

Sviluppo
Italia
Sicilia

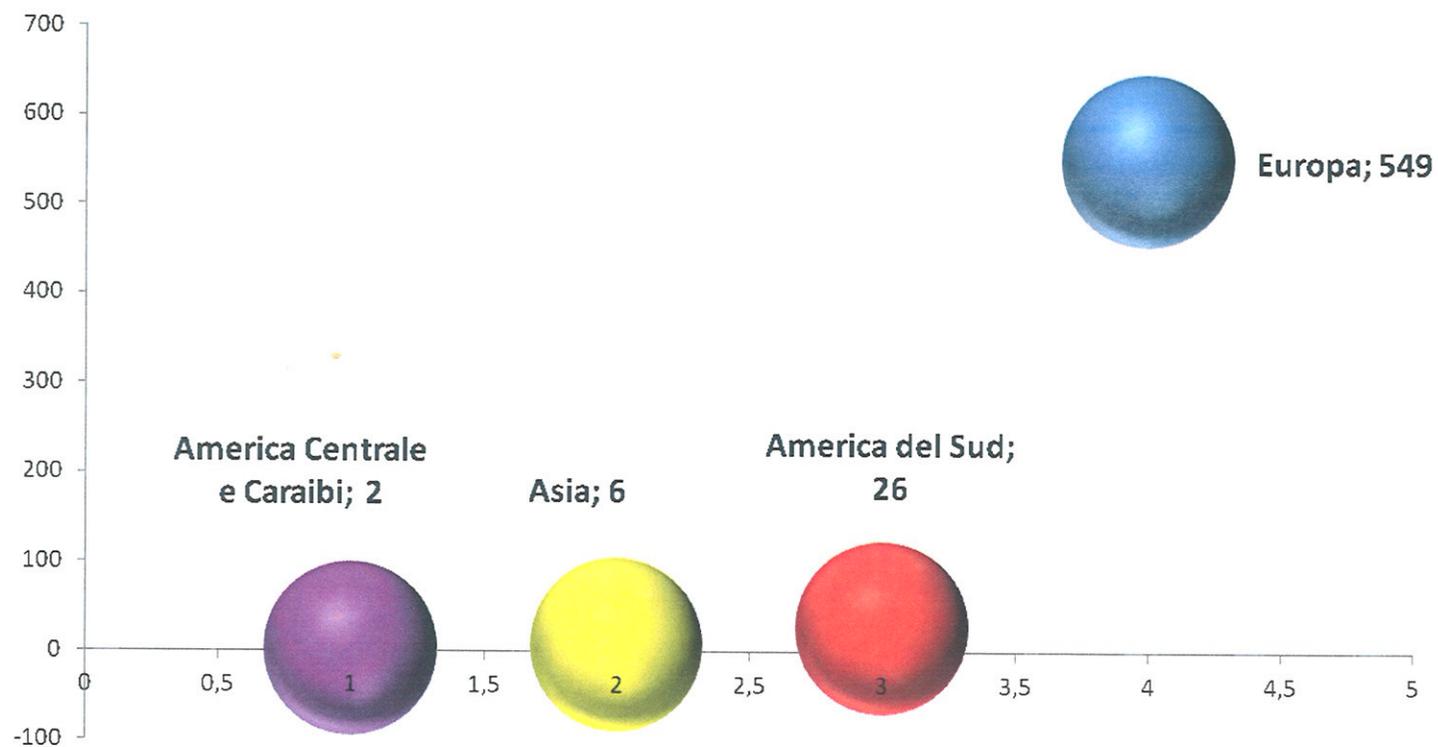
Terme di Sciacca ed Acireale

Quali prospettive di sviluppo?

Il termale nel mondo

A livello mondiale il termalismo è un fenomeno soprattutto europeo. Basti pensare che quasi il 95% degli stabilimenti termali del mondo sono in Europa.

