termale. I viaggiatori *primari* viaggiano con lo scopo di migliorare la propria condizione psicofisica e l’offerta di questi servizi costituiscono la chiave decisionale in merito alla scelta della destinazione. I viaggiatori *secondari* non hanno come obiettivo primario il benessere personale ma desiderano tenersi in forma e usufruire di trattamenti e attività benefiche durante i viaggi (Zuccarello, 2020).

Le ragioni principali della rapida crescita di questo settore turistico sono legate a fattori demografici, sociali ed economici.

A livello demografico, si è verificato un chiaro aumento dell’invecchiamento della popolazione, principalmente in Europa dove gli adulti hanno iniziato a prendere in considerazione più seriamente la propria salute. I consumatori ricercano prodotti, con una prospettiva olistica, che permettano loro di ritrovare il proprio benessere a livello fisico, psicologico e spirituale ma anche di ottenere una qualità della vita migliore, aumentandone la durata. Secondo Mintel (2007), entro il 2050 il numero degli over 55 raggiungerà il numero di 2,6 miliardi, circa il 28% della popolazione globale. Inoltre, si prevede un allungamento dell’aspettativa di vita: 80 anni per gli uomini e 86 per le donne (Forace, 2012).

A livello sociale ed economico, si sono susseguiti numerosi cambiamenti nello stile di vita degli individui. I viaggiatori, ora, nutrono una crescente propensione a scoprire altre

culture ed immergersi nelle realtà diverse da quella che conoscono, specialmente nei Paesi stranieri ed è per questo motivo che molte catene alberghiere hanno installato, nelle strutture, centri benessere che forniscono massaggi, trattamenti e percorsi spa. La crisi economica del 2008 ha procurato, inevitabilmente, maggiori pressioni a livello psicofisico e, conseguentemente, un indebolimento dello stato di salute. Ciò ha procurato negli individui la necessità di spostarsi alla ricerca di nuove soluzioni per evadere dalla quotidianità e alleggerire l'alto carico di stress. Il comune denominatore è stato il desiderio di rallentare, semplificare e trovare un nuovo senso della vita (Garcia, Rama, 2016).

Un altro fattore che ha contribuito allo sviluppo del turismo della salute è la diminuzione del consumo di farmaci e, dunque, l'inizio della promozione di servizi e prodotti non solo a scopo curativo, ma principalmente, in questa nuova fase, a scopo preventivo. È per questo motivo che si parla di passaggio dal concetto di salute "passiva" a salute "attiva", nel quale la cura viene sostituita dalla prevenzione.

La globalizzazione del fenomeno si può considerare come l'ultimo fattore dell'evoluzione del turismo della salute perché ha contribuito non solo allo scambio di servizi ma anche di culture. La sua diffusione e l'interesse sempre maggiore dell'individuo nei confronti della propria salute hanno procurato un incremento nella domanda di terapie alternative, quali bagni termali, trattamenti a base di fanghi, massaggi, a supporto delle pratiche tradizionali a base di farmaci. Si stima che, nei prossimi anni, la richiesta, a livello globale, di turismo *wellness* continui ad aumentare. Nella diffusione dell'idea che il benessere psicofisico si possa raggiungere anche attraverso nuove esperienze hanno contribuito, in maniera evidente, il marketing e la promozione. Esse, unite all'aumento della disponibilità di spesa dei viaggiatori rispetto al passato, hanno avvicinato la domanda verso il turismo del *wellness* (Zuccarello, 2020).

2.2.2 Dati globali e nazionali

Secondo l'indagine del Global Wellness Institute (2018), il turismo del benessere rappresentava, nel 2017, un mercato di circa 564 miliardi di euro ed un volume di 639,4 miliardi di dollari nel 2017. Il settore termale è cresciuto del 6,5% dal 2015 al 2017. In termini di fatturato, da 44 miliardi di euro registrati nel 2015 a 48,6 miliardi nel 2017 e in termini di quantità di stabilimenti termali da 27.507 a 34.057. Si stima che i viaggiatori

abbiano intrapreso 830 milioni di viaggi per il wellness nel 2017 rispetto ai 691 del 2015. L'aumento è stato dovuto a seguito dell'espansione della classe media globale e al desiderio che spinge gli individui a cambiare stile di vita orientandosi verso un approccio più salutare e un turismo di tipo esperienziale.

L'Europa si classifica al primo posto come destinazione prescelta per i viaggi (Figura 2.1) del benessere, mentre, a primeggiare nelle spese è il Nord America. L'Asia, invece, è stata coinvolta da una rapida crescita della domanda come conseguenza della forte economia e della classe media in espansione (Zuccarello, 2020).

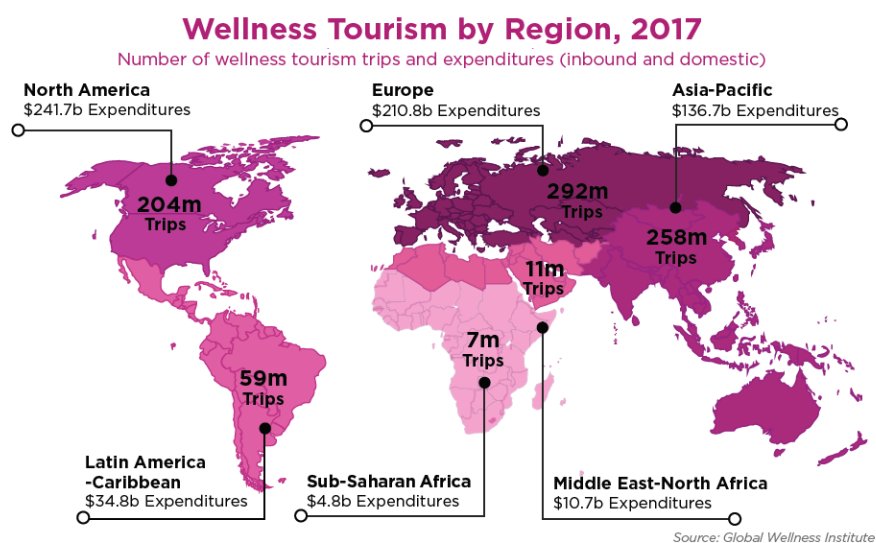


Fig. 2.1: i numeri del turismo wellness a livello globale
(Global Wellness Institute, 2017)

Sempre secondo il GWI, un numero crescente di viaggiatori, che adottano il benessere come chiave decisionale per la loro vacanza, sta contribuendo alla rapida crescita del turismo del benessere. Si stima che, fino al 2022, il tasso medio annuo aumenterà del 7,5%, più velocemente del 6,4% previsto per il turismo globale. Si prevede inoltre che la spesa dei turisti raggiungerà i 919 miliardi di dollari e, conseguentemente, i viaggi crescano dell'8,1% all'anno fino a raggiungere la quota di 1,2 miliardi nel 2022. Il GWI afferma che "questa previsione di crescita è ben allineata con quella prevista in molti settori che si concentrano sul benessere e la salute olistica, ad esempio alimentazione sana, fitness per il corpo e alimenti biologici, poiché un numero sempre maggiore di consumatori adotta il benessere come valore dominante dello stile di vita e come motore

decisionale” (Global Wellness Institute, novembre 2018).

Secondo le previsioni future (Figura 2.2), oltre metà della crescita della spesa per il turismo del benessere, prevista fino al 2022, coinvolgerà l’Asia-Pacifico, il Medio Oriente, l’Africa del Nord, l’America latina-Caraibi.

Wellness Tourism Growth Projections, 2017-2022

	Projected Expenditures (US\$ billions)		Projected Average Annual Growth Rate
	2017	2022	2017-2022
North America	\$241.7	\$311.3	5.2%
Europe	\$210.8	\$275.0	5.5%
Asia-Pacific	\$136.7	\$251.6	13.0%
Latin America-Caribbean	\$34.8	\$54.7	9.5%
Middle East-North Africa	\$10.7	\$18.7	11.8%
Africa	\$4.8	\$8.1	11.1%
Total Wellness Tourism Industry	\$639.4	\$919.4	7.5%

Fig. 2.2: le prospettive del turismo wellness dal 2017 al 2022
(Global Wellness Institute, 2017)

A livello europeo, nel 2017, superato solo dal Sud-Est asiatico, il mercato termale italiano si posiziona al secondo posto vantando una cultura del benessere molto antica. In Europa sono 6000 le strutture termali che fatturano un totale di 18,7 miliardi, aumentato del 5% rispetto al 2015, e oltre 438 mila i posti di lavoro nel settore.

A livello internazionale, i Paesi con l’offerta del benessere e un movimento turistico più significativi si trovano in Europa, nello specifico nell’area mediterranea e nei paesi germanofoni, in Nord America e nel Sud-Est asiatico i quali totalizzano insieme il 95% del fatturato mondiale dell’interno comparto termale. Secondo Friedl e Zsigmond (2007, Csirmaz - 2015), a creare il background sociale della domanda e dei prodotti nel comparto del benessere sono stati alcuni fattori rilevanti come le trasformazioni demografiche, la spiritualizzazione e l’apprezzamento di stili di vita sani in risposta ai ritmi sempre più frenetici e all’aumento dello stress psicofisico che colpisce la maggior parte degli individui. La favorevole performance economica degli ultimi anni sta portando il settore del benessere a diventare uno dei settori turistici in più rapido sviluppo ma la sua crescita è stata graduale. Se il 2012 aveva portato con sé una notevole incertezza dal punto di vista

economico, il numero di arrivi turistici, invece, è stato di 1.035 a livello globale con 4% di tasso di crescita e con i ricavi turistici internazionali pari a 838 miliardi di euro.²

In occasione del centenario di Federterme, avvenuto nel novembre 2019, è stato possibile fare il punto della situazione a livello italiano circa gli sviluppi del mercato termale degli ultimi anni. Il mercato termale italiano, su scala internazionale, si posiziona al 5 posto con 1,5 miliardi di euro con 768 strutture termali ed è stato superato solo da Cina, Giappone, Germania e Russia.

2.2.3 La domanda e l'offerta termale, i consumatori e le motivazioni

La domanda e l'offerta del turismo sanitario globale hanno visto dei cambiamenti e hanno iniziato ad accostare al tradizionale turismo della salute e termale, anche le nuove tendenze di servizi wellness e fitness sempre più richieste dai consumatori perché divenute popolari. Il bisogno di uno stile di vita più sano in risposta all'aumento dello stress, la consapevolezza e la responsabilità individuale per la propria salute portano gli esperti a parlare di una crescita sostanziale e più dinamica di questa *moderna* forma di turismo, rispetto al tradizionale turismo della salute dei secoli precedenti.

L'offerta di turismo termale nei *thermal resorts* è diventata, negli anni, sempre più varia. Essa si compone di attività e trattamenti di vario genere. Accanto alle tradizionali piscine d'acqua termale, i resort offrono un insieme di trattamenti tra cui la balneoterapia e l'idroterapia, trattamenti di bellezza, massaggi e terapie per il rilassamento. Inoltre, essi sono dotati di attrezzature per lo svolgimento dell'attività fitness e per il divertimento come per esempio parchi acquatici. Essi, infatti, in questo modo possono attirare diversi segmenti del mercato: vengono incontro sia alle esigenze dei più piccoli, offrendo loro attività di divertimento presso i centri acquatici, ma anche agli adulti alla ricerca di un'evasione piacevole dallo stress della quotidianità.

I consumatori del turismo del benessere non appartengono più ad un mercato di nicchia ma, come detto anche precedentemente, il loro numero cresce in misura sempre maggiore considerata la rapida espansione del settore negli ultimi anni. Alcune indagini condotte dall'ISR³ stimano che nei 30 Paesi più industrializzati, a livello globale, ci siano già oltre 289 milioni di consumatori del comparto wellness.

² Éva Csirmaza, Károly Pet, *International Trends in recreational and wellness tourism*, 2015, University of Debrecen, Faculty of Economics and Business Administration

³ ISR, investimenti sostenibili e responsabili. Dall'acronimo inglese SRI, sustainable responsible investments.

Essi possono essere visti come segue (Tabella 2.1), anche in base alle loro motivazioni:

- *Sickness reactors*: consumatori che non hanno una buona condizione di salute e cercano nuovi metodi per alleviare il dolore o per la cura della loro condizione. Costituiscono un segmento piuttosto ampio e non si considerano frequentatori abituale delle terme. La loro entrata nelle spa e centri termali può avvicinarli a nuove tecniche e trattamenti alternativi.
- *Wellness-focused*: sono interessati a migliorare la propria forma fisica e a mantenere uno stile di vita sano. Tendenzialmente il segmento comprende consumatori benestanti. Sono disponibili a sperimentare nuove tecniche di trattamenti alternativi perché hanno la disponibilità economica e il tempo necessari. Per loro le terme non sono un servizio di lusso e le frequentano abitualmente per rallentare l'invecchiamento del loro aspetto.

I SEGMENTI DEL TURISMO WELLNESS		
<i>Sickness reactors</i>	<i>Wellness-focused</i>	
<i>Periphery</i>	<i>Mid-level</i>	<i>Core</i>
<ul style="list-style-type: none"> - i consumatori "principianti", inesperti, nel campo del turismo del benessere e della salute. Più sensibili al prezzo e facilmente accontentabili - aspirano ad un coinvolgimento maggiore ma il loro comportamento non segue ancora le loro aspirazioni - sono per lo più <i>reattivi</i> piuttosto che <i>proattivi</i> 	<ul style="list-style-type: none"> - moderatamente coinvolti in uno stile di vita di salute e benessere - tendono a seguire le nuove tendenze - acquista grandi quantità di prodotti sia convenzionali che per la salute - ancora un po' preoccupati per il prezzo e la convenienza ma sono anche guidati dalla conoscenza e dall'esperienza 	<ul style="list-style-type: none"> - i più coinvolti in uno stile di vita sano orientato al benessere - critici e alla ricerca di alti livelli, perché esperti del settore e possono fungere da guida agli altri consumatori - la salute e il benessere sono per loro le principali priorità della vita - sono spinti da sostenibilità e autenticità

Tab. 2.1: i segmenti del turismo wellness

(Fonte: International Trends in recreational and wellness tourism, 2015)

Negli ultimi anni, la generazione dei *baby boomer*, coloro nati tra il 1946 e il 1964, ha costituito il segmento dominante della domanda turistica termale perché sono più propensi a viaggiare e perché hanno un reddito medio maggiore rispetto alle altre generazioni (Forace, 2012). Secondo un'indagine condotta dall'ISPA nel 2007, erano

tradizionalmente le donne a costituire la clientela predominante che contava più del 70% delle visite. Non solo i *baby boomer* ma anche la cosiddetta *generazione X*, che comprende i nati tra gli anni '60 e '80, sta diventando un segmento crescente della domanda turistica termale. Ora, l'obiettivo del turismo termale è quello di avvicinare a sé anche i giovani, sebbene risulti più difficile a causa della minore disponibilità economica.

Il CENSIS⁴ ha condotto un'indagine nel marzo 2016 per capire quali fossero le motivazioni che spingessero i consumatori a scegliere una spa o un centro benessere. L'indagine, condotta nel contesto italiano, ha preso un campione di 1514 individui maggiorenni. Dai risultati è emerso che la motivazione principale che spinge gli italiani a scegliere i centri benessere e le spa è la visione olistica dello star bene con sé stessi, il recupero di sé e della tranquillità a livello psicofisico. Da questo punto di vista, è compito delle strutture ricettive pensare ad un'offerta allargata che comprenda anche tutto ciò che a che vedere col benessere interiore, non solo del corpo.

È risaputo che, il ritmo piuttosto frenetico della vita odierna, alla quale gli individui sono sottoposti, procura un indebolimento e se, tradizionalmente, la frequentazione dei comparti termali era vista come un bene di lusso che solo pochi potevano permettersi, al giorno d'oggi è considerata proprio una necessità alla quale l'individuo non dovrebbe rinunciare per recuperare forze ed energie (Forace, 2012).

Le motivazioni che spingono gli individui verso il comparto del benessere termale possono essere suddivise in due grandi categorie: fisiche e psicologiche.

Le motivazioni fisiche comprendono sia il desiderio di relax e fuga dallo stress della quotidianità, sia la ricerca di trattamenti contro l'invecchiamento del corpo, le diete e gli esercizi per il mantenimento di un buono stato fisico.

Accanto alle motivazioni fisiche, prendono posto quelle psicologiche. Ora, sempre più, l'individuo si avvicina alle pratiche del benessere per trovare tranquillità interiore, per alleggerire lo spirito e la mente da tutto ciò che la quotidianità porta con sé. Il rilassamento, a livello psicologico, procura un senso di felicità e ottimismo, oltre che ad una ritrovata energia (Forace, 2012).

⁴ CENSIS, Centro Studi Investimenti Sociali. Fondato nel 1964 è un centro di ricerca socioeconomica. Svolge attività di ricerca e consulenza in campo socioeconomico da oltre cinquant'anni. Il lavoro di ricerca di CENSIS viene effettuato attraverso incarichi delegati da ministeri, associazioni comunali, regionali e camere di commercio, imprenditori, istituti di credito e aziende private.

2.3 Il turismo termale in Italia

2.3.1 I dati

L'Italia si conferma il Paese europeo leader del settore termale per quantità degli stabilimenti termali e per la sua conformazione geografica singolare. Secondo i dati provvisori del 2018 di Federterme, i ricavi del settore hanno raggiunto la quota di 760 milioni di euro di cui 118.9 milioni provenienti dalle cure termali convenzionate e 639.5 milioni da servizi "complementari" tra cui medicina estetica, del benessere e ricezione alberghiera. Alla fine del 2018, gli stabilimenti in attività erano 323 e il 90% di essi erogavano servizi in regime di accreditamento col Servizio Sanitario Nazionale. Gli operanti negli stabilimenti termali, sempre nel 2018, erano circa 11.500 di cui il 62% rappresentato dalle donne (Federterme, 2018).

Per quanto riguarda la tipologia di clientela che frequenta le terme, negli ultimi anni si è verificato un ringiovanimento: è salito ad oltre il 35% il numero di persone di età compresa tra i 30 e i 50 anni, mentre è sceso sotto il 10% il quantitativo di persone con più di 65 anni (Federterme, 2019). Secondo Federterme (2019), l'abbassamento dell'età media è stato contribuito da investimenti in tecnologie e comunicazioni più avanzati che hanno permesso al settore termale di avvicinare sempre di più il loro prodotto alla clientela giovane. Inoltre, il rapporto di Federterme aggiunge che, a contribuire all'abbattimento dell'età media, hanno avuto un ruolo importante anche le campagne pubblicitarie che hanno consentito alle località termali di rinnovare la propria immagine e ai pacchetti promozionali pensati per le coppie giovani le quali, alle tradizionali terapie e attività di riabilitazione, affiancano altri servizi quali per esempio il fitness e la medicina estetica. Gli stabilimenti termali sono piuttosto concentrati su tutto il territorio italiano (Grafico 2.1): la maggior parte di essi si trovano in due regioni, Veneto (28,2%) e Campania (23,8%). Seguono Emilia-Romagna (7,1%), Toscana (6,2%), Lazio (4%) e Lombardia (3,7%).

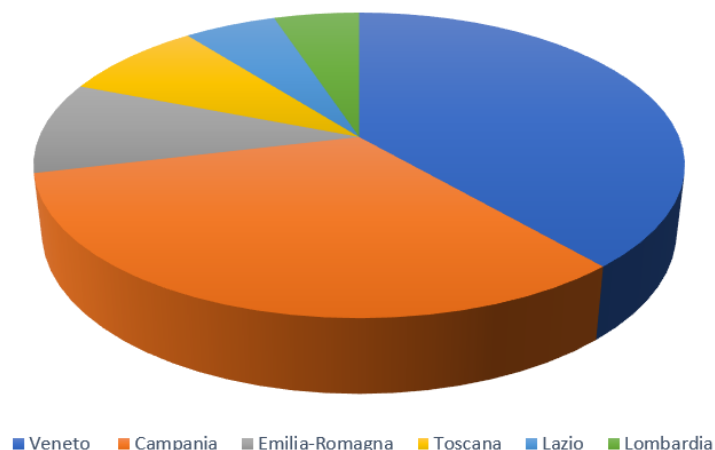


Grafico 2.1: concentrazione degli stabilimenti termali (elaborazione su dati Federterme)

Nel 2014, a registrare un numero di flussi piuttosto consistente nelle località termali sono state le regioni della Toscana, del Veneto e del Trentino-Alto Adige.

Le località termali in Italia, secondo il rapporto di Federterme del 2019, sono 62 con 384 stabilimenti, contava 3709 strutture ricettive nel 2014, 1241 esercizi alberghieri e 95 mila posti letto in totale; a fine 2018, in Italia si contavano circa 323 stabilimenti termali di cui il 90% svolge la propria attività in convenzione con il Sistema Sanitario Nazionale. La capacità ricettiva, nel 2014, raggiungeva i 28mila posti letto e il bilancio contava 787.964.000 euro di ricavi totali di cui il 54% derivante da cure termali, il 35,6% dai servizi ricettivi e il 10,2% dalle prestazioni per il benessere (Zollo, 2014).

Per quanto riguarda il fatturato, secondo una ricerca di Review Web Edition (novembre 2019), settimanale di Real Estate e Asset Management, il mercato del benessere e delle terme, in Italia, conta un fatturato di € 3.8 miliardi e si posiziona al terzo posto seguendo la Germania (€ 7 miliardi) e la Francia (€ 4 miliardi). Si è riscontrata una rapida crescita negli ultimi anni arrivando, nel 2018, ad un fatturato pari a circa € 800 milioni soprattutto nei centri termali di nuova generazione.

Il trend del settore termale, come ampiamente discusso in precedenza, ha subito un cambiamento: se il mercato delle cure termali ha visto una stagnazione nel quinquennio 2013-2018, non si può affermare lo stesso per quanto riguarda quello del benessere che, al contrario, ha registrato un incremento del 9%.

