



Banca Monte dei Paschi di Siena

Una storia italiana dal 1472

Il termalismo in Italia

Siena, agosto 2014

Area Pianificazione Strategica & IR



**MONTE
DEI PASCHI
DI SIENA**
BANCA DAL 1472



□ Secondo i dati dell'OMT (Organizzazione Mondiale del Turismo) **2013 il turismo internazionale ha registrato un incremento di introiti, che raggiungono la cifra di 3.200 mld di \$ (+5% a/a) e di arrivi che toccano quota 1,087 mld (+5% a/a).** L'Europa si conferma come l'area che ha attratto il maggior numero di turisti (563,8 mln), seguita da Asia (248,7 mln), Americhe (168,2 mln), Africa (55,9 mln) e Medio Oriente (50,8 mln).

□ All'interno di questo comparto **il turismo del "benessere" mondiale ha un valore stimato nel 2013 di circa 439 mld di dollari, classificandosi al secondo posto dopo solo il turismo cultura (800 mld di \$);** questo segmento – che comprende anche il turismo termale e le Spa di lusso – ha un'incidenza **pari al 14% sul totale delle entrate turistiche a livello mondiale.** Secondo il rapporto globale Turismo Wellness Economy, **il comparto è destinato a crescere in media del 9,9% all'anno per i prossimi cinque anni, quasi il doppio del turismo globale.**

□ Oltre la metà della crescita nel turismo del benessere fino al 2017 sarà generata dall'Asia, dall'America Latina e dal Medio Oriente con una crescita superiore al 20% annuo. **Europa e Nord America guidano il turismo benessere internazionale outgoing,** con cinque Paesi (Stati Uniti, Germania, Giappone, Francia e Austria) che nel 2013 rappresentano il 63% del mercato globale.

□ Tra le nuove tendenze vi è quella della **"vacanza salutare", all'insegna della cura e bellezza del proprio corpo. Il turismo termale è una componente fondamentale del turismo del benessere, rappresentando il 41% del mercato globale.**

□ **Il comparto termale attualmente si caratterizza per varie attività che vanno dall'imbottigliamento di acque, ai tradizionali servizi sanitari, ai servizi benessere e fitness, comprese le attività cosmetiche.** In Italia le imprese classificate come **aziende termali sono circa 380,** e offrono, complessivamente, **28.000 posti letto,** di cui, quasi il 50%, localizzato nel Nord Italia. Il **Veneto è la prima regione italiana con 85 aziende termali.** Secondo i dati Istat, relativi alla capacità degli esercizi ricettivi, **i comuni "termali" in Italia sono 170,** con circa 3.700 strutture ricettive.

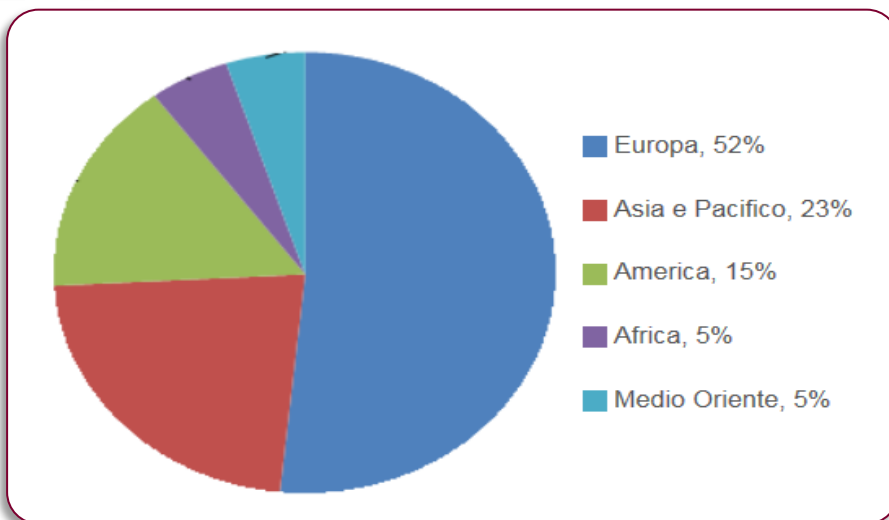
□ **Dopo un ottimo 2011, dove si è registrato un dato molto positivo per l'affluenza nelle località termali il 2012 è stato un anno di crisi. Doppia flessione sia degli arrivi (-0,7% a/a) che delle presenze (-3,6% a/a),** nemmeno il dato degli stranieri ha saputo mitigare il risultato finale. **Gli italiani continuano a mantenere più del 55% degli arrivi e delle presenze nel comparto,** anche se gli stranieri scelgono sempre più il Bel Paese per trascorrere qualche giorno alle "terme".

□ **Nel 2012 i ricavi totali del "settore termale allargato" in Italia sono in flessione arrivando a 719,3 mln di euro (-6% a/a rispetto al 2011) causata principalmente dalle cure termali (-7,8% a/a)** mentre per gli altri beni e servizi si sono riscontrate tendenze meno sfavorevoli (-4,4% a/a).