(Fonte: SAUNAMECUM)

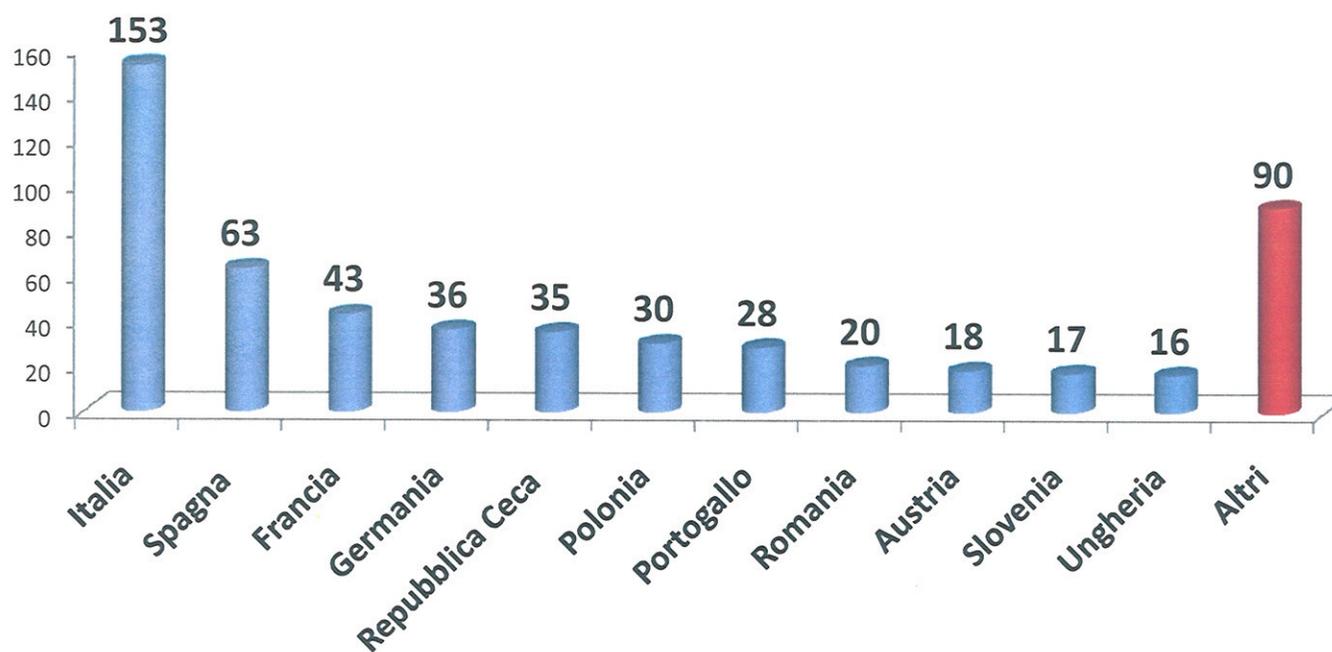


Le terme in Italia

“L'Italia è sempre stato un Paese Leader per il termalismo, più sul piano della qualità che su quello della quantità”

Rapporto sul Sistema Termale in Italia, 2012. Federterme. p.162.

Numero stabilimenti termali in Europa (fonte: saunamecum):



Il fatturato termale in Italia

Il fatturato del termale in Italia si basa su tre attività:

- cure termali;
- prestazioni benessere;
- altri servizi con particolare riferimento alla **ricezione alberghiera**.

In particolare, le cure termali rappresentano ancora lo zoccolo duro del settore ma presentano un *trend* di decrescita a fronte di una solida tendenza allo **sviluppo** del comparto **benessere**.

Dati economici (migliaia €)	2009
A) Valore della produzione	829.561
Ricavi totali	787.964
Cure termali	427.235
Prestazioni per il benessere	80.443
Servizi ricettivi et alias	280.286
B) Costi della produzione	812.065
Beni e servizi	365.407
Spese per il personale	303.055
Altri costi di produzione	143.604
Risultato operativo	17.495
Valore aggiunto	418.647
Investimenti	94.792
Dati patrimoniali	
Totale immobilizzazioni	1.454.018
Immobilizzazioni materiali	1.344.471
Altre immobilizzazioni	109.547

Le terme in Italia

Fare terme in Italia oggi vuol dire:

- investire molto sul comparto benessere per cogliere le opportunità dell'attuale dinamica di crescita;
- consolidare il comparto tradizionale delle cure assistite.