La maggior parte della clientela che usufruisce dei servizi termali in Italia è di nazionalità italiana, ha un'età piuttosto elevata e ha un'alta fidelizzazione per il settore termale, infatti il suo soggiorno nelle strutture è lungo. La clientela straniera, che nel 2014

ha rappresentato il 3,1% del totale, proviene da Austria, Svizzera e Francia e scelgono il Bel Paese principalmente per trovare relax e per potersi dedicare alla cura del corpo godendo delle bellezze del territorio (Zollo, 2014).

È possibile rendere nuovamente attrattivo il settore termale in Italia? Sebbene, a livello regionale, i comparti termali rappresentino un valore aggiunto e una grande ricchezza per il territorio nei quali sono inseriti, a livello nazionale è ancora in divenire in quanto risulta ancora poco aggregato nella logica di rete. Per di più, è una realtà poco inserita nel contesto del turismo nazionale. In Italia, come afferma Zollo (2014), è modestamente rilevante ma potrebbe costituire una componente considerevole dell'intera offerta turistica italiana se gestita adeguatamente dalle regioni nell'insieme.

I numeri sono comunque destinati a crescere: per quanto riguarda la spesa globale legata al turismo del benessere, Global Wellness Institute stima che, nel 2022, si dovrebbero superare i 919 miliardi di dollari. L'Italia si classificherebbe al decimo posto globale con un fatturato, come mercato del turismo del benessere, di 11,6 miliardi di euro (Fornaciari, 2020). Le terme piacciono e la crescita maggiore di marketing si è vista soprattutto nei paesi dove la tradizione delle terme è sempre stata piuttosto radicata. Fornaciari, a questo proposito, afferma che "in queste location, l'aspetto paesaggistico e salutistico si coniuga anche con un nuovo concetto di vacanza intesa come occasione di iniziare ad adottare uno stile di vita sano e rilassante da declinare successivamente nella vita quotidiana". Ed è proprio questo che, ora, il settore termale punta a raggiungere. Negli alberghi, centri benessere e resort è possibile coniugare l'esercizio fisico, le attività all'aperto con il relax e la tranquillità delle piscine termali, massaggi e servizi di estetica (Fornaciari, 2020).

2.3.2 La crisi del settore alla fine degli anni Novanta

Come visto precedentemente, il settore termale ha conosciuto un periodo di crisi a partire dal 1992. Se tra il 1986 e il 1991, il numero di cure fornite è rimasto sostanzialmente invariato (Strangio e Teodori, 2015), a partire dal 1992, con i provvedimenti rigidi del Servizio Sanitario Nazionale, c'è stata una crisi strutturale del settore con una diminuzione del 40% nel numero delle cure effettuate, del 35% in quello dei curandi e del fatturato che da 388 miliardi è arrivato a 291 miliardi. A risentirne in misura maggiore, le piccole stazioni termali le cui offerte di vacanza si riducevano alla sola

cura termale, a differenza delle grandi destinazioni con un ventaglio di possibilità più ampio. Un'inversione di tendenza si è, poi, verificata nel 1996 con un aumento del 3% per quanto riguarda il numero delle prestazioni e dell'8% del fatturato. Questo è stato dovuto probabilmente alla svalutazione della lira la quale ha attirato i turisti stranieri (Strangio e Teodori, 2015). Marchioro (2007) dà ulteriori motivazioni rispetto al periodo di crisi:

- lo sviluppo di trattamenti alternativi e di carattere farmacologico che permettono un approccio più "soft";
- il pubblico ha una scarsa immagine del settore termale perché non concepisce il trattamento curativo come cura naturale e, inoltre, manca l'attività di marketing e di promozione del settore;
- sul comparto del benessere nascono nuove offerte, alternative, che spesso hanno luogo al di fuori degli stabilimenti termali e non utilizzano le acque calde;
- il ricambio generazionale sembra mancare e tra i fruitori non si inserisce la fascia dei 50-60enni;
- la separazione tra comparto del benessere e comparto termale non permette a quest'ultimo di trovare terreno fertile in cui inserirsi;
- mancanza di intermediari che conoscano il prodotto;

Per fronteggiare la crisi e riposizionare l'offerta di fronte alle misure restrittive del SSN sulle cure termali e alla diminuzione di arrivi e prestazioni erogate, Marchioro (2007) afferma che "i più significativi player del settore hanno reagito cercando di riposizionarsi lungo quattro direttrici (spesso in logica di integrazione)".

Esse sono:

- il "benessere termale" cercando di integrare all'offerta termale già consolidata, trattamenti volto alla cura del corpo e al benessere in visione olistica, rispondendo alla nuova domanda dei consumatori;
- l'integrazione dell'offerta termale con "offerte" e attività sportive come per esempio il golf;
- integrazione del termalismo con altre tipologie di turismo come per esempio quello enogastronomico, naturalistico, sportivo, religioso;
- realizzazione di un circuito termale.

2.3.3 Le principali destinazioni

Come affermato all'inizio del paragrafo precedente, l'Italia è il Paese europeo che raccoglie il numero più elevato di stabilimenti termali inseriti in contesti dalla bellezza paesaggistica singolare. Si provvederà, successivamente, a descrivere le principali destinazioni termali italiane.

- *Trentino: le terme di Merano e di Levico*

Oltre ad assecondare le esigenze di relax da parte della clientela, le terme del Trentino sono immerse in paesaggi dalla bellezza invidiabile. Conosciute per l'ampia gamma di piscine termali a temperature differenti in base al trattamento richiesto, le strutture sono dotate di design elegante e hanno, come sfondo, le Dolomiti. Sono il luogo ideale per sottoporsi alle cure a base d'acqua termale e godersi un momento di relax approfittando del paesaggio (Trieste, 2019).

- *Veneto: le Terme Euganee*

Spostandosi nel Veneto, due sono le mete turistiche rinomate per il settore termale: Abano e Montegrotto. La zona dei Colli Euganei è ricca di terme naturali ed Abano è sicuramente *il fiore all'occhiello del Veneto* (Trieste, 2019) e vanta una storia secolare fatta di cure a base d'acqua termale. Molti stabilimenti possiedono, al loro interno, grotte termali le quali rendono Abano una tra le più ambite mete per il turismo termale. Accanto ad Abano Terme, anche la vicina Montegrotto è nota nel panorama del termalismo e la sua offerta è principalmente a base di fanghi i cui benefici sono famosi per l'alleviamento di molti disturbi fisici.

- *Emilia-Romagna: Salsomaggiore*

Ai piedi degli appennini parmensi, in un luogo pittoresco e distante dai grandi centri industriali, sorge Salsomaggiore. Le acque di Salsomaggiore sono rinomate per la loro alta concentrazione di iodio e bromo. Sono famose per aiutare il riequilibrio dell'organismo e contribuiscono alla prevenzione di molti disturbi di carattere reumatico e respiratorio. È una meta turistica molto apprezzata da chi cerca il relax e una fuga dallo stress della vita quotidiana. Il suo stile liberty-déco la rende, senza dubbio, una città dalla bellezza singolare (Trieste, 2019).

- *Toscana: Chianciano, Saturnia, Montecatini*

La sua reputazione come culla del Rinascimento italiano, senza dubbio, la precede ma la Toscana è una regione molto conosciuta anche per il suo comparto termale, eccellenza nel centro Italia.

Chianciano è nota già per aver fatto da sfondo al celebre film “*8 e mezzo*” di Fellini ma è anche la destinazione più rinomata della regione per la presenza delle sue terme. Le strutture ricettive propongono diversi percorsi termali che si differenziano in base alla tipologia di fonte e di temperatura.

Ad accogliere, primi fra tutti, gli Etruschi furono le terme di Saturnia. La sua bellezza e le origini antiche fanno di Saturnia un luogo suggestivo e misterioso.

Patrimonio materiale dell’umanità dell’UNESCO sono le terme di Montecatini che accolgono, ogni anno, numerosi turisti. Il fascino di questa città, che sembra essersi fermata nel tempo e nella storia, è dato anche dal suo stile liberty che la rende sicuramente unica nel suo genere (Triste, 2019).

- *Lazio: Fiuggi*

Ad un passo da Roma, si trova un gran numero di terme libere che ha fatto del Lazio la sua fortuna nel contesto termale perché, proprio per questo motivo, risponde alle esigenze del grande pubblico.

Personaggi storici illustri come Papa Bonifacio VIII e Michelangelo hanno testimoniato gli effetti curativi straordinari dell’acqua di Fiuggi soprattutto per quanto riguarda l’apparato renale. Oltre ai benefici della sua acqua termale, è certamente rinomata per i luoghi storici di cui dispone (Trieste, 2019).

- *Campania: Ischia*

Spostandosi verso il sud Italia, famoso per la sua storia affascinante e il mare splendido, s’incontra il comparto termale di Ischia. Le sue acque termali d’origine vulcanica, dalle proprietà terapeutiche eccezionali, la rendono una meta turistica molto apprezzata. Infatti, i turisti amano affiancare all’esperienza delle cure termali, un soggiorno di relax immersi nella bellezza del paesaggio tipico dell’isola (Trieste, 2019).

CAPITOLO 3

ANALISI DI BENCHMARK DELLE DESTINAZIONI TERMALI ITALIANE: ANNO 2017

3.1 Le principali destinazioni termali italiane

Una ricerca di mercato sull'analisi della performance di Montecatini Terme, eseguita nel 2018 da Incipit Consulting⁵ ed utilizzata per lo svolgimento di questa tesi, ha permesso di poter confrontare quattro tra le destinazioni termali più rinomate nel panorama italiano: Montecatini Terme e Chianciano Terme in Toscana, Salsomaggiore Terme in Emilia-Romagna e Abano Terme in Veneto.

Montecatini Terme, in Toscana, è una destinazione turistica matura e altamente specializzata per quanto riguarda il turismo termale. Come afferma Patrizia Romei (2016), docente di scienze per l'economia e per l'impresa dell'università di Firenze, Montecatini è "una località turistica antesignana e pioniera nel panorama italiano ed europeo del termalismo, e che ha contribuito a lanciare in Italia il turismo moderno". La storia di Montecatini è millenaria e la sua importanza è data dalla presenza di ricche sorgenti termali ma è solo alla fine del Settecento, grazie alle bonifiche commissionate dal granduca Pietro Leopoldo II, che comincia la storia moderna della città. Il nucleo dei Bagni di Montecatini ha origini in seguito alla costruzione di tre stabilimenti attorno alle sorgenti termali, il Bagno Regio (1773), le Terme Leopoldine (1775) e il Tettuccio (1779). La città diventa una delle prime destinazioni termali europee d'origine aristocratica che accoglie un turismo elitario e offre, ad altre destinazioni, un modello urbano-turistico-termale da seguire pur promuovendo una forte identità che la distingue dalle altre città. (Romei, 2016). Il modello di Montecatini ha successo a Bath e poi si diffonderà

⁵ Incipit Consulting è un gruppo di professionisti che, dal 1985, ha svolto le prime indagini strutturate di studi scientifici riguardanti il turismo italiano. Si occupa di effettuare ricerche, consulenze e dare informazioni sul settore turistico.

velocemente in Europa raggiungendo città come Baden-Baden, Vichy, Spa, Karlovy Vary e molte altre.

La città termale di Montecatini, dunque, segue un modello dato dall'insieme di tre elementi: stabilimenti termali eleganti, hotel di lusso e luoghi per il relax e il divertimento. "Si progetta così un assetto urbanistico curato e pensato per il benessere dei turisti, ricco di parchi, giardini e viali alberati attorno agli stabilimenti termali" continua la Romei (2016). Proprio grazie a questo modello urbanistico e turistico, Montecatini diventa una delle prime destinazioni termali italiane ad accogliere, nelle sue terme, una clientela europea e, alla fine dell'Ottocento, rafforza la sua immagine grazie alla valorizzazione dei suoi punti di forza quali il clima favorevole e il paesaggio suggestivo, il connubio tra cura e cultura e tra relax e svago (Romei, 2016). Già dopo l'Unità d'Italia (1875), Montecatini contava 40 hotel e 4 stabilimenti termali e la sua capacità ricettiva la posizionava al primo posto come principale comune termale d'Italia; nel 1906 raddoppia le strutture ricettive diventando una destinazione turistica e termale rilevante non solo in Italia ma anche a livello europeo sia per quanto riguarda il numero degli arrivi sia per le presenze. Montecatini ha continuato a riconfermare il suo primato come località termale italiana e ciò è dovuto alla presenza di un turismo attirato da stabilimenti termali eccellenti e la qualità delle strutture ricettive, il clima e il paesaggio, l'immagine internazionale e il mix di cultura e relax.

La crescita del successo di Montecatini non si è mai fermato e la città ha continuato ad ingrandirsi attorno agli stabilimenti termali e alle strutture ricettive. "Il tessuto urbano di Montecatini è infatti l'espressione della sua straordinaria morfologia pensata, costruita e cresciuta in funzione delle sorgenti e degli stabilimenti" afferma Romei (2016) e questo modello si è mantenuto nel tempo fino ad oggi. Le terme di Montecatini fanno parte dell'insieme che racchiude le grandi destinazioni storiche termali che portano il nome di *Great Spas of Europe*, inserite dall'UNESCO nella lista dei beni patrimonio dell'umanità. Il loro riconoscimento come grandi destinazioni è dato dall'integrità e dall'autenticità del tessuto urbano e delle componenti degli edifici termali.

Oltre all'importanza di Montecatini come centro termale rinomato a livello italiano ed europeo, è importante affermare che, sin dalle origini, la città ha potuto contare su un alto livello di terziarizzazione ed è per questo motivo che si può dire sia stata progettata e costruita direttamente come città turistico-termale, potendo contare su un'offerta ricettiva forte e su attività commerciali diversificate. Il punto di forza del settore

produttivo di Montecatini è proprio nell'essere stata capace di aver condotto parallelamente sia la specializzazione del settore alberghiero dell'ospitalità, sia il processo di terziarizzazione commerciale (Romei, 2016).

Chianciano Terme, in provincia di Siena, è nota per essere una destinazione turistico-termale d'eccezione. Sorge in un punto strategico, su un territorio ricco di storia e di cultura, tra la Val d'Orcia, nota per le sue crete e dal 2004 appartenente alla lista dei beni patrimonio dell'umanità dell'UNESCO, la Valdichiana e le colline di Montepulciano, famose per il vino. D'importanza storica sin dai tempi degli etruschi e degli antichi romani, Chianciano Terme ha conosciuto un periodo di rapido sviluppo dal 1915 al 1920 grazie alla costruzione di un acquedotto e di uno stabilimento di imbottigliamento e alla ristrutturazione dello stabilimento di Acqua Santa che hanno, successivamente, contribuito all'aumento delle strutture ricettive e alla riqualificazione dei centri termali. Come già ricordato, Chianciano Terme ha una storia molto antica le cui origini risalgono all'epoca etrusca, periodo di massimo splendore (Poggiani, 2015). Numerosi sono, infatti, i resti e testimonianze giunti fino ai giorni nostri, specialmente templi, sorti vicino alle sorgenti, che ci permettono di comprendere le attività di sfruttamento dell'acqua termale avanzate dalla civiltà etrusca. La ricchezza del territorio, lo splendore delle ville e le proprietà benefiche dell'acqua termale di Chianciano si sono protratti nel tempo e vennero apprezzati sino al Medioevo dove, purtroppo, conobbero una fase di declino a causa di squilibrio importante nella distribuzione della ricchezza: lusso eccessivo per pochissimi privilegiati e povertà assoluta per la maggior parte della popolazione. Oltre a ciò, le invasioni barbariche e la caduta dell'Impero Romano d'Occidente procurarono la rovina di Chianciano e delle sue terme le cui acque vennero impiegate per la macerazione del lino e della canapa (Poggiani, 2015). Solo nell'età moderna, Chianciano Terme riesce a risollevarsi grazie all'economia agricola fiorentina, alle terme e alle cure idroponiche dell'Acqua Santa, stabilimento termale commissionato dall'imperatore Augusto su indicazione del suo medico personale, sulle quali acque sono stati, poi, avanzati alcuni studi scientifici. Nell'Ottocento comincia la vera ripresa di Chianciano dove, come scrive Poggiani (2015), "nasce una sfrenata passione per il proprio prestigioso passato. Ritorna alla ribalta l'immagine termale, anche grazie alle prime conquiste in campo chimico, con netto miglioramento ed un cambio culturale riguardo all'igiene personale". Proprio nell'Ottocento, a Chianciano, nasce il turismo termale venendo incontro alle esigenze della classe elitaria che chiede, in tendenza col periodo, una vacanza all'insegna della salute e

del relax per allontanarsi dal rumore e dall'inquinamento delle città. Chianciano punta sulla quiete e sull'aria pura che la contraddistingue, la fitta vegetazione e i lussuosi parchi oltre che sulla professionalità dei suoi stabilimenti termali.

Per tutto il Novecento, Chianciano accoglie turisti provenienti da ogni città italiana, diventando, assieme a Montecatini Terme, uno dei centri termali più prestigiosi sul panorama nazionale. Molte sono le celebrità che raggiungono la destinazione e "l'andare alle terme" diventa un'occasione mondana per sfoggiare gli abiti all'ultima moda e incontrare personalità importanti della cronaca del tempo (Poggiani, 2015). Nonostante l'aumento delle presenze avesse procurato un certo prestigio al territorio, Chianciano resta, per il momento, un piccolo centro rurale il cui punto di forza ruota attorno l'economia agricola.

Gli anni Sessanta, caratterizzati dal *boom economico*, sono molto proficui per Chianciano Terme. Aumentano, ogni anno, il numero delle presenze e delle attività alberghiere mentre resta piuttosto costante il numero di ospiti per esercizio ricettivo. Nascono molti alberghi di lusso e pensioni, all'inizio dotate di poche stanze ma, poi, cresciute di anno in anno. Come afferma Poggiani (2015) "nasce dal niente una nuova classe imprenditoriale nel settore turistico ricettivo, con prevalente provenienza dal precedente mondo agricolo, che, in poco tempo si professionalizza, grazie a grandi sacrifici e ad un innato spirito di ospitalità proprio dei Chiancianesi".

Anche Chianciano, come tutto il mondo del termalismo dell'epoca, ha assistito ad un cambiamento di carattere socioculturale portando i turisti a cercare altri confort e servizi al di là della semplice cura termale. Così facendo, Chianciano accoglie molti personaggi famosi provenienti dal mondo della cultura, politica e spettacolo registrano ben 30 mila presenze al giorno. Il punto di forza di Chianciano non è solo nelle strutture ricettive che offre, ma anche nell'assetto urbano prestigioso dato dalla presenza di parchi, negozi di lusso, *dancings* e altri divertimenti (Poggiani, 2015).

Con la nascita del concetto di *benessere*, che segue le tendenze del mondo orientale contemplando non solo la dimensione fisica ma anche psicologica, anche Chianciano assiste agli anni di crisi del termalismo. Essa ha procurato un calo drastico nel numero delle presenze sul territorio e, in mancanza di clientela termale, gli hotel si sono riconvertiti in dormitori, a prezzo minimo, ospitando i turisti di passaggio che ignorano la presenza degli stabilimenti termali ma che sfruttano solo la capacità delle strutture ricettive (Poggiani, 2015). Chianciano, dunque, è ora solo la destinazione di passaggio per

coloro che, invece di fermarsi nella città, sono attirati dalle vicine Val d'Orcia e Val di Chiana.

Oggi Chianciano, per far fronte alle nuove esigenze dettate dalla moderna concezione del *benessere*, ha operato alcune trasformazioni urbanistiche puntando alla riqualificazione delle sue aree e aggiungendo servizi nuovi all'offerta turistica per adattarsi al nuovo mercato e rilanciare la destinazione.

La zona, di interesse culturale, naturalistico, archeologico ed enogastronomico, può aumentare l'attrattività sfruttando le sue risorse principali quali la presenza delle acque termali e il paesaggio collinare suggestivo con i grandi parchi storici.

Salsomaggiore Terme è un comune in provincia di Parma, in Emilia-Romagna. Da sempre sconosciuta ed ignorata, viene portata alla luce dai Galli i quali ne sfruttarono il sottosuolo per produrre il sale e, per questo motivo, il suo antico toponimo è *Salso Maggiore*. Oggi è una località termale molto rinomata grazie alla presenza delle sue acque minerali, ricche di sodio, iodio e bromo, e quindi classificate come salsobromoiodiche, estratte a temperature fredde, circa tra i 14°C e i 16°C dai pozzi. Esse vengono utilizzate, in primis, per le terapie grazie alle loro proprietà ma anche per l'estrazione del sale. All'epoca dei Romani, poi con i Guelfi e i Ghibellini, continuando, in seguito, con Luigi XII di Francia, Salsomaggiore resta sempre al centro dell'interesse per la fonte di ricchezza che si trova nel suo sottosuolo.

Con l'arrivo dei Borbone al timone del ducato di Parma, l'economia di Salsomaggiore inizia a crescere: da un lato grazie alla richiesta crescente di una maggior produzione di sale e, dall'altro, dalla tentazione di dedicarsi all'importazione di quella risorsa tanto preziosa. È a causa del tentennamento del governo in merito alle due valutazioni opposte che Salsomaggiore assiste al deterioramento delle sue strutture produttive e all'esaurirsi della sua fonte preziosa. Questa situazione si protrae fino al 1839 quando un medico, Lorenzo Berziera, utilizza l'acqua di Salsomaggiore per curare una bambina affetta da un problema al piede sinistro che, a lungo andare, le avrebbe procurato l'amputazione dell'arto (Città di Salsomaggiore, 2020). A seguito dell'evento, il medico viene nominato direttore delle Terme di Tabiano nelle quali continuerà la sua attività di cure con l'utilizzo di acqua salsoiodica. Dopo di lui, Giovanni Valentini avanza ricerche sull'applicazione delle acque termali e adatta la propria abitazione come primo luogo di cura per i malati (Thermae di Salsomaggiore, 2020).

Nel 1847 sorge il primo stabilimento termale a Salsomaggiore presso una casa agreste. Da

li in avanti, molte sono state le trasformazioni che hanno portato Salsomaggiore a diventare una delle *città d'acqua* più conosciute nel panorama europeo e, in seguito, sono sorti molto alberghi di lusso che hanno ospitato illustri personaggi tra cui il Duca degli Abruzzi.

