



GLI ITALIANI E LE TERME

Una ricerca di GfK Eurisko per l'Unione Regionale Terme, Salute e Benessere dell'Emilia Romagna

L'indagine – condotta su un **campione di 800 casi** rappresentativo della popolazione italiana adulta (18+) e su un **over-sample di 200 casi** rappresentativo della popolazione residente in Emilia Romagna - si è posta l'obiettivo di comprendere quale sia attualmente da parte degli Italiani **la percezione del proprio stato di benessere**, quale il **vissuto attuale dei centri termali** e – sul piano comportamentale - **l'esperienza di frequentazione passata e la propensione a frequentarli in futuro**. I **principali risultati** emersi dall'indagine possono così essere sintetizzati:

Una nuova concezione di benessere

- Nella percezione attuale degli Italiani lo stato di “benessere” non corrisponde semplicemente ad “essere in buona salute”. L'assenza di malattie è riconosciuta come condizione necessaria ma altrettanto importante (71%) è considerata l'assenza di stress. Il benessere appare oggi una condizione a più dimensioni nella quale ancor più che “sentirsi in forma” (33%) conta lo star bene psicologicamente (42%) e il sentirsi in armonia con gli altri (36%).
- La maggioranza degli Italiani (60%) valuta positivamente il proprio attuale stato di benessere ma – sebbene una condizione di vero “malessere” sia denunciata solo dal 10% - una consistente minoranza (30%) dichiara di trovarsi in una condizione intermedia che presenta ampi spazi di miglioramento.
- Particolarmente critico appare il dato relativo allo stress di cui dichiara di soffrire ben il 60% degli Italiani mentre quasi la metà (48%) dichiara di non «sentirsi in piena forma». Sono questi i due aspetti di maggior disagio psico-fisico rispetto ai quali ci sono esplicite o implicite aspettative di “cura”.
- Nonostante una condizione non ottimale di benessere risulti assai diffusa, solo una minoranza di Italiani (44%) si dichiarano attualmente “attenti” al proprio benessere. L'attenzione è maggiore (59%) nella fascia di età più giovane che dedica più tempo ad attività sportive mentre risulta più limitata (40%) nella fascia matura (over 55).

- Oggi il perseguimento e il mantenimento del benessere passa innanzitutto per quattro attività che vengono praticate con maggiore o minore regolarità da una larga maggioranza di Italiani: il tempo trascorso a contatto con la natura (89%), un'attività fisica "leggera" (camminate, passeggiate) (84%), una qualche attenzione alla propria alimentazione (81%) e controlli medici periodici (82%).
- Le attività fisiche più intense e impegnative (la pratica di uno sport, la ginnastica in casa o in palestra, il jogging) sono seguite solo da minoranze comprese tra il 30% e il 45%, così come i massaggi e i trattamenti estetici (a cui ricorre il 20%).
- Le frequentazioni di una località termale è considerata parte del proprio progetto di benessere dal 16% degli Italiani (una percentuale che in Emilia Romagna sale al 23%).