E' bene precisare, però, che i due segmenti possono avere difficoltà a coesistere:

“la clientela di livello alto può convivere con quella di livello medio, mentre è più difficile che la clientela di livello medio conviva con il segmento più basso del turismo di massa.”

(Piano Saturnia 2001 per il rilancio delle terme di Acireale)

Il fatturato termale in Italia

In Italia esistono tre gruppi ideali di regioni che puntano sul termale:

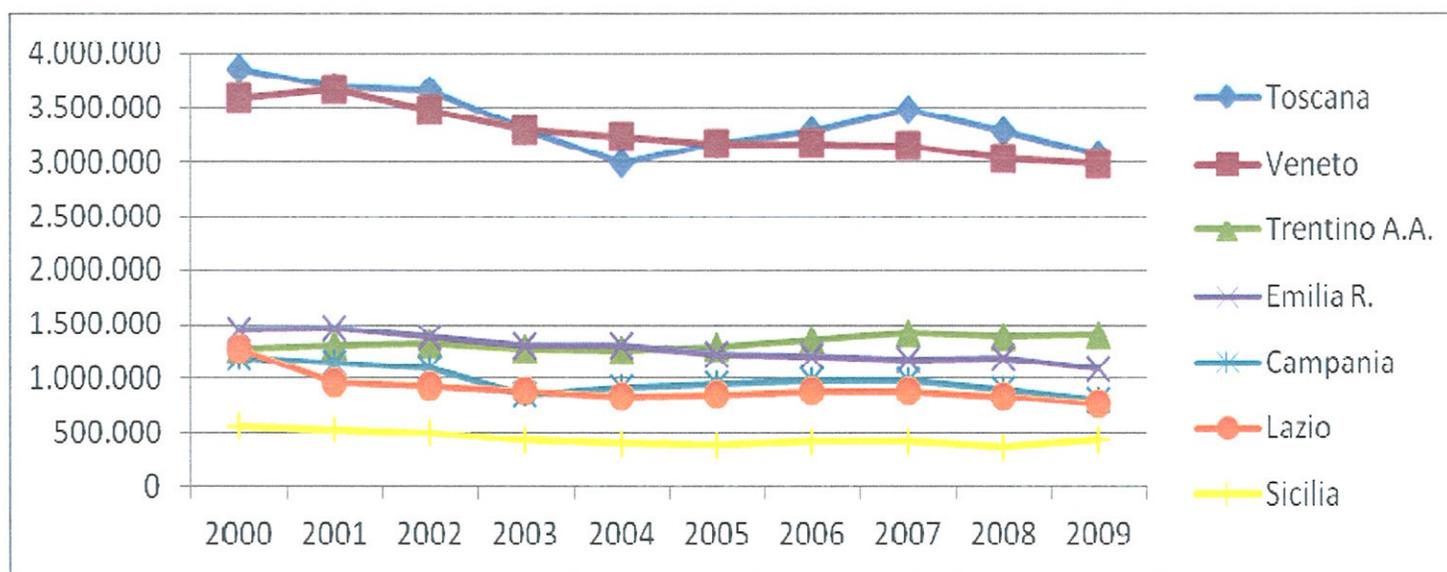
- 1) regioni ad *alta* vocazione termale: in questo gruppo spiccano le *best practices* di Veneto, Campania, Emilia Romagna e Toscana che insieme raggiungono il 76% del fatturato nazionale;
- 2) regioni con una vocazione termale *media* che registrano meno di 1 milione di presenze l'anno in località termali;
- 3) regioni a *bassa* vocazione termale con meno di 100.000 presenze l'anno in località termali.

La Sicilia guida il secondo gruppo. La sfida è che rientri nel primo.