Europa ancora in testa negli arrivi turistici



Arrivi turistici internazionali 2013 nel mondo (%)



Principali destinazioni del turismo internazionale

Graduatoria	Arrivi internazionali (milioni)				Introiti (miliardi di US\$)			
	Paesi	2012	2013	var. %	Paesi	2012	2013	var. % moneta locale
1	Francia	83	n.d.	n.d.	USA	126,2	139,6	10,6
2	USA	66,7	69,8	4,7	Spagna	56,3	60,4	3,9
3	Spagna	57,5	60,7	5,6	Francia	53,6	56,1	1,3
4	Cina	57,7	55,7	-3,5	Cina	50	51,7	3,3
5	Italia	46,4	47,7	2,9	Macao (Cina)	43,7	51,6	18,1
6	Turchia	35,7	37,8	5,9	Italia	41,2	43,9	3,1
7	Germania	30,4	31,5	3,7	Tailandia	33,8	42,1	23,1
8	Regno Unito	29,3	31,2	6,4	Germania	38,1	41,2	4,5
9	Russia	25,7	28,4	10,2	Regno Unito	36,2	40,6	13,2
10	Tailandia	22,4	26,5	18,8	Hong Kong (Cina)	33,1	38,9	17,7

□ Nel 2013 il turismo internazionale ha registrato un incremento di introiti, che raggiungono la cifra di 3.200 mld di \$ (+5% a/a) e di arrivi che toccano quota 1,087 mld (+5% a/a), lasciandosi definitivamente alle spalle la flessione del 2009.

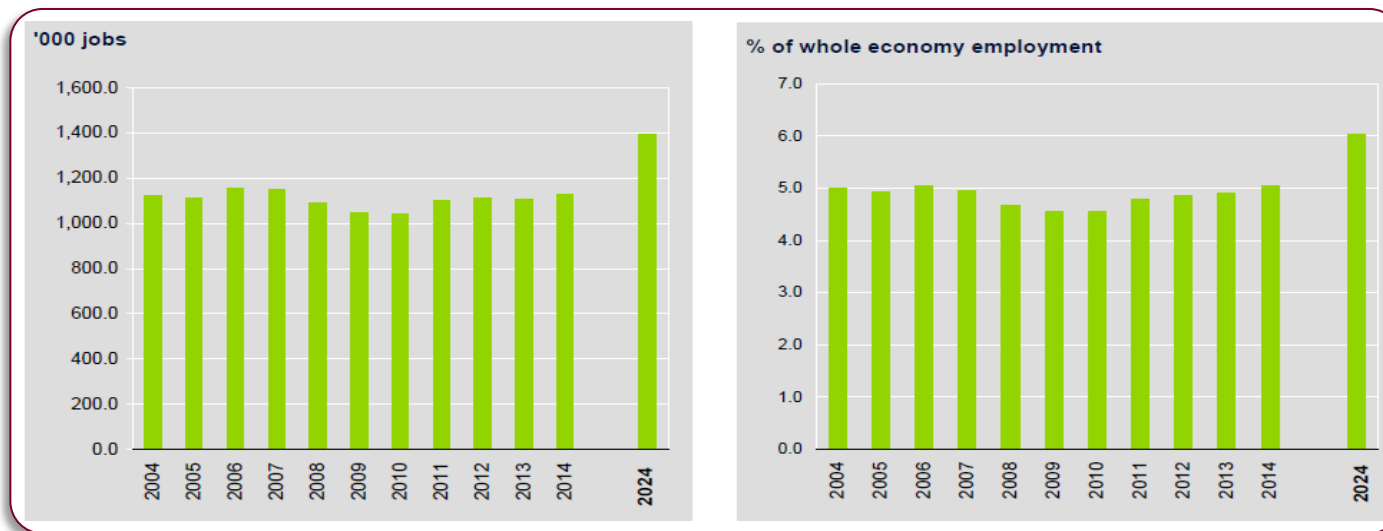
□ L'Europa si conferma come l'area che ha attratto il maggior numero di turisti con 563,8 mln di arrivi (+5,6% a/a), seguita da Asia (248,7 mln +6,5% a/a), Americhe (168,2 mln +3,4% a/a), Africa (55,9 mln +5,4% a/a) e Medio Oriente (50,8 mln -0,6% a/a).

□ Nel 2013 l'Italia si è collocata al 5° posto per gli arrivi e al 6° per gli introiti al mondo, e 3° in Europa dopo solo Francia e Spagna. Attraggono soprattutto le città di interesse storico e artistico, ma anche le località di mare e le terme hanno buoni piazzamenti.

□ Nei primi mesi del 2014, si conferma la crescita degli arrivi del turismo internazionale al ritmo dello scorso anno (+5% a/a) e le prospettive per la stagione estiva sono molto positive. I flussi internazionali nel Vecchio Continente sono ancora più favorevoli: sia il Nord che il Sud Europa hanno registrato un incremento degli arrivi di circa l'8%.