Con lo scopo di accogliere una clientela sempre più aristocratica, nel 1923 vengono inaugurate le Terme Berzieri, un vero e proprio tempio termale di lusso, finanziato dallo Stato e che pone fine alla gestione demaniale. Le strutture termali vengono date in gestione ad una società, la Società Anonima Regie Terme, la quale affianca al mercato delle cure termali, la realizzazione di prodotti farmaceutici e di cosmetici (Thermae di Salsomaggiore, 2020).

Il primo Centro Benessere termale a Salsomaggiore nasce nel 1998 presso le Terme Berzieri, ampliato poi nel 2006. Successivamente, per incrementare il numero di ingressi nel centro benessere, nel 2009 sono state aperte delle nuove piscine così da rendere maggiormente attrattiva l'offerta della destinazione, di fronte ad un mercato termale in rapido cambiamento. A garantire il decollo di Salsomaggiore come destinazione termale sono due strutture, diventate primo esempio di sviluppo del termalismo della città, veri e propri luoghi di benessere dove lo stile Liberty incontra quello Déco: le Terme Berzieri, menzionate precedentemente, e le Terme Zoja (Nusca, 2015).

Oltre alla presenza degli stabilimenti termali, Salsomaggiore è una destinazione molto attrattiva per molteplici motivi: innanzitutto, per il paesaggio suggestivo dato dalle colline toscane che offrono numerosi itinerari a piedi o in bicicletta; dal punto di vista storico, contando sulla presenza di luoghi affascinanti come per esempio il Castello di Scipione dei Marchesi Pallavicino, il Castello di Tabiano e la Fortezza degli Aldighieri di Contignaco, ed enogastronomico grazie alle numerose cantine ed agriturismi (Emilia-Romagna turismo, 2020).

Abano Terme, centro principale del Bacino Termale Euganeo, è un comune che sorge su un'area vulcanica spenta, ai piedi dei Colli Euganei in provincia di Padova. Grazie alla sua struttura alberghiera ed extralberghiera organizzata ospita ogni anno più di 250 mila turisti provenienti da tutto il mondo e le proprietà benefiche della sua acqua termale sono conosciute a livello internazionale. Esse sono acque sotterranee profonde e sono particolari per il viaggio che compiono per raggiungere le stazioni termali: percorrono, per circa 25-30 anni, pressappoco 80 chilometri, arricchendosi di Sali minerali, a temperature molto alte, fino a raggiungere gli 80°C. Le acque termali di Abano Terme sono

classificate come salso-bromo-iodiche ipertermali e sono sottoposte a rigide regolamentazioni per quanto riguarda l'estrazione che ne vieta l'uso indiscriminato e lo spreco (Abano Montegrotto Terme, 2020).

Per quanto riguarda le terme, nella città di Abano non esistono delle strutture propriamente pubbliche perché ogni albergo possiede il proprio centro termale all'interno. Tra le terapie più conosciute e utilizzate ci sono la balneoterapia, l'idrokinesiterapia che consiste nell'immersione del corpo in una piscina che favorisce la ripresa dell'esercizio fisico, la fangoterapia, le inalazioni che prevedono la nebulizzazione dell'acqua termale ed è indicata per le infiammazioni dell'apparato respiratorio e i trattamenti estetici con programmi di *remise en forme* e trattamenti estetici. Le origini della città sono piuttosto antiche e sembravano essere già presenti sorgenti naturali di acqua calda. Risalgono probabilmente all'epoca in cui il territorio era abitato dagli Euganei, piccole comunità che vivevano su palafitte costruite sulle rive dei numerosi laghi di acqua calda presenti nella pianura. Quando arrivarono i Veneti, popolo proveniente dall'Illiria, gli Euganei furono costretti a spostarsi in altre zone. Con i Veneti e la florida vita culturale che avviarono, tutta l'area termale conobbe un periodo di grande prosperità. Fino al VII secolo a.C. il territorio si presentava poco ospitale, abbondante di paludi, boschi e corsi d'acqua, ma sorse, presto, un centro abitato di dimensioni contenute, dal nome *Aponus*, denominazione latina la cui etimologia è un chiaro riferimento all'impiego dell'acqua. La parola significa "toglie il dolore" e, oltre a richiamare l'acqua, conserva una valenza certamente religiosa e mistica. Alcune indagini linguistiche moderne hanno identificato nell'elemento che "toglie il dolore" il dio Apollo che elargisce salute, dio della medicina capace di dare sollievo ai malati attraverso le proprietà curative dell'acqua. Si mantiene anche in epoca romana il culto dell'acqua di *Apono* e i suoi benefici vengono ripresi in molti scritti dei più illustri scrittori latini.

È già dall'epoca romana che il Bacino Euganeo diventa una rinomata destinazione turistico-creativa e le zone termali vengono nominate *acque patavinae* che si arricchiscono, poi, di viali e giardini maestosi. I periodi di relax e benessere, gli *otia baiana*, di moda tra la classe borghese romana, vengono raccontati in numerose fonti letterarie. Essi erano molto apprezzati in quanto capaci di allontanare il peso della quotidianità e rendere lo stile di vita più piacevole. Le terme euganee continuano ad essere un centro termale piuttosto frequentato sino all'arrivo dei Longobardi i quali seminano distruzione anche in questo territorio.

Solo con l'inizio della dominazione veneziana, le terme di Abano ricominciano a fiorire e i centri di cura riattivati. È in questo periodo che si fanno strada importanti studi sui fanghi, sulle rocce e sulla stessa acqua termale; tra questi ultimi si ricordano quelli avviati dai signori Da Carrara e poi continuati dalla Scuola di medicina di Padova.

Oltre all'importanza dell'acqua, Abano sorge in un punto strategico e gode della vicinanza con Padova. Molti sono stati i docenti e personaggi illustri dell'epoca che, verso la fine del Medioevo, passano per le Terme Euganee. Si ricordano Pietro d'Abano, Jacopo e Giovanni Dondi, Bartolomeo da Montagnana, Michele Savonarola, Francesco Petrarca, Galileo Galilei e Carlo Goldoni. Numerosi sono anche i reperti archeologici e le fonti letterarie pervenuti a noi ed ora conservati ai Musei Civici Eremitani di Padova e al Museo Nazionale Atesino di Este. Le offerte, presso i centri termali di Abano, permettono di godere dei benefici delle terme a costi relativamente bassi grazie anche alla presenza di diversi pacchetti vacanza, a seconda delle esigenze.

3.1.1 Il 2017: anno record per il turismo italiano

L'anno di riferimento che sarà considerato nell'analisi di benchmarking è il 2017, piuttosto proficuo per il settore turistico italiano superando ogni record storico. Negli esercizi ricettivi si è arrivati ad avere circa 420, 6 milioni di presenze, 123,2 milioni di arrivi e un aumento dei flussi del 5,3% in termini di arrivi e del 4,4% per quanto riguarda le presenze (report movimento turistico Istat, 2017). L'anno 2017, dunque, ha confermato la ripresa già registrata l'anno precedente. Per quanto riguarda la distribuzione delle presenze nelle strutture ricettive, si conta un aumento del 2,8% negli esercizi alberghieri e del 7,5% in quelli extralberghieri. Secondo il report dell'Istat (2017), nel 2017 c'è stato un aumento del 3% dei viaggi effettuati dagli italiani e, ancora più positivo, risulta l'andamento che riguarda i flussi stranieri che registrano una crescita del 6,6% degli arrivi e del 5,6% delle presenze, a differenza del 2016, e pernottano preferibilmente nelle strutture extralberghiere (+10,5% rispetto agli alberghi, +3,1%). La permanenza media risulta comunque lievemente in calo rispetto alle annate passate e, nel 2017, era pari a 3,41 notti per consumatore. Tra le motivazioni che, nel 2017, hanno portato i consumatori a viaggiare, il report afferma che oltre il 90% dei viaggi è avvenuto per motivi di riposo, benessere e svago registrando un aumento del 5,3% rispetto al 2016 (Istat, 2017).

Anche il settore termale ha seguito la crescita del turismo, in generale,

riscontrando un aumento sia nel numero delle presenze che in quello degli arrivi. Si parla di un mercato da 552 miliardi, a livello mondiale. Su Review Web Edition (2017)⁶ si afferma che “solo in Italia vale oltre 43 miliardi facendo piazzare il nostro Paese nella top ten mondiale nel settore del turismo del benessere, Spa e terme e terzo in Europa dopo Germania e Francia.”

Come già discusso nel capitolo precedente, il mercato termale ha assistito ad un cambiamento del suo trend e l'incremento nel settore del benessere, tra il 2013 e il 2018, è stato del 9%, rispetto alla forte stagnazione del mercato delle cure termali. Per questo motivo che gli stabilimenti di ultima generazione hanno conosciuto un'ascesa raggiungendo circa 800 milioni di euro di fatturato nel 2018 (Review Web Edition, 2017).

3.2 Analisi di benchmark delle destinazioni termali italiane: la domanda e l'offerta nel 2017

Le destinazioni prese in esame per l'analisi di benchmark sono Montecatini Terme, Chianciano Terme, Salsomaggiore Terme e Abano Terme e si considera la loro performance nell'anno 2017 partendo dalla ricerca di mercato di Incipit Consulting.

3.2.1 Benchmark della domanda nelle strutture ricettive

La domanda turistica della ricerca di mercato di Incipit Consulting analizza il periodo 2007-2017 confrontando gli arrivi e le presenze nelle quattro città prese in esame. Il grafico 3.1 evidenzia come Abano Terme realizzi la performance migliore con un aumento del 48,5% nel numero degli arrivi, superiore anche alla performance media italiana (Incipit Consulting, 2018). L'aumento è probabilmente dovuto alla riqualificazione della città, alla ristrutturazione degli alberghi principali e all'adeguamento dell'offerta rispetto alle esigenze del mercato moderno che, come già detto, si rivolge ora al benessere e alla cura del corpo in misura maggiore rispetto al passato. Inoltre, Abano Terme è conosciuta sia a livello internazionale che nazionale come meta turistica e per i benefici che la sua acqua procura, più delle altre città. A realizzare la performance peggiore, sia per quanto riguarda il numero degli arrivi che per le presenze, è Chianciano Terme che, negli anni tra il 2007 e il 2017, ha registrato un

⁶ Review Web Edition (novembre 2019), settimanale di Real Estate e Asset Management

calo delle presenze negli alberghi del 37% circa. Il problema principale ruota attorno alla promozione turistica. Il Presidente dell'Associazione Albergatori di Chianciano, Daniele Barbetti, ha affermato che la destinazione non è conosciuta sul mercato, soprattutto a livello internazionale. Inoltre, sembra che ci sia stata anche una disarmonia nella distribuzione dei flussi turistici con una concentrazione di turisti italiani soprattutto nei mesi da luglio a settembre (Benocci, 2019). Per ripartire è necessario che Chianciano Terme investa maggiormente sul prodotto termale e, soprattutto, in attività di promozione della destinazione a livello internazionale così da attirare un buon numero di turisti anche dall'estero.

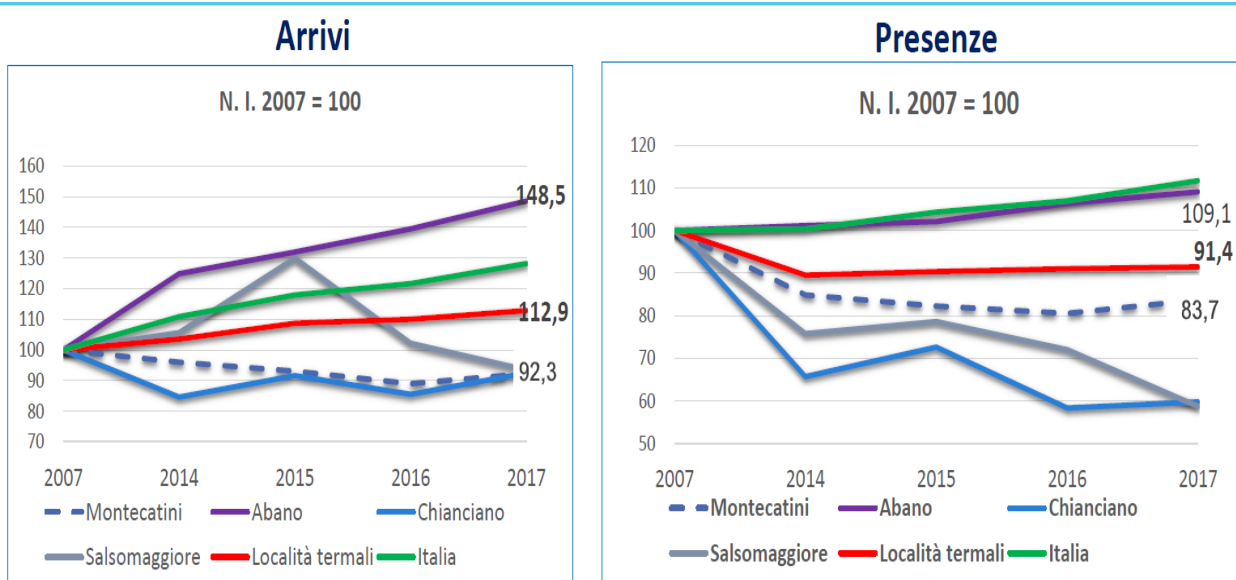


Grafico 3.1: la domanda turistica, arrivi e presenze, nel periodo 2007-2017 in Italia, nelle località termali, Montecatini Terme, Chianciano Terme, Salsomaggiore Terme, Abano Terme (fonte: Incipit Consulting, destinazione Montecatini, 2018)

I valori degli arrivi e delle presenze italiane e straniere nelle quattro destinazioni, nell'anno 2017 (Tabelle 3.1 e 3.2; Grafici 3.2 e 3.3.).

ARRIVI e PRESENZE degli ITALIANI		
	2017	
DESTINAZIONI	ARRIVI	PRESENZE
Abano Terme	330.029	1.182.910
Salsomaggiore Terme	88.203	310.352
Chianciano Terme	154.203	398.548
Montecatini Terme	184.688	437.009
TOTALE	757.123	2.328.819

Tab. 3.1: la domanda turistica, arrivi e presenze degli italiani, nel 2017 a Montecatini Terme, Chianciano Terme, Salsomaggiore Terme, Abano Terme (fonte: Incipit Consulting, destinazione Montecatini, 2018)



Grafico 3.2: la domanda turistica, arrivi e presenze degli italiani, nel 2017 a Montecatini Terme, Chianciano Terme, Salsomaggiore Terme, Abano Terme (fonte: Incipit Consulting, destinazione Montecatini, 2018)

ARRIVI e PRESENZE degli STRANIERI		
	2017	
DESTINAZIONI	ARRIVI	PRESENZE
Abano Terme	169.507	810.267
Salsomaggiore Terme	33.881	64.939
Chianciano Terme	97.870	205.520
Montecatini Terme	441.178	1.213.435
TOTALE	742.436	2.294.161

Tab. 3.2: la domanda turistica, arrivi e presenze degli stranieri, nel 2017 a Montecatini Terme, Chianciano Terme, Salsomaggiore Terme, Abano Terme (fonte: Incipit Consulting, destinazione Montecatini, 2018)

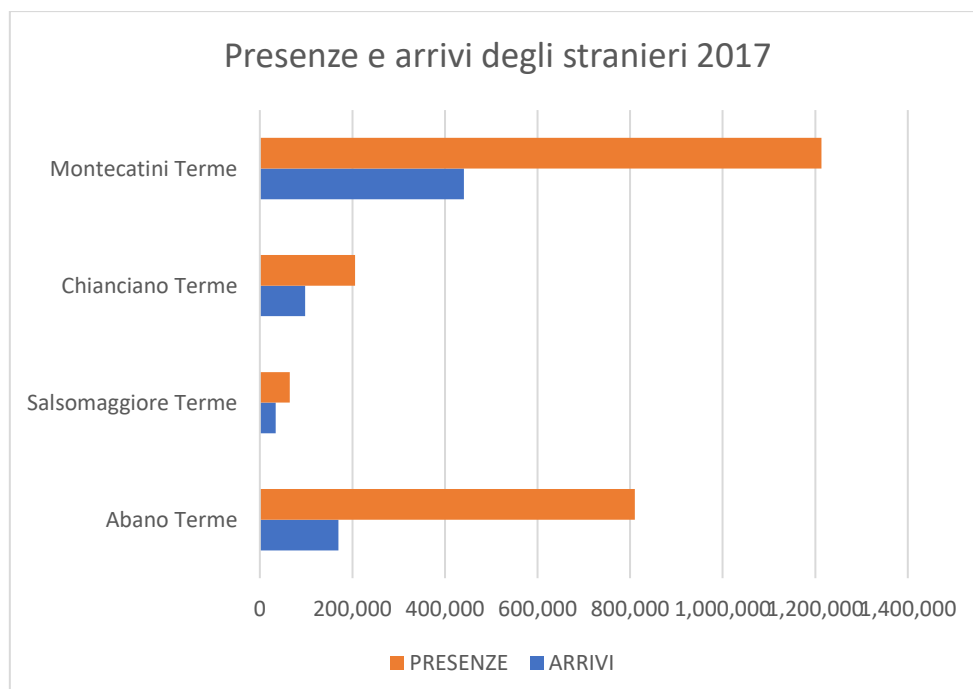


Grafico 3.3: la domanda turistica, arrivi e presenze degli stranieri, nel 2017 a Montecatini Terme, Chianciano Terme, Salsomaggiore Terme, Abano Terme (fonte: Incipit Consulting, destinazione Montecatini, 2018)

Il Grafico 3.4 illustra l'incidenza percentuale delle presenze negli alberghi rispetto alle presenze complessive nell'anno 2017 nelle quattro città prese in considerazione dalla ricerca per la destinazione di Montecatini Terme. Osservando le percentuali, si può notare come i turisti preferiscano alloggiare negli alberghi delle località termali e i singoli dati delle città superano il dato medio a livello nazionale, 68%. Il valore più alto è stato registrato da Abano Terme con un'incidenza percentuale del 99% visto che la maggior parte delle strutture ricettive della città è costituita da alberghi (86%) e, per di più, dotati al loro interno di centri benessere e piscine termali senza spingere i turisti a spostarsi in altre strutture. Abano è seguita da Chianciano (96,7%) e Montecatini (96%) mentre, all'ultimo posto, si trova Salsomaggiore con un'incidenza del 88,5%, comunque superiore al valore medio di altre località termali d'Italia.

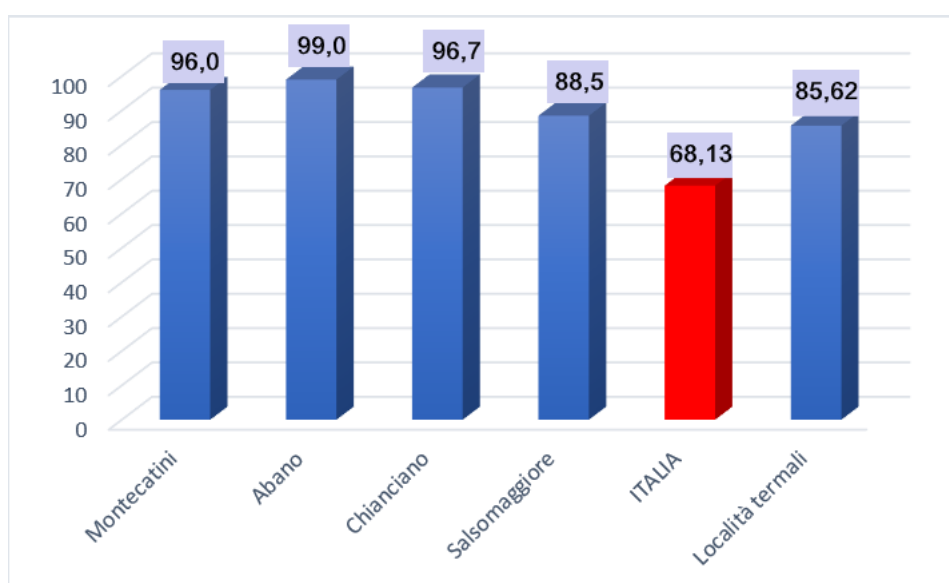


Grafico 3.4: l'incidenza percentuale delle presenze negli alberghi sul totale nel 2017
(fonte: Incipit Consulting, destinazione Montecatini, 2018)

3.2.2 Benchmark del grado di internazionalizzazione della domanda nelle mete termali tra il 2007 e il 2017

Il grado di internazionalizzazione della domanda misura le presenze di stranieri in una destinazione. Negli anni presi in considerazione, ad ottenere il primato è Montecatini Terme che registra una percentuale di presenze straniere del 70%, crescente rispetto al

65% del 2007 (Grafico 3.5). I dati superano anche il valore delle altre mete termali e il valore medio nazionale. Questo è dovuto grazie “all’uso intensivo di tour operator” come scrive Benocci (2019) e anche, probabilmente, alla sua attività promozionale verso l’estero che ha permesso di conoscere la destinazione e la sua offerta ottenendone anche maggiore fidelizzazione da parte dei turisti stranieri. Chianciano si posiziona al penultimo posto per grado di internazionalità con un valore di 38,8%, cresciuto rispetto al 26,2% del 2007 (Grafico 3.5). Il problema della minore presenza dei turisti stranieri a Chianciano è dovuto alla concentrazione del flusso estero solamente nei periodi invernali che crea una disarmonia nella rotazione dei flussi.