Presenze turistiche in Italia nel decennio 2000-2009

In linea di massima il dato delle presenze turistiche nel decennio 2000-09 segue un andamento abbastanza simile a quello del fatturato.

Si osservi che il dato delle presenze in Sicilia non appare così distante da quello delle regioni che la precedono.



Non sottovalutare i dati sul valore aggiunto

- Dal Rapporto Federterme 2012 emerge con chiarezza che le aziende termali con maggiore valore aggiunto medio non sono localizzate nelle regioni che presentano i maggiori fatturati in valore assoluto;
- Al primo posto per valore aggiunto medio per azienda, in base ai dati 2009, si ha la Valle d'Aosta, seppur con un unico stabilimento, con 3,4 mln € di valore aggiunto per azienda; a seguire l'Emilia Romagna, unica tra le *best performers* in termini di fatturato assoluto a rimanere in buona posizione anche nella classifica dei ricavi medi per azienda, con 6 milioni di fatturato per azienda e 5 milioni di valore aggiunto medio; a seguire Abruzzo, Puglia ed Umbria;
- I dati medi per azienda della Sicilia per lo stesso anno sono di **2,27 mln € di fatturato** e **0,8 mln € in termini di valore aggiunto**.

Le terme in Sicilia

La Sicilia presenta ad oggi dieci stabilimenti termali di cui due a partecipazione regionale: le Terme di Sciacca e le Terme di Acireale.



Le terme in Sicilia: il fatturato dei principali stabilimenti

Le terme di Montevago sono la prima realtà siciliana, mentre le Terme di Sciacca e quelle di Acireale sono al 4° ed al 5° posto.

Stabilimento	Comune	Totale ricavi in €	
		2009	2010
Terme di Acquapia srl	Montevago (Ag)	6.722.253	6.649.951
S.T.E.A. – Società Terme ed Alberghi spa	Vigliatore (Me)	2.945.572	3.160.160
Igar srl – Grand Hotel delle Terme	Termini Imerese (Pa)	2.799.825	2.570.154
Terme di Sciacca spa	Sciacca (Ag)	1.944.655	1.879.468
Terme di Acireale spa	Acireale (Ct)	1.161.699	1.082.091
Terme Gorga srl	Calatafimi Segesta (Tp)	406.658	446.002
Terme Granata Cassibile	Alì Terme (Me)	269.423	261.897
Terme Segestane snc	Castellammare del Golfo (Tp)	190.654	189.540
Altre	Alì Terme (Me)	690.456	700.367
Totale		17.131.195	16.939.630

Analisi di *benchmarking*: i primi tre stabilimenti per fatturato nel 2010 in Sicilia, Toscana ed Emilia Romagna

Fatturato in € e percentuale sul fatturato regionale. Dati Cotet, Sitet e Federterme.