L'immagine e l'esperienza dei centri termali

- **Agli occhi degli Italiani i centri termali hanno come principale elemento distintivo la presenza di acque/sorgenti termali (35%) ma anche (20%) un'atmosfera tranquilla che invita al riposo e al relax** (un tratto attribuito in particolare dagli abitanti dell'Emilia Romagna).
- La funzione primaria che viene attribuita alle terme è il recupero/mantenimento del benessere fisico (46%), seguita dall'esperienza di riposo/relax (20%) mentre la cura e/o la prevenzione di uno specifico disturbo viene riconosciuta come specifica di un centro termale solo da poco più di un quarto del campione (27%).
- La regione che spontaneamente gli Italiani più associano ai centri termali è la Toscana (39%), seguita dal Veneto (26%), dall'Emilia Romagna (26%) e dalla Campania (18%). Tra i frequentatori di terme il Veneto (39%) si colloca al primo posto, seguito dalla Toscana (36%) e dall'Emilia (25%).
- **L'Emilia Romagna è percepita come regione ricca di località termali da oltre la metà degli Italiani (56%), una percentuale che sale al 61% tra i frequentatori di terme ed arriva all'80% tra i residenti nella regione.**
- Il 21% degli Italiani è stato – almeno una volta nella vita – in un centro termale (con accentuazioni significative nella fascia di età dei 35-44enni e tra i laureati).
- La mancata frequentazione viene motivata innanzitutto con la percezione di un prezzo elevato (33%), con la mancanza di bisogno di «cure» termali (31%) e con la generica "mancanza di tempo" (27%) che significa evidentemente che si è preferito impiegare diversamente il proprio tempo libero e di vacanza.
- La frequentazione recente (ultimi 12 mesi) di un centro termale è esperienza condivisa dal 15%, di cui la metà aveva almeno un'esperienza precedente mentre la metà era alla prima esperienza.

- **Solo nel 14% dei casi l'esperienza è stata solitaria. Per la maggioranza si è trattato di un'esperienza condivisa con il proprio partner (42%), con altri familiari (21%) o con amici (23%). Nella maggioranza dei casi l'esperienza si è limitata ad un solo giorno (48%) o a ad un fine settimana (32%). Solo il 20% si è fermato per un periodo più lungo (una settimana o più).**
- La visita alle terme è stata considerata un'esperienza di vacanza da oltre il 40%, mentre solo il 16% l'ha vissuta come momento di cura e infatti l'ampia varietà di trattamenti sperimentati - piscina termale, idromassaggi, sauna, bagno turco, massaggi - sono associabili più ad una ricerca di benessere che a trattamenti terapeutici.
- Nella scelta della località termale prevalgono motivi «logistici» quali la vicinanza a casa (38%) e la facilità di raggiungimento (25%) ma contano anche la disponibilità di «offerte speciali» (18%), il gradimento della località (18%) e il fatto che possa costituire un'occasione di ritrovo con amici (17%), mentre minoritari risultano i trattamenti/le cure offerte (10%) e le specifiche esigenze terapeutiche (6%).
- **Il fatto che il centro termale si trovi in una località turistica gradevole e attraente è giudicato importante da oltre il 60% e infatti contano molto tutti gli elementi che concorrono alla gradevolezza/attrattività di una località turistica: la bellezza della natura (86%), il buon clima (83%), le possibilità di intrattenimento per il tempo libero (74%), la cucina locale (67%), la vicinanza di località interessanti di mare o di montagna (66%).**
- L'esperienza compiuta è stata positiva per una percentuale molto elevata (81%) di visitatori che infatti esprime in maggioranza (63%) un orientamento favorevole a ripetere l'esperienza anche nell'immediato futuro (prossimi 12 mesi).
- Considerando la totalità della popolazione oltre un terzo degli italiani (36%) si dichiara propenso a sperimentare in futuro l'esperienza di un centro termale, intendendola in larga maggioranza come una forma di vacanza (69%) ed esprimendo – come condizioni che potrebbero favorire l'esperienza - una domanda di maggiore accessibilità economica (63%) e d'intrattenimenti complementari a livello turistico (14%), culturale (12%) e sportivo (10%).
- **In sintesi: la frequentazione – anche per un periodo breve - di un centro termale può costituire – per un numero crescente di italiani - un'esperienza in grado di rispondere al bisogno diffuso di rigenerazione/benessere più che una cura mirata al trattamento di uno specifico problema. Per poter realizzare questo potenziale di attrattiva appare opportuno – oltre che offrire opportunità di frequentazione a prezzi più contenuti (sconti famiglia, offerte speciali nei periodi di bassa stagione o durante i giorni infra-settimanali) proporre l'esperienza delle terme come parte di un "pacchetto vacanza" che valorizzi il contesto della località termale dal punto di vista sia naturalistico-paesaggistico che culturale e sportivo.**