A realizzare la performance peggiore è Salsomaggiore Terme. Il motivo è probabilmente legato ad una questione di brand. Salsomaggiore ha necessità di rendersi più visibile sul panorama del turismo termale dando vita ad un marchio e ad un sito web che permetta alla città di identificarsi come destinazione, mostrandone il territorio e l’eccellenza delle sue acque termali. Non è da dimenticare, inoltre, che Salsomaggiore Terme è stato il luogo che ha ospitato il concorso di bellezza più seguito a livello nazionale, Miss Italia, di recente spostato a Montecatini e Jesolo. Si è pensato ad un ritorno del concorso nella città ma, negli ultimi anni, Salsomaggiore Terme non ha più la stessa popolarità di un tempo e, per di più, gli albergatori si sono rifiutati di accettare di fronte alle richieste dell’organizzazione che ha chiesto il numero di 7500 presenze gratuite con pernottamento e pensione completa, procurando non poche perdite agli introiti delle strutture ricettive (Cartaldo, 2017). Nonostante ciò, la destinazione ha intenzione di risollevarsi e farsi conoscere anche a livello internazionale. Molti sono stati i concorsi proposti dal comune di Salsomaggiore Terme che prevedono la riqualificazione del tessuto urbano con la ristrutturazione di luoghi degradati o poco sviluppati, in primo luogo, e la creazione di un parco termale che raccolga, in un unico spazio, piscine e centri benessere per i turisti (Federterme, 2017). Abano Terme ha registrato una diminuzione dal 2007 al 2017, da 41,2% a 33,9%. I fruitori principali della destinazione sono i tedeschi (Canton, 2013) e il calo è probabilmente dovuto alle misure restrittive del governo tedesco che non risarcisce più le terapie termali effettuate al di fuori della Germania.

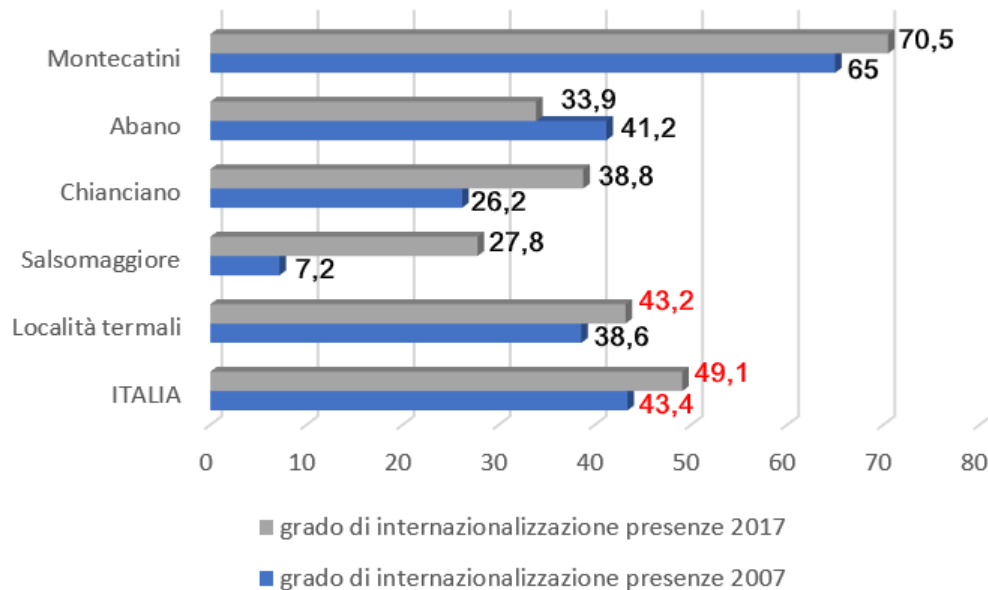


Grafico 3.5: grado di internazionalizzazione della domanda nelle mete termali 2007-2017 (fonte: Incipit Consulting, destinazione Montecatini, 2018)

3.2.3 Benchmark della permanenza media dal 2007 al 2017

Tutte le destinazioni, dal 2007, hanno assistito alla diminuzione che ha coinvolto il turismo in generale, per quanto riguarda la permanenza media (Grafico 3.6). Il fenomeno, in realtà, ha coinvolto l'intero comparto termale in quanto le esigenze dei consumatori sono cambiate. Ora i turisti si recano nelle città termali per concedersi pochi giorni di riposo, generalmente durante il weekend. A confermare tale affermazione, è il rapporto sul turismo della regione Toscana (2017) il quale ritiene che la causa di tale riduzione nella permanenza media sia legata ad un "cambiamento nel modo di fare turismo che permette spostamenti più frequenti all'interno del territorio tra più strutture ricettive". È per questo motivo che, la permanenza nelle città termali si è drasticamente ridotta dai canonici 12 giorni, utili per verificare l'efficacia delle terapie, ad una media di 3,5 giorni ora dedicati solamente al riposo e al benessere. Ad aggiungersi, però, è anche la disponibilità di tempo e la capacità di spesa che sono diminuite e il riordino del Sistema Sanitario Nazionale che gestisce l'erogazione delle cure termali essenziali. Ad Abano si registra la permanenza media più alta, nel 2017, di 4 notti, mentre quella minore a Chianciano Terme, 2,4 notti (Grafico 3.6). A livello nazionale, la permanenza media nel

2017 si ferma a 3,4 notti ed il valore medio delle località termali è di 3,3 notti (Incipit Consulting, 2018).

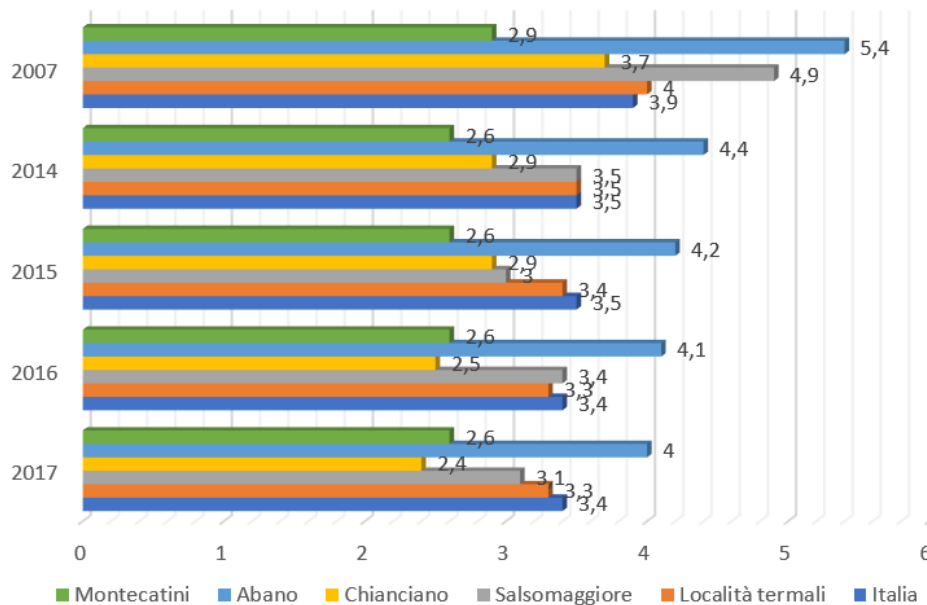


Grafico 3.6: permanenza media nelle mete termali 2007-2017
(fonte: Incipit Consulting, destinazione Montecatini, 2018)

3.2.4 Benchmark dell'offerta ricettiva nelle località termali

Per quanto riguarda l'offerta ricettiva, Montecatini e Chianciano sono le mete che registrano il maggior numero di strutture ricettive nel 2017. Chianciano, in particolare, sviluppa la sua economia principalmente attraverso il settore dell'ospitalità. Si può notare dalla tabella (Figura 3.3), come il numero delle strutture sia alberghiere che extralberghiere sia diminuito negli anni, soprattutto per quanto riguarda Chianciano. Questo perché la città ha dovuto far fronte ad una crisi strutturale che l'ha portata a considerare alcune azioni importanti per rilanciare la destinazione. Primo tra tutti, il suo riposizionamento in un mercato del benessere e della salute sempre più competitivo; inoltre ha dovuto adoperarsi per la ristrutturazione della sua offerta sia nel comparto alberghiero che extralberghiero per allinearsi alle esigenze del mercato odierno (Piano strutturale, Comune di Chianciano, 2007). Come scrive il Piano strutturale erogato dal comune di Chianciano, rispetto alle richieste del mercato di oggi, alcuni alberghi appaiono inadatti e carenti in merito ai servizi offerti sia sul piano qualitativo, sia strutturale. Nel piano si legge che molti alberghi contemplano ancora un'offerta composta di stanze con 4

letti e servizi igienici in comune ai piani. In aggiunta, la crisi del settore non ha invogliato gli albergatori ad eseguire interventi di ristrutturazione ma sembra che, oggi, la situazione sia nettamente migliorata con opere di riqualificazione dell'assetto urbano e delle strutture ricettive (Piano strutturale, Comune di Chianciano, 2007).

Consistenza offerta ricettiva nelle località termali e Italia. Anni 2007-2016

Località	2007		2017		2007		2017		2007		2017	
	Alberghi		Alberghi		Extralb.		Extralb.		Totale		Totale	
	esercizi	letti	esercizi	letti	esercizi	letti	esercizi	letti	esercizi	letti	esercizi	letti
MONTECATINI	187	13.602	157	12000	19	751	17	951	206	14.353	174	12.951
Abano	70	10.343	67	11.211	36	147	65	403	106	10.490	132	11.614
Chianciano	178	14.075	131	11.927	35	547	38	494	213	14.622	169	12.421
Salsomaggiore	119	6.452	67	4.256	37	2.061	92	1.601	156	8.513	159	5.857
ITALIA	34.058	2.142.786	32.988	2.239.466	96.991	2.342.795	171.915	2.798.352	131.049	4.485.581	204.903	5.037.818

Fig. 3.1: la consistenza dell'offerta ricettiva nelle mete termali 2007-2017
(fonte: Incipit Consulting, destinazione Montecatini, 2018)

Confrontando le destinazioni in merito alla tipologia di strutture ricettive e al numero di posti letto (Figura 3.4), è possibile osservare che il maggior numero di alberghi a 5 stelle si trova ad Abano Terme anche se il 50% della sua offerta ricettiva è determinato dalle strutture a 3 stelle, seguito da quelli a quattro stelle. Come Abano, anche le altre tre mete hanno un'offerta composta, principalmente, da alberghi a 3 stelle probabilmente perché, a parità di prezzo, riescono ad attirare un maggior numero di turisti.

Categoria	2017							
	Montecatini		Salsomaggiore		Chianciano		Abano	
	n. es.	%	n. es.	%	n. es.	%	n. es.	%
5 stelle	3	1,9	1	1,5	0	0	6	9,0
4 stelle	33	21,0	9	13,4	22	16,8	23	34,3
3 stelle	93	59,2	38	56,7	86	65,6	33	49,3
2 stelle	19	12,1	13	19,4	16	12,2	2	3,0
1 stella	5	3,2	3	4,5	4	3,1	3	4,5
res tur. Alb.	4	2,5	3	4,5	3	2,3	0	0
Totale alberghiero	157	100,0	67	100,0	131	100	68	100,0

Posti letto per categoria alberghiera - 2017

Categoria	2017							
	Montecatini		Salsomaggiore		Chianciano		Abano	
	n. letti	%	n. letti	%	n. letti	%	n. letti	%
5 stelle	630	5,3	336	7,9	0	0	1.550	13,8
4 stelle	4.882	40,7	958	22,5	3.461	29,0	5.341	47,6
3 stelle	5.610	46,8	2.433	57,2	7.603	63,7	4.090	36,5
2 stelle	621	5,2	368	8,6	691	5,8	104	0,9
1 stella	127	1,1	93	2,2	89	0,7	126	1,1
res tur. Alb.	130	1,1	68	1,6	83	0,7	-	0
Totale alberghiero	12.000	100,0	4.256	100,0	11.927	100	11.180	100,0

Fig. 3.4: strutture ricettive alberghiere nelle mete termali nel 2017

(fonte: Incipit Consulting, destinazione Montecatini, 2018)

3.3 Analisi di benchmark delle destinazioni termali italiane arrivi e presenze nel 2019

Nel 2019 le quattro destinazioni hanno assistito ad un aumento degli arrivi e delle presenze per quanto riguarda i flussi italiani (Tabella 3.3; Grafico 3.7). Abano Terme mantiene il primato, seguita da Montecatini e Chianciano. Ad andare controtendenza, invece, è Salsomaggiore. Il motivo è, come detto in precedenza, probabilmente legato alla mancanza di un brand unitario che renda visibile la destinazione e la posizioni sul mercato del benessere e ciò era stato ribadito anche da Anna Volpicelli, candidata sindaco di Salsomaggiore del 2018. La città ha bisogno di attività promozionali che permettano ai turisti di conoscere la destinazione e le risorse che offre, sia dal punto di vista termale grazie alla presenza delle sue acque benefiche, sia dal punto di vista enogastronomico e culturale. Inoltre, è necessaria una riqualificazione del tessuto urbano con opere di ristrutturazione delle strutture ricettive.

ARRIVI e PRESENZE degli ITALIANI				
	2017		2019	
DESTINAZIONI	ARRIVI	PRESENZE	ARRIVI	PRESENZE
Abano Terme	330.029	1.182.910	356.008	1.213.847
Salsomaggiore Terme	88.203	310.352	85.817	275.871
Chianciano Terme	154.203	398.548	167.551	405.466
Montecatini Terme	184.688	437.009	188.160	436.722
TOTALE	757.123	2.328.819	797.536	2.331.906

Tab. 3.3: la domanda turistica, arrivi e presenze degli italiani, nel 2019
(fonte: Incipit Consulting, destinazione Montecatini, 2018)

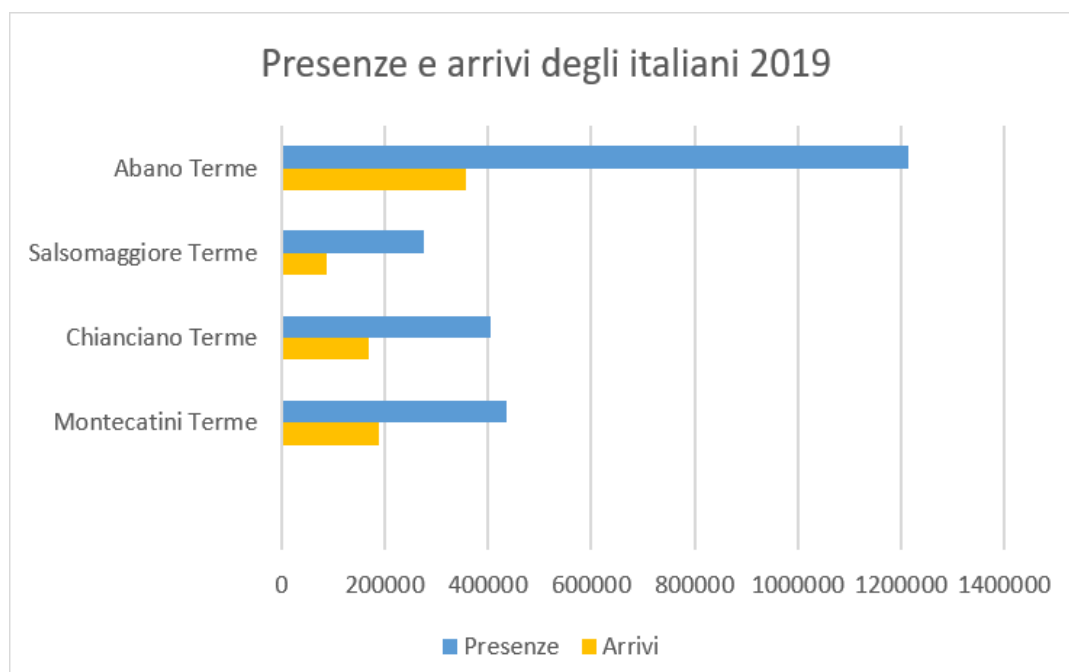


Grafico 3.7: la domanda turistica, arrivi e presenze degli italiani, nel 2019 a Montecatini Terme, Chianciano Terme, Salsomaggiore Terme, Abano Terme
(fonte: Incipit Consulting, destinazione Montecatini, 2018)

Per quanto riguarda i flussi stranieri, il 2019 ha registrato un aumento nel numero degli arrivi ma un calo in quello delle presenze (Tabella 3.4; Grafico 3.8). Montecatini ha sicuramente raggiunto il primato e, secondo i dati forniti dal principale motore di ricerca russo, Yandex, i russi sarebbero i maggiori fruitori della destinazione (Valdinievole oggi, 2020). Infatti, sembra che Montecatini sia la seconda località più cercata dai russi. È risaputo che essi siano amanti dell'acqua termale e dei benefici che essa procura, dei percorsi curativi e del benessere oltre che alla visita del Belpaese. L'esperto di marketing digitale per la Russia, Giulio Gargiullo (BTO Firenze, 2020) ha affermato che "questi turisti amano scoprire il territorio e vogliono essere condotti verso luoghi esclusivi con visite guidate verso cantine prestigiose, fabbriche o artigiani dove acquistare in sede e apprezzare le lavorazioni dal vivo, degustazioni e corsi di cucina, percorsi del benessere, aziende e boutique storiche, visite riservate in luoghi d'attrazione pubblici o privati e ovviamente negozi, boutique e outlet di moda e lusso che è il principale interesse nel Belpaese." La loro meta preferita, che risponde a tutte le loro richieste e preferenze, sembra essere dunque la Toscana che riunisce, in un solo luogo, il piacere del benessere e del termalismo con la scoperta dell'enogastronomia e della cultura locali. (Valdinievole oggi, 2020).

Abano Terme, posizionandosi al secondo posto (Grafico 3.8), ha registrato, invece, un calo sia per numero di arrivi che per presenze. Questo perché, negli ultimi anni, i maggiori frequentatori della destinazione sono principalmente italiani provenienti dalle regioni vicine, Lombardia ed Emilia-Romagna, oltre che gli stessi turisti locali. Per quanto la destinazione sia apprezzata dagli stranieri, soprattutto tedeschi e, di recente, anche i russi, il numero degli arrivi e delle presenze estere non è aumentato.

ARRIVI e PRESENZE STRANIERI				
	2017		2019	
DESTINAZIONI	ARRIVI	PRESENZE	ARRIVI	PRESENZE
Abano Terme	169.507	810.267	153.972	773.574
Salsomaggiore Terme	33.881	64.939	36.161	62.161
Chianciano Terme	97.870	205.520	103.367	201.841
Montecatini Terme	441.178	1.213.435	459.506	1.197.360
TOTALE	742.436	2.294.161	753.006	2.234.936

Tab. 3.4: la domanda turistica, arrivi e presenze degli stranieri, nel 2019 a Montecatini Terme, Chianciano Terme, Salsomaggiore Terme, Abano Terme (fonte: Incipit Consulting, destinazione Montecatini, 2018)

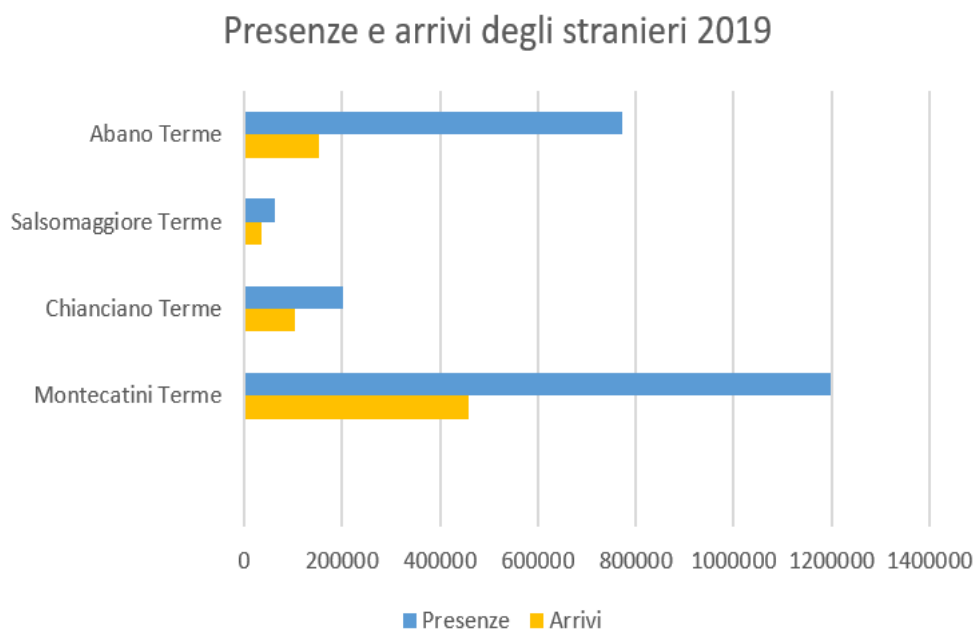


Grafico 3.8: la domanda turistica, arrivi e presenze degli stranieri, nel 2019 a Montecatini Terme, Chianciano Terme, Salsomaggiore Terme, Abano Terme (fonte: Incipit Consulting, destinazione Montecatini, 2018)

	ARRIVI		PRESENZE	
	2017	2019	2017	2019
DESTINAZIONI				
Abano Terme	499.536	509.980	1.993.177	1.987.421
Salsomaggiore Terme	122.084	121.978	375.291	338.032
Chianciano Terme	252.073	270.918	604.068	607.307
Montecatini Terme	625.866	647.666	1.650.444	1.634.082
TOTALE	1.499.559	1.550.542	4.622.980	4.566.842

Tab. 3.5: panoramica della domanda turistica, arrivi e presenze degli italiani e degli stranieri, nel 2017e e nel 2019 a Montecatini Terme, Chianciano Terme, Salsomaggiore Terme, Abano Terme (fonte: Incipit Consulting, destinazione Montecatini, 2018)

CAPITOLO 4

LA DESTINAZIONE ABANO TERME: ANALISI DELLA PERFORMANCE

4.1 La destinazione Terme Euganee e il suo centro principale, Abano Terme

La zona a sud-ovest della città di Padova è denominata Terme Euganee e comprende cinque comuni: Abano Terme, Montegrotto Terme, Battaglia Terme, Galzignano Terme e Teolo. Il comprensorio, chiamato anche Bacino Termale Euganeo, si estende per 36 kmq ed è il polo termale più grande a livello europeo, riconosciuto sia per l'organizzazione eccellente delle Terme, sia per i servizi offerti da quest'ultime. Come scrive la testata giornalista online GoGo Terme (2020) "l'importanza della zona termale di Abano Terme non è data solo da un singolo stabilimento termale, ma è una realtà ben più complessa e articolata che coinvolge tutto il territorio". Il contesto, attorno a cui sorge Abano Terme, è importante e può influenzare positivamente tutti coloro che vi si recano. È una destinazione turistica molto apprezzata in tutto il mondo sia per le cure termali di cui è possibile usufruire nei centri specializzati, ma anche per la sua posizione strategica. Abano Terme offre certamente il connubio ideale a chi cerca la qualità della cura e la singolarità dell'ambiente che lo circonda. La città si trova a pochi chilometri da Padova e da Venezia, luoghi famosi in tutto il mondo per l'arte, la cultura, la scienza. Da Abano è facile raggiungere Vicenza e le ville palladiane, il Lago di Garda e uno dei parchi acquatici più conosciuti, Gardaland, il litorale adriatico e le Dolomiti (Sartore, 2008). Inoltre, è la meta ideale per coloro che desiderano una vacanza rilassante a contatto con la natura del territorio: vigneti, boschi, oliveti e prati danno la possibilità ai turisti di scegliere tra una vasta gamma di percorsi a piedi, in bicicletta e a cavallo. Il territorio circostante offre molteplici possibilità di visita tra cui la scoperta di borghi storici e suggestivi come Arquà Petrarca, Este, Monselice e Montagnana ma anche, restando nel Parco dei Colli Euganei,

l'Abbazia di Praglia.