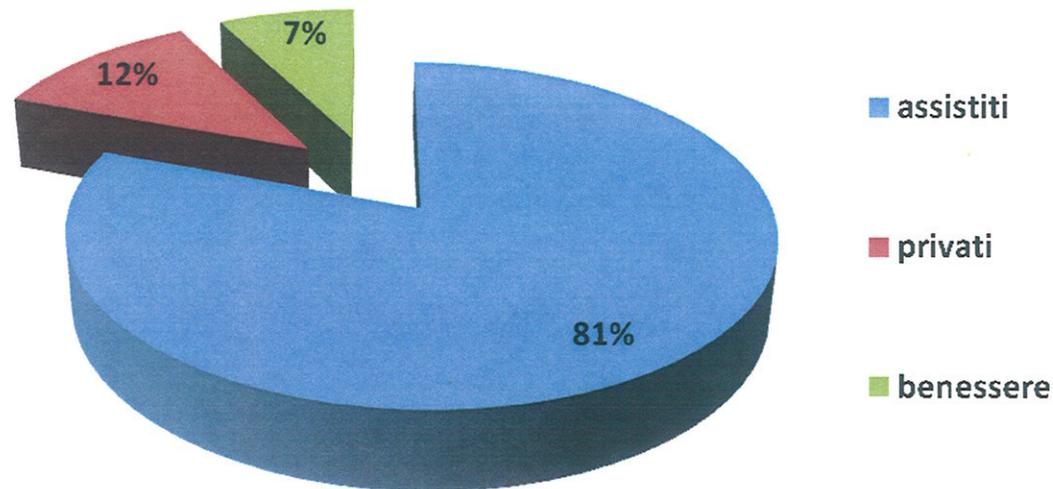
Sicilia			
Terme di Acquapia Srl	Montevago, Agrigento	6.157.865	40%
S.T.E.A. Società Terme ed Alberghi Spa	Vigliatore, Messina	2.814.869	18%
IGAR Srl Grand Hotel Terme	Termini Imerese, Palermo	2.369.065	15%
	Totale primi 3	11.341.799	
Toscana			
Terme di Saturnia S.p.A	Manciano, Grosseto	19.065.519	25%
STB Società delle terme e del benessere Spa	Monsummano, San Casciano dei Bagni, Pistoia	18.043.904	23%
Terme di Chianciano Spa	Chianciano, Siena	6.359.382	8%
	Totale primi 3	43.468.805	
Emilia Romagna			
Terme Salsomaggiore & Tabiano	Salsomaggiore T. e Tabiano T., Parma	13.118.715	13%
Euroterme	Bagno di Romagna, Forlì-Cesena	11.297.661	12%
Terme di Monticelli	Montechiarugolo, Parma	9.247.027	9%
	Totale primi 3	33.663.403	

Valutazioni di sintesi

Dall'analisi svolta emerge che le **potenzialità di crescita sono legate soprattutto al comparto benessere** sul quale, sin ora, la Sicilia ha investito poco.

Clienti del settore termale siciliano nel 2010:

ns. elaborazioni su dati da: “Il turismo del Benessere Termale in Sicilia: tendenze prospettive di sviluppo 2012”, Turistica – Mercury srl.



La SWOT delle Terme di Sciacca ed Acireale (1)

Punti di Forza	Punti di Debolezza
<ul style="list-style-type: none"> ✓ ampi margini di crescita del termale (potenziale non sfruttato); ✓ i segmenti turistici compatibili con il segmento termale godono di buoni tassi di sviluppo (turismo verde, sportivo, enogastronomico); ✓ buona dotazione di sorgenti termali; ✓ capacità terapeutiche delle acque termali; ✓ buona dotazione di strutture ricettive sia alberghiere sia complementari; ✓ Sciacca presenta un ottimo dato di permanenza media dei turisti; ✓ il posizionamento competitivo del termalismo regionale rispetto alle regioni <i>leaders</i> del comparto non è pessimo: la Sicilia ha le risorse per cercare di rientrare nel novero delle <i>best practices</i> italiane dato che già oggi non mancano realtà di livello nazionale. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ forte concentrazione sul termalismo assistito che, invece, è in fase di contrazione; ✓ il saldo sanitario del settore termale a livello regionale è negativo; ✓ poca attrazione di curisti stranieri: in realtà la Sicilia, anche in altri segmenti, attrae pochi turisti stranieri (che costituiscono meno del 10% del flusso regionale); ✓ assenza di una promozione unitaria del sistema termale siciliano con specifico riferimento ai <i>luoghi termali siciliani</i>; ✓ scarsa capacità di aggregazione delle strutture termali siciliane ed assenza dai principali enti associativi nazionali (cfr. ANCOT); ✓ strategie comunicative poco accattivanti: in particolare, i siti internet analizzati sfruttano poco il potenziale degli strumenti 2.0.; ✓ servono investimenti ingenti a livello di promozione turistica ed in termini di ammodernamento delle strutture; ✓ il flusso del settore termale fortemente stagionalizzato; ✓ il flusso di acque termali generalmente non è molto elevato in termini di litri al secondo; ✓ spesso mancano competenze adeguate per fare turismo; ✓ le strutture termali pubbliche non hanno mai completato il processo di privatizzazione.