Abano Terme ha un tessuto molto buono dal punto di vista turistico e, nonostante la crisi del settore termale della fine degli anni Novanta, ha cercato di rilanciarsi nel mercato consapevole che siano molte le sfide da affrontare. A questo scopo, lo scorso 2016 è stata ufficializzata la destinazione *Terme e Colli Euganei*. Ora è necessario attrezzarsi in modo diverso rispetto al passato. Il fenomeno della globalizzazione del turismo del benessere ha procurato un aumento della domanda e dell'offerta e la nascita di nuove mete capaci di dar vita a nuovi flussi turistici. La concorrenza, dunque, si è fatta più stringente soprattutto per quanto riguarda l'erogazione di pacchetti turistici e la loro commercializzazione. La diffusione dei nuovi mezzi di comunicazione digitale, come per esempio i social network, e l'uso di internet hanno, senza dubbio, cambiato il modo di fare turismo e le motivazioni dei viaggiatori i quali non cercano più una determinata meta ma piuttosto qualcosa di già determinato (OGD *Terme e Colli Euganei*, 2016).

4.2 L'offerta turistica di Abano Terme

L'offerta turistica di Abano Terme è piuttosto articolata e il prodotto turistico *terme* abbina l'uso dell'acqua termale al fango naturale. Il piano di start up, redatto dall'OGD *Terme e Colli Euganei* nel 2018 con lo scopo di sviluppare delle risorse che diventino prodotti turistici veri e propri della destinazione coinvolgendo tutti gli attori del territorio, afferma che il prodotto è maturo e soffre una mancata innovazione e problemi di mercato che riguardano, soprattutto, un ricambio generazionale basso. Inoltre, il prodotto, perché sia efficace, necessita di lunghi soggiorni e va in controtendenza rispetto ai trend degli ultimi anni. Considerata la rapida crescita del turismo del benessere, la destinazione ha investito sicuramente nella costruzione di reparti dedicati alla cura della persona all'interno delle strutture ricettive, in particolare negli alberghi, permettendo così alla clientela di approfittare di un momento di relax durante il soggiorno. La nuova tendenza è stata affiancata all'offerta di tipo termale già radicata nella destinazione e l'ha arricchita allargandosi verso il concetto di benessere sempre più completo (OGD *Terme e Colli Euganei*, 2016). Abano Terme, comunque, resta conosciuta nel panorama del turismo termale per la particolarità della sua acqua che sgorga a 87°C e per l'efficacia certificata del suo fango termale utilizzato per la cura di molte patologie. La destinazione è inserita, anche, in un contesto paesaggistico peculiare:

infatti trova ubicazione nel primo Parco Naturale del Veneto.

L'offerta turistica comprende un centinaio di hotel con stabilimenti termali interni e oltre 220 piscine termali. La città è dotata anche di club per lo svolgimento di attività sportive come il golf e, nei dintorni, è possibile visitare quattro città murate e oltre 60 ville venete. La destinazione, dunque, è ricca di proposte per i visitatori da ogni parte del mondo ma il suo *core business* resta l'utilizzo dell'acqua termale e dei fanghi brevettati. Numerose sono, infatti, le strutture alberghiere che propongono pacchetti e offerte che uniscono alle cure termali, attività wellness e fitness. I soggiorni, compresi nei pacchetti, vanno normalmente da un minimo di 6 ad un massimo di 15 giorni per verificare l'efficacia delle cure. Non mancano, però, strutture ricettive che propongono soggiorni di durata inferiore, normalmente il fine settimana, data la crescente richiesta da parte del mercato composto, per la maggior parte di questi tempi, da turisti che si recano ad Abano solo per il fine settimana. Non mancano, però, i pacchetti e gli ingressi giornalieri nelle piscine termali e nelle SPA.

4.2.1 Le strutture ricettive

Il Bacino Termale Euganeo, per quanto riguarda le strutture ricettive, registra un comparto alberghiero di 107 alberghi suddivisi per le seguenti categorie:

- 9 strutture a 5 Stelle, di cui una 5 Stelle Superior
- 39 strutture a 4 stelle
- 46 strutture a 3 stelle
- 9 struttura 2 stelle
- 4 strutture a 1 stella

Facendo riferimento all'intero comparto alberghiero, le strutture che hanno al loro interno un reparto dedicato alle cure e alle piscine di acqua termale sono 90 di cui 66 si trovano nella città di Abano Terme, 27 a Montegrotto Terme, 5 a Galzignano Terme, 2 a Battaglia Terme e 7 a Teolo. Secondo il Destination management plan della DMO *Terme e Colli Euganei* (2016), l'insieme delle strutture ricettive ha portato, fino al 2015, ad un'offerta di 10.429 camere d'albergo occupate e un totale di 17.139 poste letto, rispettivamente 97 camere per struttura in media e 156 posti letto per struttura in media.

Le imprese alberghiere delle Terme Euganee, nel 2015, hanno ottenuto un fatturato totale annuo di circa €300.000.000 di cui circa 2/3 dalla vendita delle camere e il restante 1/3 dai servizi alla persona.

La destinazione Abano Terme conta la presenza di 92 strutture ricettive di cui 75 sono alberghi termali, 120 piscine e 50 campi da tennis. Gli alberghi sono sicuramente i più numerosi e ne rappresentano, attualmente, l'86% (Grafico 4.1). Seguono i bed and breakfast con una percentuale dell'8% e gli affittacamere con il 4% (Grafico 4.1). Sono presenti anche appartamenti in affitto e altre tipologie di strutture ricettive come per esempio case per ferie e residence.

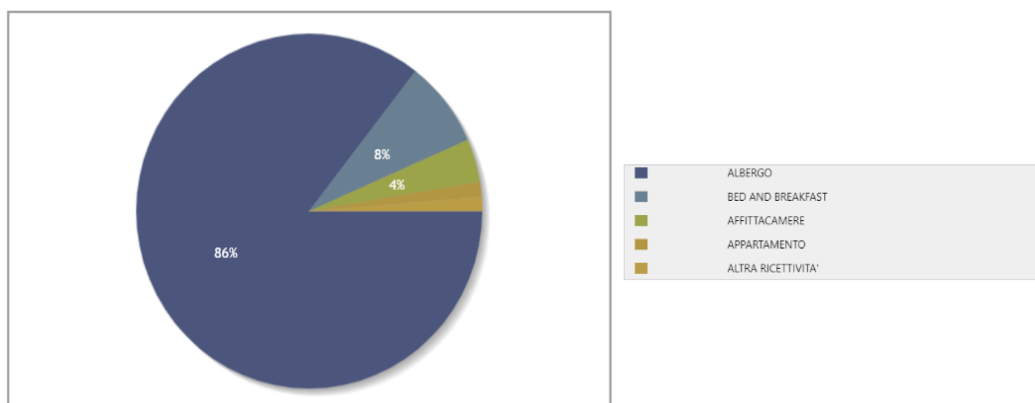


Grafico 4.1: le strutture ricettive ad Abano Terme
(fonte: Regione del Veneto, 2020)

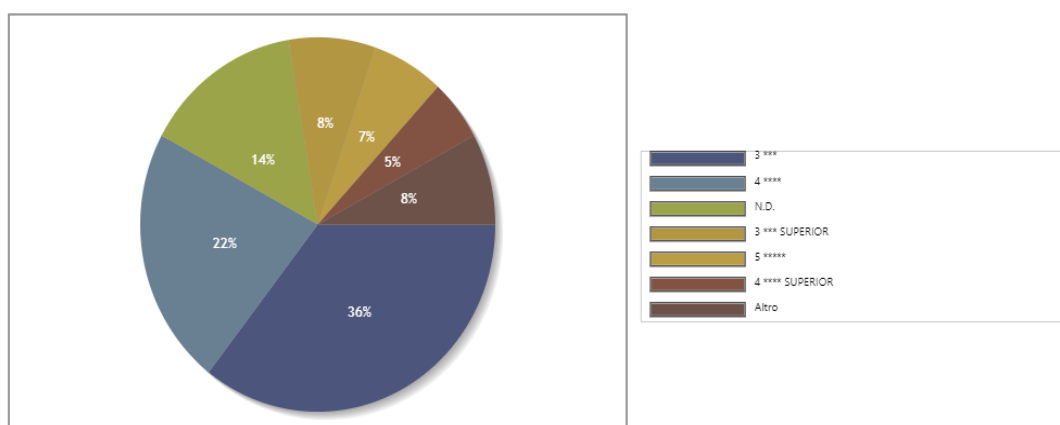


Grafico 4.2: le categorie degli alberghi di Abano Terme
(fonte: Regione del Veneto, 2020)

4.3 La domanda turistica ad Abano Terme dal 2015 al 2019

4.3.1 Arrivi di italiani e stranieri dal 2015 al 2019

Il numero degli arrivi degli italiani e degli stranieri ad Abano Terme, tra il 2015 e il 2019, sono stati sostanzialmente in crescita (Tabella 4.1). Il flusso italiano si è confermato in crescita durante tutto il quinquennio perché composto prevalentemente da *turisti del fine settimana*. Molti tra i fruitori italiani sono locali e rappresentano, sicuramente, un turismo mordi e fuggi (Pege, 2017). Il flusso straniero, al contrario, ha subito un calo dal 2017 al 2018 a causa della concorrenza dei Paesi limitrofi che propongono prezzi vantaggiosi erogando gli stessi servizi (PadovaOggi, 2014) (Tabella 4.1; Grafico 4.3). La tabella 4.2 illustra la variazione percentuale sugli arrivi dal 2015 al 2019.

ARRIVI DI ITALIANI E STRANIERI					
	2015	2016	2017	2018	2019
<i>italiani</i>	291.866	318.910	330.029	334.891	356.008
<i>stranieri</i>	151.807	150.088	169.507	158.077	153.972
TOTALE	443.673	468.998	499.536	492.968	509.980

Tab. 4.1: arrivi di italiani e stranieri ad Abano Terme tra il 2015 e il 2019
(Fonte dei dati: Sistema Statistico Regione Veneto, 2020)

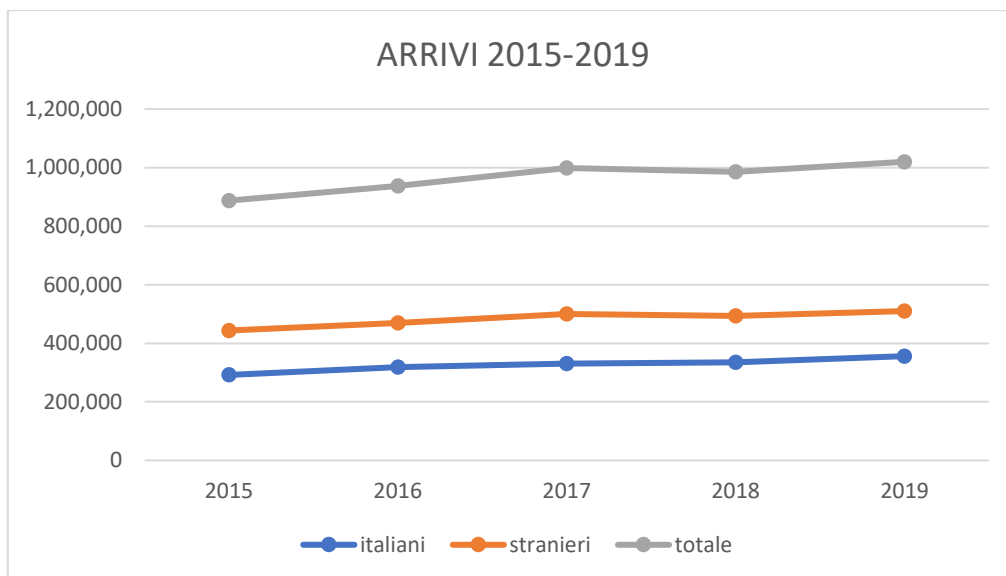


Grafico 4.3: arrivi di italiani e stranieri ad Abano Terme tra il 2015 e il 2019
(Fonte dei dati: Sistema Statistico Regione Veneto, 2020)

VARIAZIONE % SUGLI ARRIVI				
	2016/15	2017/16	2018/17	2019/18
italiani	9%	3%	1%	6%
stranieri	-1%	13%	-7%	-3%
TOTALE	6%	7%	-1%	3%

Tab. 4.2: variazione percentuale degli arrivi di italiani e stranieri ad Abano Terme tra il 2015 e il 2019
(Fonte dei dati: Sistema Statistico Regione Veneto, 2020)

4.3.2 Presenze di italiani e stranieri dal 2015 al 2019

Per quanto riguarda le presenze e la variazione percentuale su di esse (Tabelle 4,3 e 4.4; Grafico 4.4), dal 2015 al 2017 si è verificato un aumento specialmente durante le festività e i ponti, ma anche a causa delle tensioni internazionali del 2015 che hanno portato i consumatori a scegliere destinazioni vicine e sicure (PadovaOggi, 2015). Nonostante il trend crescente fino al 2017, come per gli arrivi, tra il 2017 e il 2018 si è

verificato un calo di oltre 44 mila unità che ha interessato, indistintamente, sia i flussi nazionali che esteri.

La domanda dei consumatori è cambiata. Come già affermato nel capitolo precedente, ora il turismo termale non si limita ai soli effetti curativi dell'acqua ma è alla ricerca di altri trattamenti volti al rilassamento del corpo e della mente e, di conseguenza, come scrive Pipia (2017), "gli albergatori di Abano hanno puntato su una seconda vocazione: non solo i lunghi periodi di fango e balneo-terapia, ma anche i weekend improntati su benessere e bellezza". Molte sono state le destinazioni a competere in questo senso facendo diminuire le presenze ad Abano Terme. È dal 2017 che le terme di Abano, se prima frequentate prevalentemente dagli over 50 che vi si recavano per le cure, iniziano, ora, ad accogliere anche i giovani i quali, spinti dal desiderio di dedicarsi maggiormente al corpo e alla salute, si avvicinano al comparto termale. Si abbassa, conseguentemente, l'età media dei fruitori e le strutture iniziano a rispondere più adeguatamente alle richieste del nuovo mercato modernizzandosi e collaborando come un ecosistema (Pomona, 2018). A questo proposito, nel 2017, il sindaco di Abano Terme, Federico Barbierato affermava che "il salto di qualità si ottiene riconvertendo gli hotel dismessi, ma anche e soprattutto attraverso la destagionalizzazione. Non ci devono più essere momenti morti, di bassissima stagione. Bisogna cominciare a proporre le terme in tutti i dodici mesi dell'anno. Così facendo aumentiamo le presenze."

La città, per tornare a risultare attrattiva agli occhi dei consumatori, ha riqualificato il territorio facendo diventare Abano più *green*, grazie alla costruzione di piste ciclabili, e si è "aperta alla cultura inaugurando il Museo Civico di Villa Bassi" (Franchin, 2019). L'ammodernamento degli alberghi dismessi e il *cambio di rotta* del settore turistico di Abano, dal 2018, hanno contribuito sicuramente all'aumento delle presenze degli anni successivi. Il flusso straniero ha subito un calo perché altre mete termali come per esempio Slovenia e Repubblica Ceca sono entrate a far parte della concorrenza. Le loro tariffe sembrano più vantaggiose e la loro immagine più moderna risultando, così, più attrattivi. L'immagine è infatti una componente importante dell'offerta turistica: Abano non sembra essere in linea con i tempi, apparendo vecchia e non adatta alla ricerca del benessere (Canton, 2013). A questo, si aggiungono anche le politiche rigide e restrittive che alcuni Paesi, come per esempio la Germania, adottano per ottenere il risarcimento delle prestazioni, pratica che porta i turisti tedeschi ad orientarsi verso altre destinazioni.

PRESENZE DI ITALIANI E STRANIERI					
	2015	2016	2017	2018	2019
<i>italiani</i>	1.103.056	1.179.668	1.182.910	1.179.588	1.213.847
<i>stranieri</i>	761.925	764.027	810.267	769.536	773.574
TOTALE	1.864.981	1.943.695	1.993.177	1.949.124	1.987.421

Tab. 4.3: presenze di italiani e stranieri ad Abano Terme tra il 2015 e il 2019
(Fonte dei dati: Sistema Statistico Regione Veneto, 2020)

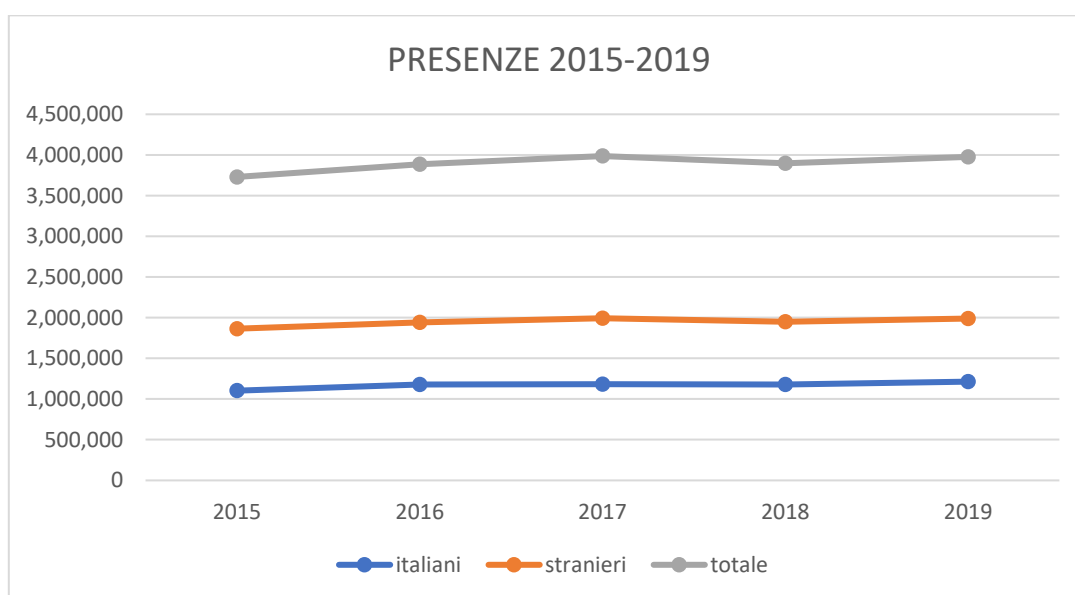


Grafico 4.4: presenze di italiani e stranieri ad Abano Terme tra il 2015 e il 2019
(Fonte dei dati: Sistema Statistico Regione Veneto, 2020)

VARIAZIONE % SULLE PRESENZE				
	2016/15	2017/16	2018/17	2019/18
italiani	7%	0%	0%	3%
stranieri	0%	6%	-5%	1%
TOTALE	4%	3%	-2%	2%

Tab. 4.4: variazione percentuale delle presenze di italiani e stranieri ad Abano Terme tra il 2015 e il 2019
(Fonte dei dati: Sistema Statistico Regione Veneto, 2020)

4.3.3 Permanenza media

La permanenza media si aggira da un minimo di 3,9 notti, registrato nel 2019, ad un massimo di 4,2 notti registrato nel 2015 (Tabella 4.5). La permanenza media è calata perché, fino a cinque anni fa, i soggiorni erano più duraturi per permettere alle cure termali e ai fanghi di fare effetto. Era necessaria una permanenza di almeno 12 giorni per verificarne l'efficacia.

Con l'avvento delle nuove tecniche di benessere e i nuovi trattamenti, i soggiorni si sono ridotti perché è calato il turismo della fangoterapia (Pomona, 2018) e sono cambiati, di conseguenza, i fruitori e le loro esigenze. Come già affermato precedentemente, i turisti raggiungono Abano principalmente per il fine settimana, tra cui anche i giovani con richieste diverse e capacità di spesa e di tempo inferiori rispetto ai consumatori della fangoterapia. Il calo più drastico è verificabile guardando al flusso estero, quello che raggiungeva Abano Terme proprio per la sua fama a proposito delle cure termali. Per quanto riguarda per esempio i turisti tedeschi, è importante ricordare che la Germania non risarcisce più i costi delle terapie effettuate al di fuori del proprio territorio nazionale (Canton, 2013) e ciò ha sicuramente influito sia sulle presenze, sia sulla permanenza media dei più fidelizzati fruitori esteri della destinazione veneta.

PERMANENZA MEDIA					
	2015	2016	2017	2018	2019
<i>italiani</i>	3,78	3,7	3,58	3,52	3,41
<i>stranieri</i>	5,02	5,1	4,78	4,87	5,02
TOTALE	4,2	4,10	3,99	3,95	3,90

Tab. 4.5: permanenza media flussi nazionali e stranieri ad Abano Terme tra il 2015 e il 2019
(Fonte dei dati: Sistema Statistico Regione Veneto, 2020)

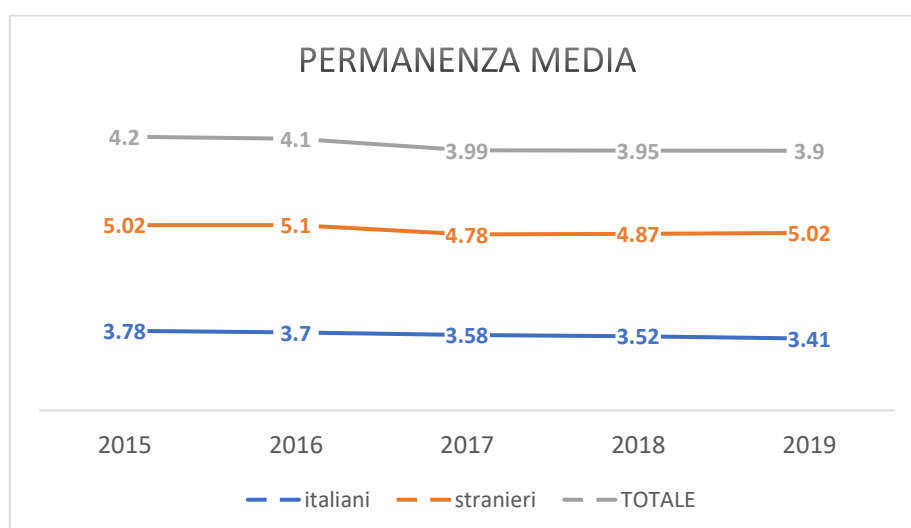


Grafico 4.5: permanenza media flussi nazionali e stranieri ad Abano Terme tra il 2015 e il 2019
(Fonte dei dati: Sistema Statistico Regione Veneto, 2020)

4.4 Le presenze di italiani e stranieri nelle strutture ricettive tra il 2015 e il 2019

Anche per quanto riguarda le presenze nei comparti alberghiero e complementare, il 2017 è stato l'anno che ha registrato il numero maggiore sia per i flussi nazionali che esteri. Il 2017 è stato l'anno sicuramente più proficuo, dal punto di vista turistico, per l'Italia la quale ha registrato un vero *boom* nel settore. Il turismo sostenibile e rurale, con i borghi come fiore all'occhiello, avevano guadagnato i primi posti nella classifica delle preferenze dei turisti (la Repubblica, 2017). Anche il comparto termale ha cavalcato

l'onda del successo contando l'incremento più significativo sia negli arrivi che nelle presenze di tutto il quinquennio.

4.4.1 Il comparto alberghiero

Le strutture alberghiere sono preferite dagli stranieri e, come appena menzionato, hanno registrato il maggior numero di presenze nel 2017 (Tabella 4.6; Grafico 4.6). Oltre ad aver ammodernato le loro strutture e i centri benessere, per rispondere alle esigenze del nuovo mercato, gli alberghi hanno iniziato a proporre sul mercato pacchetti e offerte che, al soggiorno, abbinano trattamenti benessere con acqua termale e fanghi, i prodotti di punta della destinazione nonché certificati a livello europeo. I fruitori che scelgono gli alberghi per i loro soggiorni hanno, sicuramente, disponibilità di spesa maggiore, pernottano più a lungo per usufruire dei trattamenti e delle cure inclusi nei pacchetti. Inoltre, è proprio per la comodità di avere il centro benessere all'interno della struttura ricettiva che invoglia i turisti a pernottare negli alberghi dove comodamente possono usufruire dei trattamenti. Un calo si è verificato nel 2018 (Tabella 4.6; Grafico 4.6) ed è stato causato probabilmente dalla competizione con altre destinazioni che erogano servizi simili a tariffe inferiori, ma anche dallo scarso interesse per la fangoterapia. Il presidente di Federalberghi Terme Abano Montegrotto, Emanuele Boaretto, afferma che “purtroppo, il mantenimento di un livello eccellente dei servizi alla clientela comporta costi davvero elevati e i margini aziendali non riescono a dare le stesse soddisfazioni delle presenze turistiche” (PadovaOggi, 2017). È importante considerare anche il livello di promozione di marketing della destinazione. Fino al 2018, erano pochi gli alberghi di Abano Terme a pubblicare contenuti in altre lingue diverse dall'italiano e quasi nessuna struttura gestiva pagine sui social network più utilizzati limitando la propria attività promozionale ai propri siti internet.

COMPARTO ALBERGHIERO					
	2015	2016	2017	2018	2019
<i>stranieri</i>	756.683	759.224	803.169	761.601	757.497
<i>italiani</i>	1.093.317	1.166.960	1.172.682	1.167.301	1.195.710
TOTALE	1.850.000	1.926.184	1.975.851	1.928.902	1.953.207

Tab. 4.6: presenze di italiani e stranieri nel comparto alberghiero di Abano Terme tra il 2015 e il 2019 (Fonte dei dati: Sistema Statistico Regione Veneto, 2020)

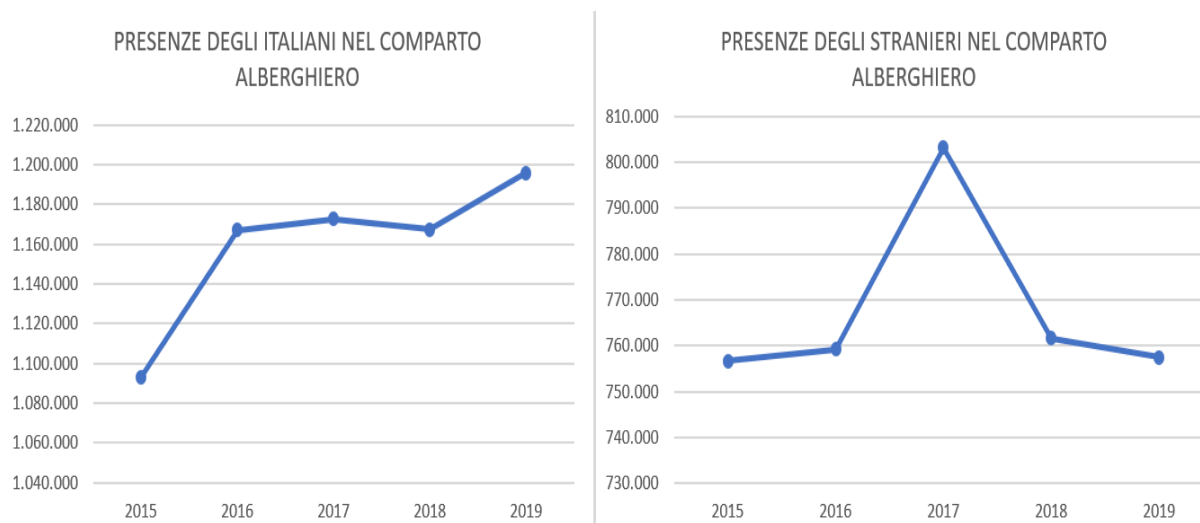


Grafico 4.6: le presenze degli italiani e degli stranieri nel comparto alberghiero ad Abano Terme tra il 2015 e il 2019 (Fonte dei dati: Sistema Statistico Regione Veneto, 2020)

4.4.2 Il comparto complementare

Per quanto riguarda il comparto complementare comprendente bed and breakfast, case per ferie, appartamenti privati e affittacamere, il totale delle presenze si mostra nettamente inferiore rispetto al comparto alberghiero (Tabella 4.7; Grafico 4.7). Si tratta di un comparto decisamente minoritario ma importante data la sua crescita. Questo perché i turisti preferiscono alloggiare negli alberghi dove possono usufruire, direttamente in loco, dei centri benessere e dei pacchetti e offerte che abbinano la SPA al soggiorno. Nonostante ciò, il comparto complementare ha registrato una rapida crescita dal 2017 al 2019 (Grafico 4.7). Questo perché, la maggior parte dei turisti, ora, è italiana e la loro permanenza media è inferiore rispetto a quella straniera. Come detto precedentemente, gli italiani raggiungono la destinazione per approfittare di un weekend all'insegna del relax il cui scopo è ben distante dall'essere unicamente curativo delle patologie. Considerato inoltre il fatto che, tra di essi, si contano anche molti giovani, con disponibilità di spesa e tempo limitati sembra scontato capire perché alloggino in strutture extralberghiere, più vantaggiose in termini di prezzi. In aggiunta, i turisti di oggi preferiscono entrare in contatto con la realtà locale, scoprendone le tradizioni e i piatti tipici, spesso già presenti all'interno delle stesse strutture. Differentemente, negli alberghi non è così facile usufruire di questo servizio (Tessariol, 2018). L'aumento del numero delle presenze nel comparto complementare dal 2017 è stato dovuto, probabilmente, alla rapida espansione di portali come Airbnb che consentono al consumatore di scegliere il proprio alloggio, confrontando più strutture, a prezzi inferiori rispetto a quanto andrebbe a spendere in una struttura alberghiera.

COMPARTO COMPLEMENTARE					
	2015	2016	2017	2018	2019
<i>stranieri</i>	5.242	4.803	7.098	7.935	16.077
<i>italiani</i>	9.739	12.708	10.228	12.287	18.137
TOTALE	14.981	17.511	17.326	20.222	34.214

Tab. 4.7: presenze di italiani e stranieri nel comparto complementare di Abano Terme tra il 2015 e il 2019
(Fonte dei dati: Sistema Statistico Regione Veneto, 2020)

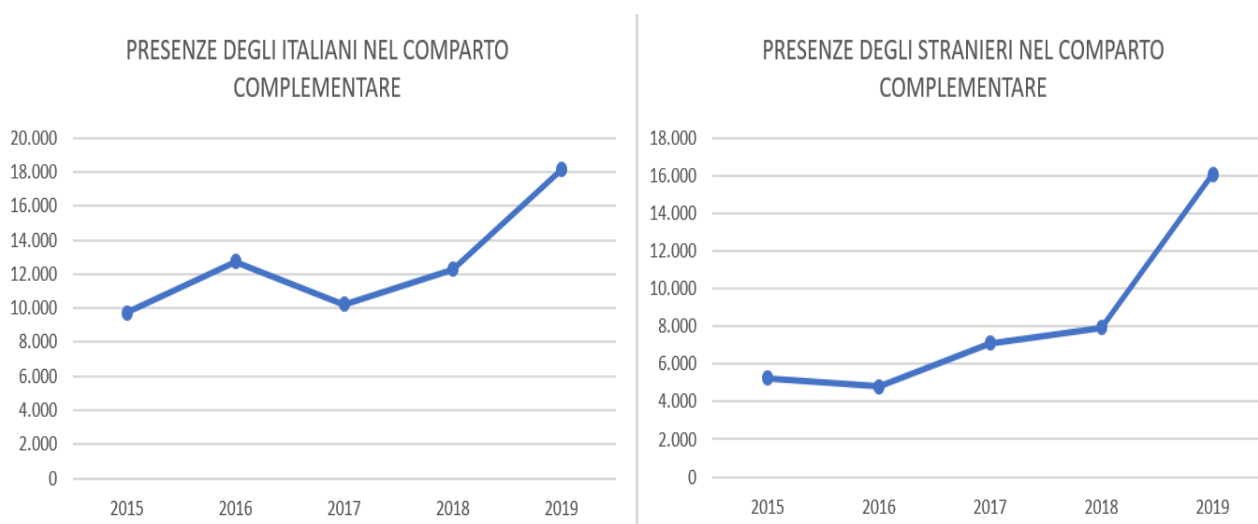


Grafico 4.7: presenze degli italiani e degli stranieri nel comparto complementare ad Abano Terme tra il 2015 e il 2019
(Fonte dei dati: Sistema Statistico Regione Veneto, 2020)

4.5 La provenienza dei flussi nazionali e stranieri ad Abano Terme

4.5.1 La provenienza dei flussi nazionali tra il 2015 e il 2019

Per lo studio delle provenienze dei flussi italiani nella città di Abano Terme sono state prese in considerazione le prime dieci regioni italiane a parità di presenze. La classifica non ha subito grandi mutamenti, per tutta la durata del quinquennio, eccetto una piccola variazione che, nell'anno 2015, vede invertite il Lazio e la Puglia (Tabella 4.8). I fruitori principali (Grafico 4.8) provengono dalla Lombardia e dall'Emilia-Romagna, le regioni confinanti con il Veneto, i quali prediligono un turismo concentrato sul fine settimana approfittando della prossimità della destinazione. Si è verificato, negli anni, come i turisti italiani apprezzino Abano Terme non solo per i suoi negozi e le ampie zone pedonali (Padovaoggi, 2018), ma anche per la sua vicinanza a Padova e Venezia, città dall'importante valore artistico, storico e culturale, e perché immersi nel contesto suggestivo dei Colli Euganei.

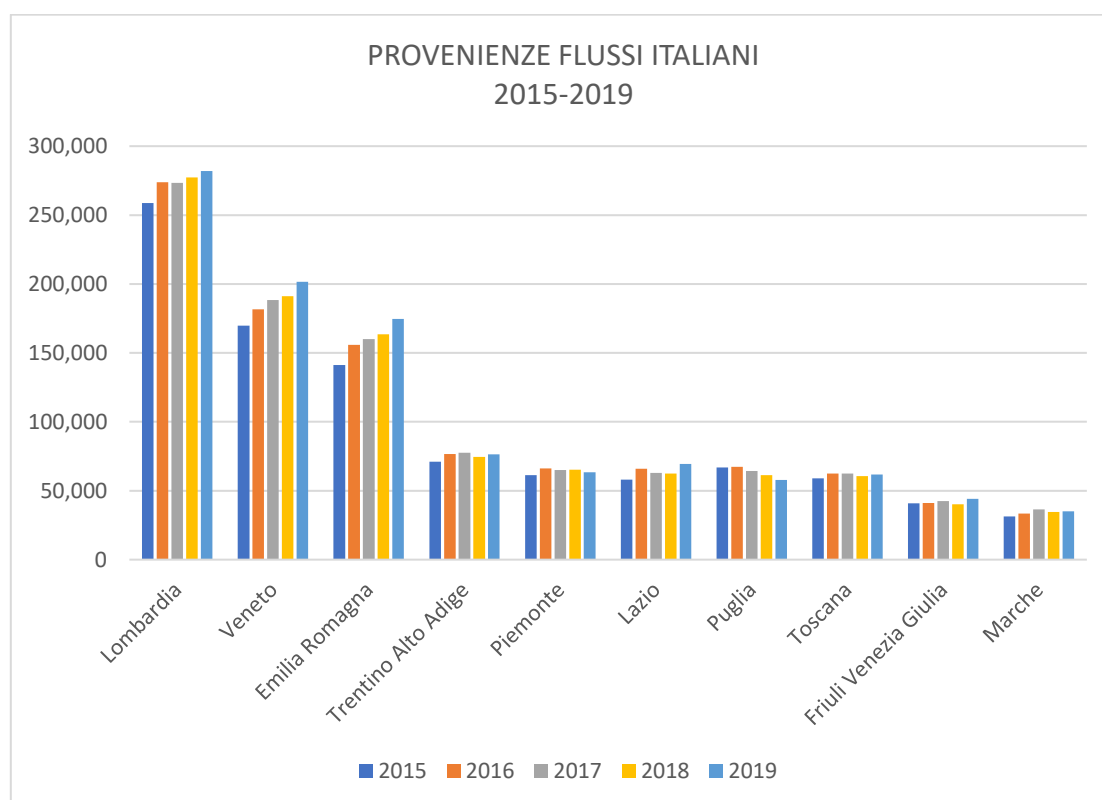


Grafico 4.8: la provenienza di italiani ad Abano Terme tra il 2015 e il 2019
(Fonte dei dati: Sistema Statistico Regione Veneto, 2020)

<i>LA PROVENIENZA DEI FLUSSI NAZIONALI</i>					
	<i>2015</i>	<i>2016</i>	<i>2017</i>	<i>2018</i>	<i>2019</i>
<i>Lombardia</i>	258.648	273.921	273.442	277.410	281.881
<i>Veneto</i>	169.854	181.624	188.248	191.028	201.688
<i>Emilia-Romagna</i>	141.192	155.842	159.948	163.509	174.657
<i>Trentino- AA</i>	71.060	76.654	77.621	74.513	76.439
<i>Piemonte</i>	61.210	66.224	64.928	65.261	63.377
<i>Lazio</i>	58.141	65.851	62.897	62.417	69.407
<i>Puglia</i>	66.856	67.267	64.408	61.280	57.889
<i>Toscana</i>	58.963	62.435	62.516	60.527	61.849
<i>Friuli- VG</i>	40.774	40.987	42.542	40.242	44.087
<i>Marche</i>	31.363	33.326	36.556	34.567	34.951

Tab. 4.8: la provenienza di italiani ad Abano Terme tra il 2015 e il 2019
(Fonte dei dati: Sistema Statistico Regione Veneto, 2020)

4.5.2 La provenienza dei flussi esteri tra il 2015 e il 2019

I fruitori stranieri principali di Abano Terme (Tabella 4.9, Grafico 4.9) provengono dalla Germania, turisti fidelizzati dagli anni 60. Nonostante in Germania abbia una fitta rete di stabilimenti termali in loco, essi prediligono l'Italia grazie al patrimonio naturalistico, culturale e storico che vanta e per le mete ideali dove potersi rilassare e praticare sport (Canton, 2013). Il cliente tedesco normalmente preferisce alloggiare nelle

strutture alberghiere, qualitativamente medio-alte, dove può abbinare all'intrattenimento, una vasta gamma di specialità enogastronomiche tipiche del territorio. Considerato che normalmente viaggia in automobile, Abano Terme sembra essere la meta ideale dove trascorrere una vacanza all'insegna del relax. Si osserva che, inoltre, le presenze dei tedeschi ad Abano sono inferiori rispetto alle presenze di italiani. I tedeschi utilizzano la destinazione in modo diverso fermandosi più a lungo ad Abano per usufruire delle cure termali (Canton, 2013). Se i tedeschi sono stati, per Abano Terme, i turisti più fidelizzati, dal 2017, si è registrato un calo nel numero delle presenze, dato presumibilmente dalla politica protezionistica attuata dal governo tedesco il quale non risarcisce le terapie termali effettuate al di fuori della Germania (Canton, 2013) ma anche da un rallentamento che ha coinvolto l'economia interna del paese (Marchioro, 2020). Ciò ha portato il flusso tedesco ad orientarsi verso altre destinazioni dove possono aspirare anche a spendere meno.

In linea generale, Abano Terme è una località molto apprezzata dai flussi esteri grazie alla vicinanza a Venezia, Padova e Verona e perché amano approfittare della bellezza e della pace dei Colli Euganei. Un mercato nuovo e in rapida crescita è rappresentato dai turisti russi i quali, dal 2017, hanno aumentato le loro presenze ad Abano Terme. Il turista russo è tra i più soddisfatti per quanto concerne i viaggi in Italia, è amante delle bellezze artistiche, del cibo italiano, della natura e del clima (Ministero degli affari esteri, 2017). Le loro presenze, comunque, sono più significative rispetto ai fidelizzati turisti del Belgio e dei Paesi Bassi i quali, fino al 2015, sono stati tra i principali fruitori della destinazione.

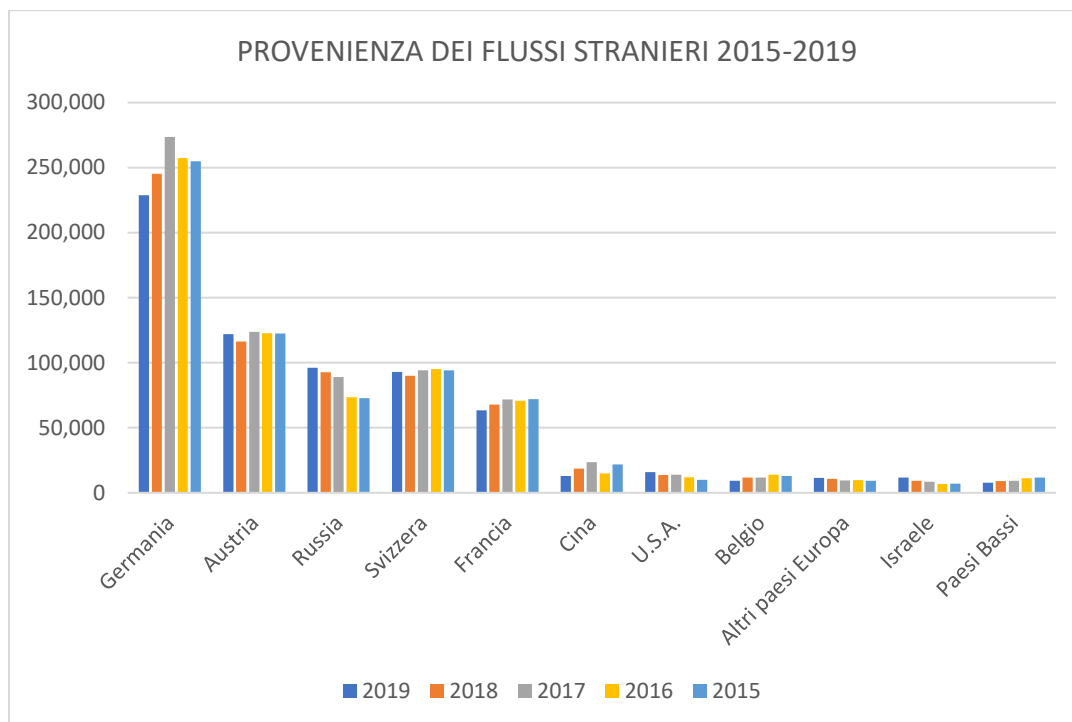


Grafico 4.9: la provenienza degli stranieri ad Abano Terme tra il 2015 e il 2019
(Fonte dei dati: Sistema Statistico Regione Veneto, 2020)

LA PROVENIENZA DEI FLUSSI ESTERI					
	2015	2016	2017	2018	2019
<i>Germania</i>	254.796	257.277	273.446	245.154	228.877
<i>Austria</i>	122.539	122.676	123.644	116.412	121.979
<i>Russia</i>	72.661	73.429	89.047	92.594	96.015
<i>Svizzera</i>	94.257	95.209	94.257	89.971	92.883
<i>Francia</i>	72.022	70.783	71.675	67.744	63.512
<i>Cina</i>	21.757	14.907	23.500	18.657	12.991
<i>U.S.A.</i>	9.886	11.951	14.021	13.665	15.776
<i>Belgio</i>	13.036	13.932	11.757	11.674	9.355
<i>Altri paesi Europa</i>	9.320	9.707	9.380	10.772	11.548
<i>Israele</i>	7.072	6.854	8.409	9.358	11.808
<i>Paesi Bassi</i>	11.692	11.306	9.360	8.885	7.699

Tab. 4.9: la provenienza degli stranieri ad Abano Terme tra il 2015 e il 2019
(Fonte dei dati: Sistema Statistico Regione Veneto, 2020)

4.6 Il 2020 ad Abano Terme e la ripartenza del turismo termale

4.6.1 La situazione italiana

Il 2020 sarà ricordato come l'anno della crisi sanitaria del Covid-19 che ha coinvolto molti Paesi in tutto il mondo. Il turismo è stato uno dei settori che, in Italia, ha risentito maggiormente degli effetti procurando un blocco dei flussi turistici (Istat, 2020). Secondo un'indagine Istat (2020) che fa riferimento al trimestre marzo-maggio 2020 (Figura 4.1), gli impatti che il Covid-19 ha avuto sul settore turistico sono stati notevoli: 81 milioni è il numero stimato delle presenze non realizzate, 23% delle presenze straniere mancate e 20% delle presenze non registrate nelle strutture alberghiere. Parlando di fatturato mancato, la cifra sembra ammontare a 27 miliardi di euro (Istat, 2020). Oltre al numero degli arrivi e delle presenze nettamente diminuito e al fatturato in calo rispetto a quanto ci si sarebbe aspettati, a decrescere è anche il numero dei posti di lavoro nel settore.