La SWOT delle Terme di Sciacca ed Acireale (2)

Opportunità	Minacce
<ul style="list-style-type: none"> ✓ crescita costante del termalismo del benessere; ✓ il <i>brand</i> Sicilia ha una forte attrattività a livello nazionale ed internazionale; ✓ Direttiva Comunitaria 24/2011 su Assistenza Sanitaria Transfrontaliera (cfr. Focus I in appendice); ✓ tendenze di mercato favorevoli: crescita del benessere, dello stare bene ed in forma, del settore cosmesi e dei prodotti che hanno a che fare con la <i>naturalità</i>; ✓ effettiva realizzazione del <i>Distretto Turistico del Benessere Termale</i>; ✓ ampie potenzialità di sfruttamento delle professionalità scientifiche locali nell'ambito della <i>medicina termale</i> e della <i>medicina della salute</i>; ✓ posizione baricentrica rispetto all'area del Mediterraneo: in tale ottica potrebbe essere sfruttata l'elevata dotazione di porti (cfr. dati Yearbook 2009 riportati in precedenza); ✓ presenza dei requisiti per entrare nel circuito delle città storiche termali (EHTTA - cfr. Focus III.1 in appendice). 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ contrazione dei flussi legati al termalismo tradizionale anche per via della riduzione dei fondi pubblici (specie per i cicli di cura idropinici o inalatori); ✓ infrastrutture turistiche carenti sia sul piano dei trasporti che sul piano dei servizi ai visitatori; ✓ la mobilità interna all'isola è fortemente limitata; ✓ Direttiva Comunitaria 24/2011 su Assistenza Sanitaria Transfrontaliera (cfr. Focus I in appendice); ✓ la legge di riordino del settore termale (n. 323/2000) non è stata applicata pienamente; ✓ il settore del benessere potrebbe slegarsi definitivamente dal termalismo in assenza di un piano di comunicazione forte; ✓ i programmi di sviluppo intrapresi dai governi dei paesi europei potrebbero presto incrementare il livello di concorrenza internazionale (cfr. Spagna, Germania e soprattutto Francia).

Il Distretto produttivo del Benessere Termale

Il **Distretto Produttivo del “Benessere Termale”** mira a creare una aggregazione economico-territoriale capace di dare vita ad un sistema integrato di offerta, in grado di mettere in rete le risorse produttive, termali e rilanciare questo settore di eccellenza nei mercati nazionali e internazionali.

Hanno aderito al progetto gli enti pubblici, le università, le fondazioni, le associazioni di categoria, gli enti di ricerca che svolgono a vario titolo attività nel campo del Benessere Termale.

Il costituendo Distretto, per il quale si aspetta il riconoscimento ufficiale da parte della regione Siciliana, comprende i territori e gli enti di 5 province: Palermo, Catania, Agrigento, Trapani e Messina.

Il Distretto Turistico “Terre del Benessere” e altre iniziative in corso

Il **Distretto Turistico “Terre del Benessere”** comprende il territorio dei seguenti comuni della provincia di Agrigento: Burgio, Calamonaci, Caltabellotta, Cattolica Eraclea, Lucca Sicula, Menfi, Montevago, Ribera, Sambuca di Sicilia, Santa Margherita di Belice, Sciacca e Villafranca Sicula.

Il costituendo Distretto, per il quale è in corso la procedura di accreditamento presso la Regione Siciliana, mira a valorizzare le specificità e le identità del territorio, al fine di promuovere l'integrazione delle proposte e dei servizi di interesse turistico e favorire un aumento della competitività dell'offerta dell'area.

Infine, l'Amministrazione Regionale sta attivando **nuovi Accordi di Programma Quadro** per attuare interventi necessari alla riqualificazione dell'offerta turistica regionale.