Il trimestre marzo-maggio 2020 avrebbe aperto la stagione turistica, considerato anche il susseguirsi delle festività come per esempio la Pasqua e, per quanto riguarda l'estero, la Pentecoste (Istat, 2020). La stima afferma che, in assenza di questa situazione, si sarebbero realizzate circa 81 milioni di presenze, con il 56% costituito dagli stranieri e il 70,6% di presenze negli alberghi. Le prime conseguenze di tale episodio sono emerse a febbraio ma è solo agli inizi del mese successivo che si è verificato l'azzeramento delle attività turistiche. La causa è dovuta al mantenimento del distanziamento sociale e ai decreti ministeriali che si sono susseguiti e che hanno portato le persone a non potersi muovere da casa se non per motivi di stretta necessità. Ne è conseguito che, a seguito del D.P.C.M del 25 marzo 2020, gli esercizi extralberghieri sono stati considerati non essenziali e perciò costretti alla chiusura mentre, per quanto riguarda gli alberghi, nonostante formalmente potessero esercitare, nella maggior parte dei casi, si sono trovati costretti a sospendere ogni attività. A subirne gli effetti, non è solo la struttura ricettiva ma anche tutti i comparti accessori che ruotano attorno al settore dell'ospitalità: ristorazione e trasporti, per esempio (Istat, 2020).

Un'ulteriore considerazione interessante riguarda i dati sulla spesa turistica degli stranieri effettuata negli anni precedenti. Da un'indagine del Turismo Internazionale della

Banca d'Italia⁷ è emerso che la spesa complessiva dei turisti stranieri in Italia, nel 2019, era circa pari a 44,3 miliardi di euro di cui la componente più significativa era data dall'alloggio e dalla ristorazione. Questa componente ammontava a 9,4 miliardi di euro nel solo trimestre marzo-maggio dello scorso anno e quest'anno, considerando lo stesso periodo, il flusso di spesa degli stranieri è risultato nullo (Istat, 2020).

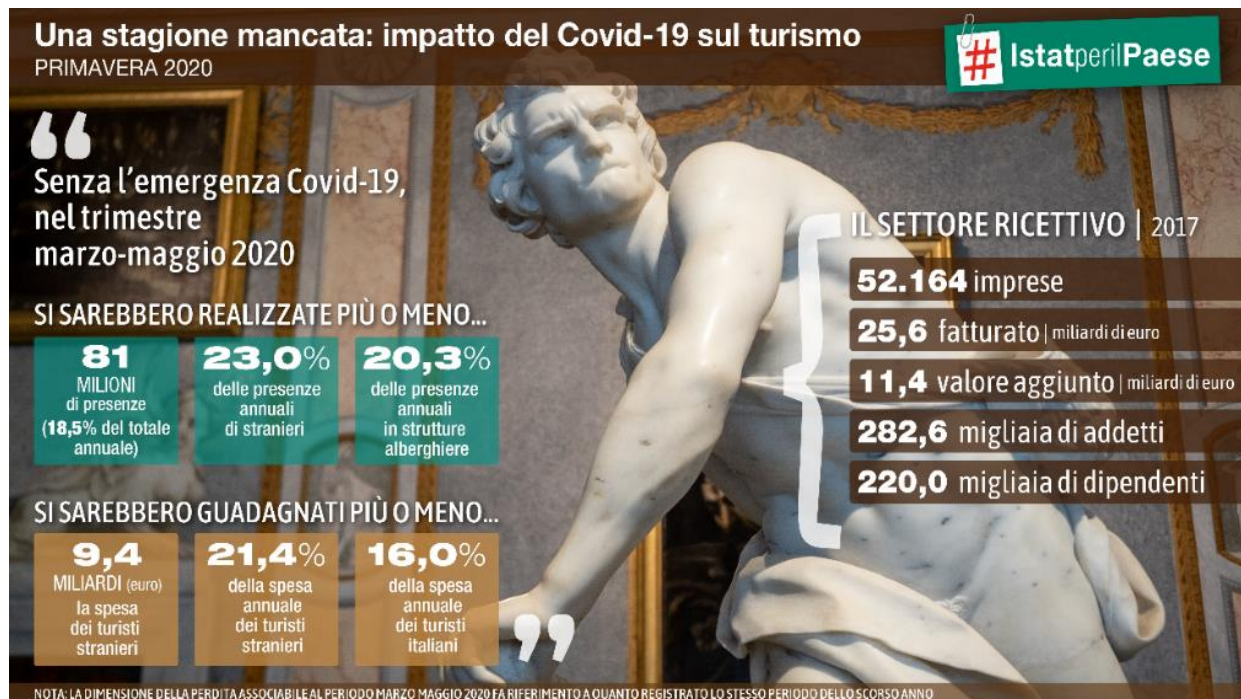


Fig. 4.1: l'impatto del Covid-19 sul turismo italiano nella primavera del 2020
(fonte: Istat, 2020)

4.6.2 I primi mesi del 2020 per Abano Terme

Anche Abano Terme, come destinazione termale tra le più note sul panorama italiano, ha dovuto subire gli effetti della crisi sanitaria del 2020. Le strutture ricettive di Abano Terme erano pronte ad accogliere i loro ospiti già dai primi giorni di marzo ma, dopo la prima bozza del D.P.C.M. dell'8 marzo che isolava la Lombardia e molte province tra cui Padova, hanno subito numerose cancellazioni e la fuga precipitosa di chi si era già recato ad Abano, soprattutto turisti provenienti da Germania, Austria e Svizzera, da cui

⁷ La Banca d'Italia svolge indagini campionarie dal 1996 riguardanti il turismo internazionale facendo interviste e conteggi, alle frontiere italiane, di turisti residenti e non residenti. Esse hanno l'obiettivo di fornire informazioni e dati analitici circa la bilancia dei pagamenti. Da luglio 2017 viene emessa una pubblicazione annuale dei principali risultati sul turismo internazionale in Italia (Banca d'Italia, 2020).

arrivano i fruitori principali della destinazione. Oltre alle cancellazioni e alla fuga degli ospiti e al conseguente mancato incasso restano, in compenso, diverse tasse e contributi da versare. Il calo registrato è di circa il 35%, a febbraio 2020, soprattutto per quanto riguarda il flusso straniero. Le cancellazioni subite da parte di questa componente sono conseguenza del fatto che, una volta tornati nel loro Paese di provenienza, i turisti recatisi in Italia avrebbero dovuto restare in quarantena per un periodo di quindici giorni. Le cifre della perdita, per quanto riguarda le strutture ricettive, ammontano a circa 100 mila euro al mese (intervista agli albergatori di Abano, servizio del telegiornale regionale, 2020). La situazione ha notevolmente compromesso un'intera stagione turistica: il Bacino Termale Euganeo conta 107 alberghi, 4700 addetti e oltre 3 milioni di presenze annue. Solo con il primo mese di chiusura c'è stata una perdita di 40 milioni di euro (Malaman, 2020). Nonostante gli alberghi potessero restare aperti, perché da sempre dediti alla cura della salute dei turisti anche prima dell'emergenza trattandosi di presidi medici, sono rimasti chiusi perché carenti di clientela.

È verso la fine di maggio che più della metà degli alberghi ha riaperto, mentre altri hanno posticipato la riapertura delle strutture alla prima settimana di giugno, alcuni alla fine del mese. Altri, però, riapriranno solo per la settimana di Ferragosto. Nonostante la riapertura, il numero dei clienti attualmente presenti o comunque previsti per i mesi estivi non è sufficiente a garantire la copertura delle spese di gestione, di mantenimento del personale e delle attività, nel breve periodo. Il tasso di occupazione delle camere arriva, per alcune strutture, al 20% mentre per altre raggiunge a stento il 10% (intervista agli albergatori di Abano, servizio del telegiornale regionale, 2020).

Di fronte alla situazione difficile, inoltre, gli albergatori di Padova Hotels Federalberghi Ascom hanno chiesto al comune di Padova di differire al 15 novembre 2020 il termine ultimo per il pagamento della tassa di soggiorno, previsto invece per il 15 aprile. Essa viene chiesta a tutti coloro che alloggiano nelle strutture ricettive di Abano e i proventi che ne derivano vengono destinati al finanziamento di strutture e servizi per la fruizione turistica, alla promozione territoriale e ad altri interventi in materia di turismo, beni culturali, ambiente e servizi pubblici locali (Comune di Abano Terme, 2020). La presidente di Padova Hotels Federalberghi Ascom, Monica Soranzo, afferma che "la situazione del settore alberghiero è molto difficile ed il problema della liquidità è forse quello che, al momento, ci preoccupa maggiormente. Sapere di poter contare su un differimento dei tempi di versamento dell'imposta sarebbe già qualcosa per un comparto

che, di punto in bianco, si è visto crollare il terreno sotto i piedi e che spera di poter tornare presto alla normalità garantendo in questo modo quei livelli occupazionali che oggi sembrano difficilmente sostenibili” (Poli, 2020).

Per la ripartenza di Abano Terme è necessario che il settore turistico sia sostenuto dalle istituzioni perché garantisca, alla destinazione, occupazione e prosperità. È importante ricordare che le Terme Euganee “contano su alcuni must importanti” (Malaman, 2020). Basti pensare all’efficacia delle cure e della fangoterapia, al wellness che sta avvicinando sempre più giovani alle terme, al fatto che ogni hotel disponga di uno stabilimento termale all’interno della struttura, al prestigio e alle ricerche avanzate dal centro studi Pietro d’Abano e alla vicinanza della destinazione ai Colli Euganei, alla città di Padova e ad alcuni borghi suggestivi come Arquà Petrarca e Monselice (Malaman, 2020).

4.6.3 I progetti per la ripartenza di Abano Terme: guardando avanti

La ripartenza di Abano Terme dopo il Covid-19, già comunque provata da una crisi del settore termale collocabile negli anni precedenti, prevede diverse azioni concrete per il settore dell’ospitalità turistica. Per quanto riguarda le azioni post Coronavirus, a livello pratico, sono stati diffusi un protocollo ed un vademecum, opera del Centro Studi Termali Pietro d’Abano e del professore di microbiologia dell’università di Padova Giorgio Palù, alle imprese, alle associazioni di categoria e alle strutture ricettive della destinazione. Essi contengono i comportamenti preventivi da assumere ovvero: la pulizia e la sanificazione di camere e spazi comuni, indicazioni per il check-in e check-out, l’utilizzo delle palestre e piscine, l’ingresso alle sale comuni e ai ristoranti, la somministrazione delle inalazioni e delle cure termali e, per concludere, un piano di intervento immediato nel caso in cui si presentasse un caso sospetto (il Gazzettino, 2020). Oltre a fornire le indicazioni precauzionali, si sta lavorando ad alcune proposte per i turisti per rilanciare la destinazione sul mercato: il Comune sta implementando le piste ciclabili, anche in direzione dei Colli Euganei, così da favorire la mobilità lenta e aprire la strada a nuovi percorsi naturalistici.

Un’azione ulteriore per rilanciare il turismo ad Abano è *Abano Feels Good* ad opera del Comune di Abano Terme. Si tratta di un nuovo progetto di marketing e comunicazione per la promozione del turismo termale e riunisce un’equipe di professionisti del marketing digitale e del turismo. Nato da un’indagine online, il progetto mira a capire se

ci sia interesse per Abano e i suoi soggiorni termali in questo periodo, nello specifico, e da quali luoghi provengano le ricerche (Villa e dintorni, 2020). L'obiettivo è quello di attirare sempre più clientela attraverso i canali social e un sito internet che promuova la città di Abano Terme. Il team di esperti ha iniziato a lavorare a febbraio e ha collaborato, per 3 mesi, con le istituzioni, le associazioni di categoria ed altre attività economiche.

La pandemia, come affermato all'inizio del paragrafo, non è stata l'unica crisi che il settore termale ha dovuto affrontare. Basti pensare al cambiamento recente del mercato che ha portato il turismo termale a considerare anche il comparto del wellness, rispondendo alle richieste dei consumatori. Rispetto a questa precedente crisi, le terme di Abano stanno, ora, pagando le conseguenze procurate dal Covid-19 soprattutto in termini di spazi da utilizzare: il turismo termale impiega, infatti, spazi promiscui collettivi come piscine, reparti dediti benessere e alle cure, sale da ballo e ristoranti, hall (Francisci, 2020). Cesare Pillon, già sindaco di Abano per due legislature ed ex amministratore delegato di AcegasAps, afferma che ci vorrà molto tempo prima si torni ad una normale accoglienza nelle strutture con le dovute precauzioni (Francisci, 2020). Pillon (2020) prosegue dicendo che "il tema di una riaffermazione della valenza sanitaria delle cure, che già si poneva prima della crisi pandemica, deve fare i conti anche con un cambio di mentalità collettiva che farà della sicurezza e della certificazione di qualità sanitaria l'elemento di discriminazione per una scelta di soggiorno". I danni procurati al settore termale, oltre alla crisi finanziaria che ha subito negli anni precedenti e che è ormai risaputa, sono molteplici e con la stagione primaverile persa sarà difficile ripartire. Per far tornare i turisti ad Abano, è necessario attivare una solida campagna promozionale che punti ad attirare, in primis, i turisti italiani attraverso pubblicità su carta e sulla TV locale, così come alcuni albergatori stanno già facendo. A dover cambiare, afferma Mortandello, sindaco di Montegrotto Terme, è la formulazione del prodotto turistico termale che affianchi alle terme anche la riabilitazione, il fango termale e il turismo esperienziale grazie all'offerta singolare dei Colli Euganei costituita da percorsi naturalistici ed enogastronomici (PadovaOggi, 2020). È importante che il comune di Abano progetti la riapertura e il rilancio della destinazione agendo non come entità singola ma assieme all'ODG, l'Organizzazione di Gestione della Destinazione Terme e Colli Euganei, l'Assessorato al turismo della Regione Veneto e le 16 Amministrazioni Comunali presenti nel Bacino Termale Euganeo (PadovaOggi, 2020).

CONCLUSIONI

Il presente lavoro di tesi si è posto come obiettivo l'analisi della performance della destinazione Abano Terme, in particolare relativamente al quinquennio 2015-2019.

I dati utilizzati per l'analisi della performance sono stati recuperati dal Sistema Statistico della Regione Veneto.

Abano Terme, nonostante la crisi del settore termale che l'ha coinvolta portandola ad investire nella costruzione di reparti dedicati al benessere e alla cura della persona presso le strutture ricettive, resta comunque conosciuta per la singolarità della sua acqua termale e l'efficacia del suo fango, oltre che per l'eccellenza dei suoi alberghi e stabilimenti. Proprio per rispondere alla nuova esigenza del mercato, che spinge sempre più il termalismo verso il più ampio concetto di benessere, la destinazione ha arricchito la sua offerta, affiancando nuovi trattamenti per la cura della persona all'offerta di tipo termale già consolidata. Inoltre, il fatto che sia inserita in una posizione strategica, ai piedi dei Colli Euganei, nei pressi di Padova e di suggestivi borghi come Arquà Petrarca, Este e Monselice, la rende sicuramente attrattiva per quanto riguarda percorsi naturalistici ed enogastronomici, storici e in bicicletta alla scoperta del territorio.

Dall'analisi della domanda turistica è emerso che, per quanto riguarda gli arrivi, nel periodo preso in esame, sia il flusso italiano che straniero sono cresciuti con valori di picco negli anni 2017 e 2019. Il flusso straniero, però, ha subito un calo tra il 2017 e 2018 perché probabilmente attratto da località limitrofe che erogano gli stessi servizi ma a prezzi più vantaggiosi. Il flusso italiano, invece, si conferma fidelizzato alla destinazione ed è composto prevalentemente dai turisti del fine settimana che pernottano ad Abano solo per il weekend. Anche le presenze, così come gli arrivi, si sono dimostrati in crescita con un calo tra il 2017 e 2018 che ha coinvolto sia i fruitori italiani che stranieri.

Attraverso lo studio della domanda è stato possibile capire che le richieste dei consumatori sono cambiate: non cercano più solo le cure termali ma piuttosto percorsi e weekend orientati al benessere e alla rigenerazione del corpo e della mente. La permanenza media negli ultimi anni si è, infatti, ridotta drasticamente. Se negli anni '80,

per una maggiore efficacia delle cure termali la durata dei soggiorni nelle strutture ricettive era di circa 12 giorni, ora la permanenza media nelle strutture varia da 3,24 giorni per gli italiani e 5,05 per gli stranieri.

I principali fruitori italiani provengono da Lombardia ed Emilia-Romagna che, probabilmente, preferiscono un turismo del fine settimana approfittando della vicinanza della destinazione alla loro città di residenza.

I turisti stranieri provengono principalmente da Germania e Russia. I tedeschi, nonostante possiedano numerosi centri termali sul territorio, prediligono l'Italia per il patrimonio naturalistico, storico ed enogastronomico anche se, negli ultimi anni, il numero degli arrivi è diminuito a causa di un rallentamento dell'economia interna tedesca che ha portato il governo tedesco a non risarcire le terapie termali fuori dalla Germania. Un nuovo mercato in crescita è costituito dai Russi, i quali sembrano essere ora più fidelizzati rispetto ai turisti del Belgio e dei Paesi Bassi che fino al 2015 sono stati tra i principali fruitori della destinazione.

La recente emergenza sanitaria ha messo a dura prova la destinazione. Cancellazioni in gran numero, fughe da parte dei turisti già presenti ad Abano Terme e la chiusura degli alberghi, nonostante siano considerati presidi medici e quindi con la possibilità di restare aperti, hanno annullato l'inizio di una stagione turistica importante. La ripartenza è iniziata gradualmente, con la riapertura delle strutture, il ritorno dei primi turisti e alcuni progetti tra cui *Abano Feels Good*, un lavoro promosso dal comune di Abano che coinvolge un'equipe di professionisti di marketing digitale e turismo. Già al lavoro da febbraio, il team ha il compito di capire se ci sia interesse per Abano e la sua offerta ricettiva in questo periodo con lo scopo di attirare sempre più clientela attraverso i canali social e un sito internet che promuova la città. Tornare ad una normale accoglienza nelle strutture sarà difficile ma è necessario che la destinazione non si consideri come entità singola ma che, piuttosto, lavori a stretto contatto con le associazioni di categoria, l'ODG, l'Organizzazione di Gestione della Destinazione Terme e Colli Euganei, l'Assessorato al turismo della Regione Veneto e le 16 Amministrazioni Comunali del Bacino Termale Euganeo.

INDICE DELLE FIGURE, DELLE TABELLE E DEI GRAFICI

<i>Figura 1.1</i> Il percorso dell'acqua termale dalle Piccole Dolomiti ad Abano Terme....	10
<i>Figura 1.2</i> L'evoluzione del termalismo da pratica ludica a medicina del benessere.	13
<i>Figura 2.1</i> I numeri del turismo wellness a livello globale	22
<i>Figura 2.2</i> Le prospettive del turismo wellness dal 2017 al 2022	23
<i>Tabella 2.1</i> I segmenti del turismo wellness	25
<i>Grafico 2.1</i> La concentrazione degli stabilimenti termali in Italia.....	28
<i>Grafico 3.1</i> La domanda turistica, arrivi e presenze, nel periodo 2007-2017 in Italia, nelle località termali, Montecatini Terme, Chianciano Terme, Salsomaggiore Terme, Abano Terme	42
<i>Tabella 3.1</i> La domanda turistica, arrivi e presenze degli italiani, nel 2017 a Montecatini Terme, Chianciano Terme, Salsomaggiore Terme, Abano Terme	43
<i>Grafico 3.2</i> La domanda turistica, arrivi e presenze degli italiani, nel 2017 a Montecatini Terme, Chianciano Terme, Salsomaggiore Terme, Abano Terme	43
<i>Tabella 3.2</i> La domanda turistica, arrivi e presenze degli stranieri, nel 2017 a Montecatini Terme, Chianciano Terme, Salsomaggiore Terme, Abano Terme	44
<i>Grafico 3.3</i> La domanda turistica, arrivi e presenze degli stranieri, nel 2017 a Montecatini Terme, Chianciano Terme, Salsomaggiore Terme, Abano Terme	44
<i>Grafico 3.4</i> L'incidenza percentuale delle presenze negli alberghi sul totale nel 2017	45
<i>Grafico 3.5</i> Grado di internazionalità della domanda nelle mete termali 2007-2017	47
<i>Grafico 3.6</i> Permanenza media nelle mete termali 2007-2017.....	48
<i>Figura 3.1</i> La consistenza dell'offerta ricettiva nelle mete termali 2007-2017	49
<i>Figura 3.2</i> Le strutture ricettive alberghiere nelle mete termali nel 2017.....	50
<i>Tabella 3.3</i> La domanda turistica, arrivi e presenze degli italiani, nel 2019 a Montecatini Terme, Chianciano Terme, Salsomaggiore Terme, Abano Terme.....	51
<i>Grafico 3.7</i> La domanda turistica, arrivi e presenze degli italiani, nel 2019 a Montecatini Terme, Chianciano Terme, Salsomaggiore Terme, Abano Terme.....	51
<i>Tabella 3.4</i> La domanda turistica, arrivi e presenze degli stranieri, nel 2019 a Montecatini Terme, Chianciano Terme, Salsomaggiore Terme, Abano Terme	53

<i>Grafico 3.8</i>	La domanda turistica, arrivi e presenze degli stranieri, nel 2019 a Montecatini Terme, Chianciano Terme, Salsomaggiore Terme, Abano Terme.....	53
<i>Tabella 3.5</i>	Panoramica della domanda turistica, arrivi e presenze degli italiani e degli stranieri, nel 2017e e nel 2019 a Montecatini Terme, Chianciano Terme, Salsomaggiore Terme, Abano Terme.....	54
<i>Grafico 4.1</i>	Le strutture ricettive ad Abano Terme	58
<i>Grafico 4.2</i>	Le categorie degli alberghi di Abano Terme.....	58
<i>Tabella 4.1</i>	Gli arrivi di italiani e stranieri ad Abano Terme tra il 2015 e il 2019	59
<i>Grafico 4.3</i>	Gli arrivi di italiani e stranieri ad Abano Terme tra il 2015 e il 2019.....	60
<i>Tabella 4.2</i>	Variazione percentuale degli arrivi di italiani e stranieri ad Abano Terme tra il 2015 e il 2019.....	60
<i>Tabella 4.3</i>	Le presenze di italiani e stranieri ad Abano Terme tra il 2015 e il 2019 .	62
<i>Grafico 4.4</i>	Le presenze di italiani e stranieri ad Abano Terme tra il 2015 e il 2019.	62
<i>Tabella 4.4</i>	Variazione percentuale delle presenze di italiani e stranieri ad Abano Terme tra il 2015 e il 2019	63
<i>Tabella 4.5</i>	Permanenza media flussi nazionali e stranieri ad Abano Terme tra il 2015 e il 2019	64
<i>Grafico 4.5</i>	Permanenza media flussi nazionali e stranieri ad Abano Terme tra il 2015 e il 2019	64
<i>Tabella 4.6</i>	Le presenze di italiani e stranieri nel comparto alberghiero di Abano Terme tra il 2015 e il 2019	66
<i>Grafico 4.6</i>	Le presenze degli italiani e degli stranieri nel comparto alberghiero ad Abano Terme tra il 2015 e il 2019	66
<i>Tabella 4.7</i>	Le presenze di italiani e stranieri nel comparto complementare di Abano Terme tra il 2015 e il 2019	68
<i>Grafico 4.7</i>	Le presenze degli italiani e degli stranieri nel comparto complementare ad Abano Terme tra il 2015 e il 2019	68
<i>Grafico 4.8</i>	La provenienza di italiani ad Abano Terme tra il 2015 e il 2019	69
<i>Tabella 4.8</i>	La provenienza di italiani ad Abano Terme tra il 2015 e il 2019	70
<i>Grafico 4.9</i>	La provenienza degli stranieri ad Abano Terme tra il 2015 e il 2019	72
<i>Tabella 4.9</i>	La provenienza degli stranieri ad Abano Terme tra il 2015 e il 2019.....	72
<i>Figura 4.1</i>	L'impatto del Covid-19 sul turismo italiano nella primavera del 2020.....	74

BIBLIOGRAFIA E SITOGRAFIA

AdnKronos (2019), *Federterme compie cento anni e celebra l'anniversario con la fondazione*, AdnKronos

Apice M. (2019), *Federterme, 100 anni di turismo, industria e salute*, ANSA, 07/11/2019
https://www.ansa.it/canale_viaggiart/it/notizie/evasioni/2019/11/07/federterme-100-anni-di-turismo-industria-e-salute_ef55ae85-cae3-4e59-90df-767c27e1731a.html
(data di ultima consultazione: 14/05/2020)

Aurighi, M., Vittadello, A. (1999), *Testimonianze geologiche dei Colli Euganei: Itinerari per conoscere la geologia dei nostri Colli*, Provincia di Padova, pp 7,8.

Banca d'Italia (2020), *Report sul turismo internazionale*, disponibile a
<https://www.bancaditalia.it/statistiche/tematiche/rapporti-estero/turismo-internazionale/index.html> (data di ultima consultazione: 27/04/2020)

Becheri, E., Quirino, N., (a cura di), *Federterme (2012), Rapporto sul sistema termale in Italia 2012*, Franco Angeli, Milano, pag. 17.

Benocci, G. (2019), *Chianciano: in un decennio le presenze alberghiere sono calate di oltre il 37%. La Federalberghi, "c'è un problema di promozione all'estero"*, Centritalia News, 04/02/2019
<https://www.centritalianews.it/chianciano-in-un-decennio-le-presenze-alberghiere-sono-calate-di-oltre-il-37-la-federalberghi-ce-un-problema-di-promozione-allestero/>
(data di ultima consultazione: 30/05/2020)

Boekstein, M. (2014), *Tourism, health and the changing role of thermal springs – should South Africa reposition its thermal spring tourism product?* in *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, Vol. 3 (2) University of the Western Cape, Bellville, South Africa

Candela, G., Figini, P. (2014). *Economia del turismo e delle destinazioni*, McGraw-Hill Education.

Cannizzaro, S., Corinto, G. (2017), *L'ospitalità nei luoghi termali delle Marche. È possibile una politica di rinnovamento?* Università degli Studi di Catania, Università degli Studi di Macerata,

Canton, C. (a.a. 2013-2014), *Welfare sanitario e turismo termale: I tedeschi in vacanza ad Abano Terme*, Tesi di laurea magistrale, Università Ca' Foscari, Venezia.

Cartaldo C. (2017), *Gli hotel scaricano Miss Italia: "Meglio ospitare i migranti"*, Il Giornale.it, 21/07/2017,
<https://www.ilgiornale.it/news/cronache/hotel-scaricano-miss-italia-meglio-ospitare-i-migranti-1422966.html> (data di ultima consultazione: 03/05/2020)

Castellaccio, E. (2012), *La cultura del termalismo e il turismo termale in Castellaccio E. "Quaderni di geotermia"*

Censis STB, Benedetto D. (2018), *I fruitori della SPA, anno 2016* disponibile a <https://www.spa-industry.it/indagine-2016-sui-fruitori-di-spa-fatta-da-censis-stb/> (data di ultima consultazione: 25/03/2020)

Città di Salsomaggiore Terme (2020). Salsomaggiore Terme, <https://visitsalsomaggiore.it/it/> (data di ultima consultazione: 12/06/2020)

Colli Euganei (2020). Benvenuti nei Colli Euganei, www.colleuganei.it (data di ultima consultazione: 27/03/2020)

Comune di Abano Terme (2020), <https://www.comune.abanoterme.pd.it/> (data di ultima consultazione: 12/06/2020)

Comune di Chianciano Terme (2020), <http://www.comune.chianciano-terme.siena.it/> (data di ultima consultazione: 12/06/2020)

Confesercenti nazionale (2019), <https://www.confesercenti.it/blog/confesercenti-padova-turismo-termale-di-abano-e-montegrotto/> "*Confesercenti Padova: turismo termale di Abano e Montegrotto*" (data di ultima consultazione: 03/05/2020)

Crippa, M., Fiorani, M. (2006), *Geografia generale*, Mondadori Scuola.

Cristini, C. Guerrini, G. Porro, A. (2014), *Termalismo e invecchiamento fra storia e attualità*, Fondazione Brescia Solidale, Università degli Studi di Brescia

Csirmaza, É., Pet, K. (2015), *International Trends in recreational and wellness tourism*, University of Debrecen, Faculty of Economics and Business Administration.

Dai Prà, E. (2013), Introduzione: il nuovo "benessere termale" in Dai Prà E., *Geografie del benessere*, Università degli Studi di Trento, pp 7-9.

Dati statistici regione Toscana (2020), <https://www.regione.toscana.it/statistiche/dati-statistici> (data di ultima consultazione: 05/06/2020)

Direzione generale delle Politiche interne dell'UE (2017), *Research for TRAN Committee- Health tourism in the EU: a general investigation*.

Emilia- Romagna Turismo (2020), *Le terme di Salsomaggiore: La meraviglia del Liberty incontra il benessere termale* <https://www.emiliaromagnaturismo.it/it/terme-benessere/stabilimenti-termali/terme-di-salsomaggiore> (data di ultima consultazione: 08/06/2020)

Erfurt-Cooper, P., Cooper, M. (2009), *Health and Wellness Tourism: Spas and Hot Springs*, Channel View Publications, Bristol

ESPA, European Spas Association (2020), <https://www.europeanspas.eu/> (data di ultima consultazione: 03/02/2020)

Federalberghi (2020), www.federalberghi.it (data di ultima consultazione: 20/06/2020)

Federterme (2020), www.federterme.it (data di ultima consultazione: 20/06/2020)

Forace, G. (a.a. 2012-2013), *Il turismo termale tra salute e benessere: L'evoluzione di una pratica antica e il caso studio di Bath*, Tesi di laurea magistrale, Università Ca' Foscari, Venezia.

Fornaciari A. (2020), *In Italia il turismo del benessere vale un tesoro da 11,6 miliardi*, Il Giornale.it, 06/02/2020, <https://www.ilgiornale.it/news/milano/italia-turismo-benessere-vale-tesoro-116-miliardi-1822200.html> (data di ultima consultazione: 22/04/2020)

Franchin, F. (2019), *Il turismo del wellness vola Abano segna un più 7,58*, Il Mattino di Padova, 11/08/2019, <https://ricerca.gelocal.it/mattinopadova/archivio/mattinopadova/2019/08/11/padova-il-turismo-del-wellness-vola-abano-segna-un-piu-7-58-26.html> (data di ultima consultazione: 01/04/2020)

Francisci A. (2020), *Coronavirus: la ripartenza delle terme d'Abano* <http://www.informabano.it/il-caso/coronavirus-la-ripartenza-delle-terme-dabano/> (data di ultima consultazione: 13/06/2020)

Garcia Álvarez-García, J. & Del Río Rama, (2016), Special issue of Enlightening Tourism. A Pathmaking Journal (ET), Vol. 6, No 1, pp. 1-18, *Thermal tourism, thalassotherapy and spas: the water in the health and wellness tourism*, Universidad de Extremadura, University of Vigo

Gargiullo G. (2020), *I turisti russi amano le terme italiane, sul podio Abano e Montecatini*, Travelnostop: il Giornale del travelling italiano, 06/02/2020, https://travelnostop.com/NEWS_stampa.php?id=481341®ione=nazionale (data di ultima consultazione: 11/06/2020)

Gestione unica del Bacino Idrominerario omogeneo dei Colli Euganei, (2005), *Il Bacino idrominerario omogeneo dei Colli Euganei*

Travelquotidiano.com (2020), *I russi scelgono le terme in Italia: trend e consigli*, http://www.travelquotidiano.com/enti_istituzioni_e_territorio/russi-scelgono-le-terme-italia-trend-consigli/tqid-374105 (data di ultima consultazione: 18/05/2020)

Global SPA Summit (2010), *Spas and the Global Wellness Market: Synergies and Opportunities*, SRI International

Global Wellness Institute (2018), *Report: Global Wellness Tourism Economy – November 2018*

Go go Terme (2020), <https://www.gogoterme.com/> (data di ultima consultazione: 24/06/2020)

Guraziu, E., (2012), *Il benessere termale in Italia*, Mercury Srl-Turistica

Itinerari geologici attraverso l'Italia, (2011), *Storia geologica dell'Italia, Italia*, Zanichelli.

Ilgazzettino.it (2020), *Fase 2, un protocollo e un vademecum per la ripresa del turismo termale*,

https://www.ilgazzettino.it/nordest/padova/coronavirus_centro_studi_termale_abano_montegrotto_vademecum_protocollo_fase_due_turismo_professor_palu_universita_pado_va-5191834.html (data di ultima consultazione: 18/06/2020)

Incipit Consulting, Associazione provinciale albergatori Montecatini (2018), *Destinazione Montecatini: trasformare i dati in informazioni rilevanti, le informazioni in consapevolezza, la consapevolezza in valore* disponibile a

http://www.apamontecatini.it/uploads/INCIPIT%20RELAZIONE%20MONTECATINI_2018_181218.pdf

Infomercatiesteri.it, <http://www.infomercatiesteri.it/> (data di ultima consultazione: 08/07/2020)

Istat, (2017), *Report Movimento turistico in Italia*, disponibile a

<https://www.istat.it/it/files/2018/11/report-movimento-turistico-anno-2017.pdf>

Istat, (2020), *Una stagione mancata: impatto del Covid-19 sul turismo*, disponibile a

https://www.istat.it/it/files/2020/04/STATISTICATODAY_TURISMO.pdf

Istituto Superiore per la protezione e la ricerca ambientale, (2014), *Cenni di geologia dell'Italia attraversata dal Giro d'Italia 2014 (anche per non geologi)*

Larepubblica.it (2017), *Turismo, il boom dell'estate 2017. 50 milioni di arrivi tra giugno e agosto*

https://www.repubblica.it/viaggi/2017/09/09/news/turismo_il_boom_dell_estate_2017_al_mare_il_16_per_cento_in_piu_-174990862/
(data di ultima consultazione: 16/05/2020)

Lamendola, F. (2014), *Da dove viene il calore delle acque termali?* Nuova Italia: Accademia Adriatica di Filosofia, 04/07/2014

Malaman, R. (2020), *Solo l'eco del picchio nella Abano Terme deserta*, Corriere del Ticino, 23/03/2020,

<https://www.cdt.ch/benessere/solo-l-eco-del-picchio-nella-abano-terme-deserta-XK2491770?refresh=true> (data di ultima consultazione: 28/05/2020)

Marchioro, S. (2014), *Destination Management e Destination Marketing per una gestione efficiente delle destinazioni turistiche in veneto*, Padova University Press, Journal Article

Marchioro, S. (2019), *Il turismo termale e la realtà del Bacino Termale Euganeo: cambiamenti e prospettive*, Economia applicata al turismo, Università degli Studi di Padova, a.a. 2019/2020, Padova

Masetti, A. (2011), *“Salus per Aquam”: terme e termalismo nella storia*, Giornale di medicina militare GMM, pp 11-16.

Mintel (2007), Spa Tourism, Travel & Tourism, n° 9, Ottobre 2007, Mintel Group Ltd, London

Ontit.it (2011), *Serv. Osservatorio Nazionale del Turismo, Redazione ONT*

[http://www.ontit.it/opencms/opencms/ont/it/focus/focus/Il turismo termale in Italia](http://www.ontit.it/opencms/opencms/ont/it/focus/focus/Il_turismo_termale_in_Italia) (data di ultima consultazione: 15/05/2020)

Organizzazione di Gestione della Destinazione Terme e Colli Euganei, (2018), *Piano di Start up*

O.G.D. “TERME E COLLI EUGANEI” (2016), *Destination Management Plan*,

PadovaOggi.it , www.padovaoggi.it

(2015) *Ponte dell'Immacolata 2015, prenotazioni ad Abano e Montegrotto Terme* (data di ultima consultazione: 19/05/2020)

(2017) *Terme di Abano e Montegrotto, previsioni turismo aprile 2017* (data di ultima consultazione: 03/05/2020)

(2018) *Bacino termale euganeo, i numeri sorridono: presenze turistiche in aumento nel 2017* (data di ultima consultazione: 11/05/2020)

(2020) *Mortandello: «Per ripartire dopo la crisi, ridefinire prodotto e modello turistico* (data di ultima consultazione: 16/06/2020)

(2020) *«Posticipate il versamento della tassa di soggiorno»: la lettera degli albergatori padovani* (data di ultima consultazione: 16/06/2020)

Pellegrini, G. (2004), *Edifici vulcanici estinti: Colli Euganei*, Università degli Studi di Padova

Pipia, G. (2017), *Meno fanghi, più benessere: ecco il turismo del week end*, Il Gazzettino, 10/12/2017,

https://www.ilgazzettino.it/nordest/padova/turismo_abano_termes-3419894.html (data di ultima consultazione: 29/05/2020)

Poggiani, M. (a.a 2015-2016), *Chianciano Terme, la città del benessere: Uno strumento di rigenerazione urbana per la ristrutturazione dell'offerta turistica*, Tesi di laurea magistrale, Università degli Studi di Pisa, Pisa.

Pomona, F. (2018), YAK Agency, *Terme di Abano e Montegrotto: un mercato in trasformazione, delle nuove opportunità da cogliere*,

<http://insights.yakagency.com/it/articolo/terme-di-abano-e-montegrotto-un-mercato-in-trasformazione-delle-nuove-opportunita-da-cogliere> (data di ultima consultazione: 17/04/2020)

Rapporto Federterme (2011), *Storia del termalismo italiano dal 1920 fino al 2000*

Review web edition (2019), pp 16-18 disponibile a

<https://www.monitorimmobiliare.it/pubblicazioni/download/20191118100900-reviewweb-265-.pdf>

Romei, P (2016), *Annali del Turismo, L'evoluzione della specializzazione turistica di Montecatini Terme*, Dipartimento di Scienze per l'Economia e l'Impresa, Università degli Studi di Firenze, Firenze

Sartore, T. (2008), *Bacino Termale Euganeo: situazione attuale e possibili sviluppi futuri*, Tesi di laurea, Università degli Studi di Padova, Padova.

Sistema statistico regionale Veneto (2020),

http://statistica.regione.veneto.it/banche_dati_economia_turismo.jsp
(data di ultima consultazione: 09/06/2020)

Statistica regione Emilia-Romagna (2020),

<https://statistica.regione.emilia-romagna.it/> (data di ultima consultazione: 09/06/2020)

Smith M., Puczko L. (2009), *Health and Wellness Tourism*, Butterworth-Heinemann, London

Strangio D., Teodori M. (2015), *Le terme di Viterbo: dal termalismo sociale ai progetti di rilancio nel segno del turismo del benessere*, Sapienza Università degli Studi di Roma

Tessariol, T. (2018), *Turismo e redditività del settore alberghiero in Veneto*, Tesi di laurea, Università degli Studi di Padova, Padova.

Thermae di Salsomaggiore (2020), *La Storia delle terme di Salsomaggiore*,

<https://www.termedisalsomaggiore.it/it-IT/La-Storia-delle-terme-di-Salsomaggiore.aspx> (data di ultima consultazione: 29/05/2020)

Treccani Enciclopedia (2020), www.treccani.it, (data di ultima consultazione: 22/02/2020)

Trieste, F. (2019), *Le terme più belle d'Italia*, <https://www.ignas.com/it/blog/terme-piu-belle-d-italia/> (data di ultima consultazione: 26/05/2020)

Turismo Oggi, (2020), *Turismo termale: sempre più persone lo scelgono per stare meglio*,

<https://www.turismo-oggi.com/turismo-termale-sempre-piu-persone-lo-scelgono-per-stare-meglio.html#:~:text=Al%20contrario%20il%20turismo%20termale,Salus%20Per%20Aquam%2C%20ovvero%20SPA.> (data di ultima consultazione: 17/04/2020)

Tuscany-charming.it (2020), *Chianciano Terme*,

<https://www.tuscany-charming.it/it/localita/chiancianoterme.asp>
(data di ultima consultazione: 29/05/2020)

Valdinievoleoggi.it (2020), *Montecatini al secondo posto tra le località termali italiane più amate dai russi secondo Yandex*, <http://www.valdinievoleoggi.it/a81210-montecatini-al-secondo-posto-tra-le-localita-termali-italiane-piu-amate-dai-russi-secondo-yandex.html> (data di ultima consultazione: 29/05/2020)

Van Der Linden, S., Van Tubergen, A. (2001), *A brief history of spa therapy*, Department of Internal Medicine, Division of Rheumatology, University Hospital, Maastricht, Maastricht, The Netherlands, *Annals of the Rheumatic Diseases (ARD)*, 25/09/2001

Varese Noi, (2020), *Terme e salute, sostenibilità ambientale e turismo lento: Abano Terme si prepara per le vacanze 2020*, <https://www.varesenoi.it/2020/05/07/leggi-notizia/argomenti/attualita-17/articolo/terme-e-salute-sostenibilita-ambientale-e-turismo-lento-abano-terme-si-prepara-per-le-vacanze-202-3.html> (data di ultima consultazione: 28/06/2020)

Visitabanomontegrotto.it (2018), *Thermae Abano e Montegrotto*, www.visitabanomontegrotto.com (data di ultima consultazione: 01/03/2020)

World Health Organization (WHO) (2020), <https://www.who.int/> (data di ultima consultazione: 28/06/2020)

Zollo, Anna, (2014), *Il turismo italiano in cifre e Il turismo termale italiano tra storia e prospettive di rilancio*, FormazioneTurismo.com

Zuccarello, Alessia, (2020), *Il turismo del benessere e la crescita economica*, <https://www.lavaldichiana.it/il-turismo-del-benessere-crescita-economica/> (data di ultima consultazione: 21/04/2020)