Possibili strategie

Al fine di **rilanciare il termalismo siciliano**, elenchiamo di seguito alcune possibili interventi/strategie:

- Negli ultimi anni il settore è caratterizzato da un abbassamento dell'età media dei clienti: cresce rapidamente la quota dei turisti compresa tra i 20 e di 45 anni che ha ormai superato il 30% del totale. Si tratta di una interessante opportunità in relazione ai servizi aggiuntivi che è possibile offrire ai turisti giovani che, secondo le statistiche, si presentano in coppia o in famiglia.
- Esistono spazi per il consolidamento del termalismo tradizionale: la spesa del SSN stabilita in sede di Conferenza Stato-Regioni si attesta attorno ai 133 milioni di euro di cui 3.989.000 € rappresentano il tetto di spesa assegnato alla Sicilia.
- Il settore si presta all'avvio di politiche di genere, vista la netta prevalenza dell'occupazione femminile nel termale (58% dei dirigenti ed impiegati e 64% degli operai ed assimilati).

Possibili strategie

- 4 turisti su 10 organizzano il proprio viaggio presso un centro termale facendo **ricorso ad internet**: ciò rende particolarmente dinamico il settore e con un buon piano di marketing è possibile posizionarsi in modo adeguato in tempo brevi.
- Occorre perseguire la strada della **destagionalizzazione** sfruttando le diverse possibilità di interazione con segmenti turistici limitrofi ma integrabili. Ad esempio, sia Sciacca che Acireale si trovano sui circuiti regionali dei parchi letterari e dei castelli. Ancora, ampie possibilità di interazione con il segmento del turismo verde sono riscontrabili in relazione all'enorme patrimonio naturale che circonda tali due località turistiche.

Possibili strategie

- Inoltre, Acireale può beneficiare della presenza di un **collegamento aereo** abbastanza prossimo che diventa critico per attrarre un flusso di turisti stranieri i quali, in particolare, si caratterizzano per una spesa media più alta rispetto al turista italiano.
- Le **acque termali** sono dotate di peculiarità che le rendono particolarmente rilevanti per gli effetti **salutari**: quelle di Sciacca, ad esempio, raggiungono anche 56°C.

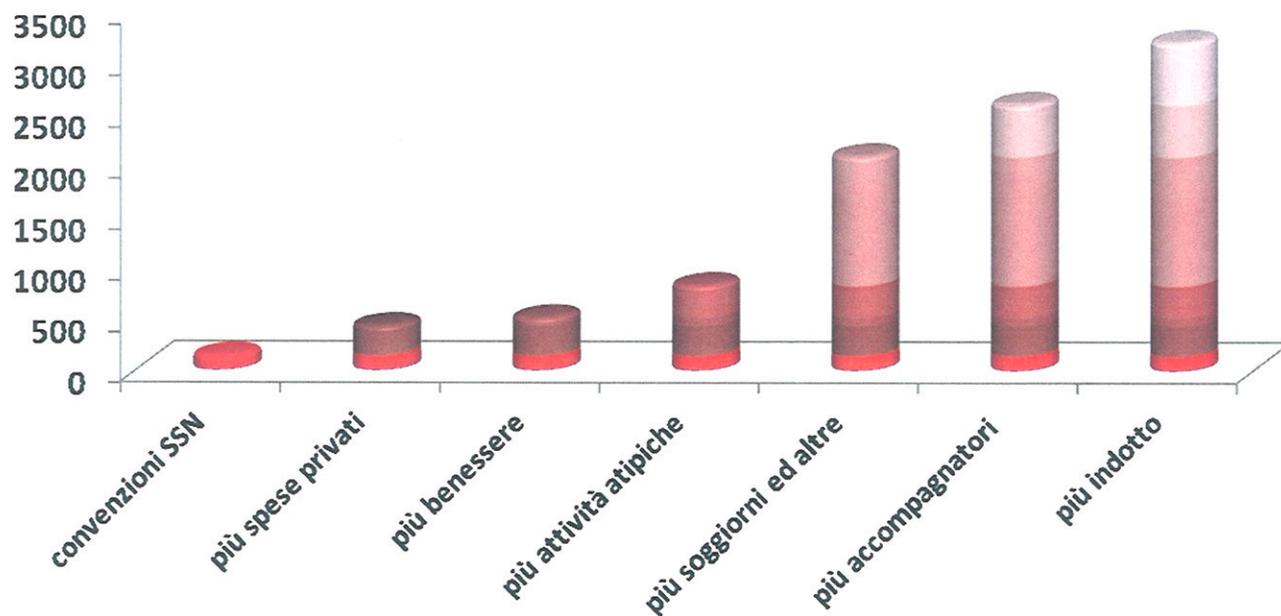
Possibili strategie

Il rilancio delle terme di Sciacca ed Acireale passa da alcune tappe imprescindibili:

- investimenti nel **comparto benessere**;
- **consolidamento** del termalismo tradizionale;
- una **nuova comunicazione**. In particolare:
 - ✓ **restyling dei siti web** e potenziamento dei servizi *on line* (prenotazioni, servizi interattivi, strumenti 2.0 e 3.0);
 - ✓ maggiore aggressività sui segmenti in crescita: ad esempio turismo giovanile e componente straniera del turismo termale;
 - ✓ maggiore interrelazione con i segmenti compatibili (sportivo, verde, enogastronomico,...) per destagionalizzare i flussi;
 - ✓ promozione dei luoghi siciliani del termale: si tratta di una promozione più unitaria che si caratterizzi per l'attenzione alle specificità locali (ipotesi: inserimento nel network delle città storiche del termale, **EHTTA**).

Possibili strategie

Gli investimenti nel comparto benessere sono molto remunerativi. Allo stesso tempo va sottolineato che, in base ai dati della Mercury srl (cfr. grafico su “*allargamenti di campo della filiera termale*”), il vero incremento di fatturato lo si ottiene integrando i servizi termali con quelli **ricettivi-alberghieri**.



Possibili strategie

- La valorizzazione delle terme dovrà senz'altro confrontarsi con la recente emanazione della **Direttiva Comunitaria 24/2011** per l'Assistenza Sanitaria Transfrontaliera che costituisce al tempo stesso un'opportunità ed una minaccia: la **capacità del sistema termale siciliano di fare rete** e promuoversi in modo solido ed unitario influenzerà in modo diretto la competitività internazionale dello stesso.
- La costituzione del **Distretto Produttivo del "Benessere Termale"** potrebbe rappresentare una valida strategia per iniziare a creare sinergie forti tra operatori a livello regionale ed operatori nazionali : basti pensare che al progetto aderiscono anche Federterme ed ANCOT.

Possibili strategie

- Ad oggi, pur essendo l'Italia il principale mercato mondiale del settore termale, non può certo dirsi che la Sicilia rientri nel novero delle regioni che possono sfruttare le opportunità economiche legate a questo comparto. In Italia, il termalismo è soprattutto legato a quattro regioni: Toscana, Veneto, Emilia Romagna, Campania. Si ricorda, a tal proposito, che lo scarso appeal degli stabilimenti siciliani si traduce in un saldo sanitario negativo a livello regionale. La sfida vera è **entrare nel novero delle principali regioni italiane del settore termale in termini di fatturato.**
- Nelle *slides* precedenti si è fatto cenno all'importanza di una strategia che massimizzi il valore aggiunto: una valutazione di sintesi sul contesto nazionale riguarda il fatto che maggiori ricavi medi per azienda corrispondono regolarmente ad un maggiore valore aggiunto per azienda;

Possibili strategie

- In sintesi, quindi, occorre fissare concreti obiettivi di fatturato per competere con le principali regioni italiane: tale target può essere fissato sui 6-7 milioni di fatturato, ossia il dato medio dell'Emilia Romagna.
- Allo stesso tempo, focalizzare l'attenzione sul valore aggiunto vuol dire porre attenzione alla differenza tra due diverse strategie:
 - ✓ una strategia volta a massimizzare il *valore aggiunto*;
 - ✓ una strategia di *penetrazione* del mercato.
- Una strategia che punti al valore aggiunto si lega naturalmente al settore benessere, mentre una strategia di penetrazione è più linearmente riconducibile al termalismo tradizionale-assistito: si ritiene, tuttavia, che le due strategie possano essere combinate se opportunamente calibrate.