Contributo diretto dei viaggi e turismo all’occupazione (‘000 addetti e % di occupati)



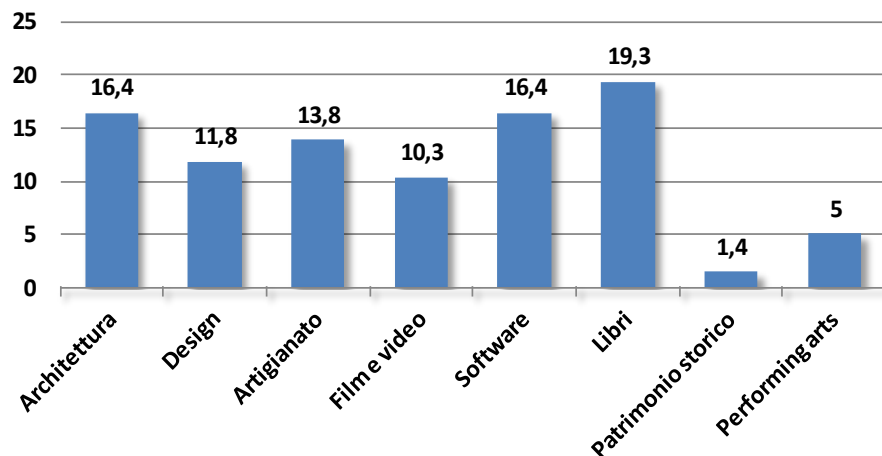
❑ Nel 2013 il comparto turistico in Italia conferma il suo ruolo di importante motore dell’economia del Paese, nonostante il calo rispetto all’anno precedente. Il contributo totale del turismo all’economia italiana nel 2013 è stato pari a 159,6 mld di euro, pari al 10,3% del PIL, superiore alla media mondiale (9,5%) ed europea (8,7%).

❑ Il 2014 dovrebbe comunque essere un anno di leggera crescita, che riporterà il PIL turistico al di sopra dei livelli del 2012, si attende una crescita intorno al 2% a/a e un valore economico del settore intorno a 163 mld di euro dopo il calo del 1,6% a/a del 2013. I nostri livelli di crescita, purtroppo, non sono al passo con i trend più generali: visto che le previsioni WTTC (World Travel & Tourism Council) indicano una crescita del 4,3% dell’industria turistica mondiale e del 2,9% per l’industria turistica europea nell’anno 2014.

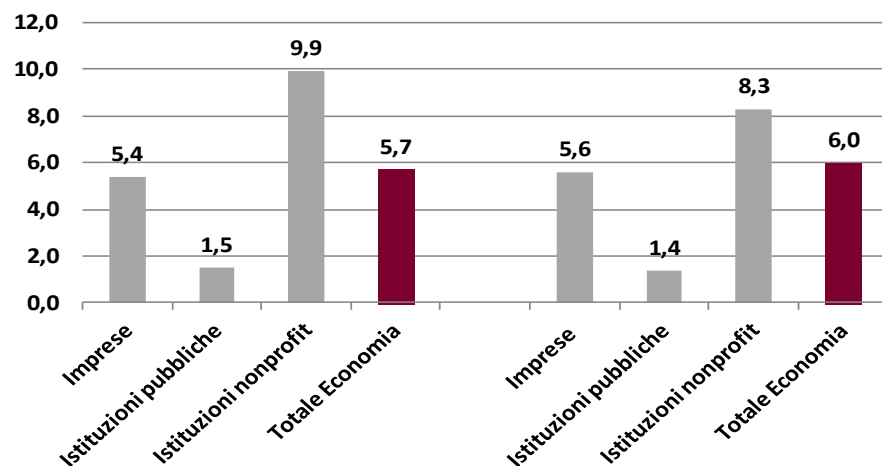
❑ L’impatto economico del turismo si riflette in maniera rilevante sul mondo del lavoro, con oltre 2,6 mln di posti direttamente e indirettamente generati nel 2013, pari all’11,6% dell’occupazione totale del Paese e con una crescita dell’ 1,3% previsto per il 2014. Nel 2013 il turismo nel mondo copre l’8,9% dei posti di lavoro e in Europa l’8,5%.



Composizione % valore aggiunto cultura



Incidenza % sul V.A. e occupazione



□ All'interno del più ampio comparto turistico, il sistema "culturale" ha generato, nel 2011, un **valore aggiunto di circa 76 mld di euro**, pari al 5,7% del totale dell'economia (+0,1% rispetto al 2007). L'occupazione impegnata nelle imprese culturali è pari a circa 1,4 milioni di persone.

□ **L'industria culturale dimostra una particolare tenuta occupazionale**; il numero di occupati del settore dal 2007 al 2011 è cresciuto a un ritmo medio dello 0,8% a/a a fronte di una flessione dello 0,4% per l'intera economia.

□ **Al prodotto e all'occupazione contribuiscono soprattutto le industrie creative** (architettura, design e artigianato) e **le industrie culturali** (libri, stampa, video, software); la quota risulta molto più contenuta per le performing arts e arti visive e, soprattutto, per le attività private collegate al patrimonio storico-artistico.

□ **In termini dinamici, rispetto al 2007, eccellono le performing arts**, cresciute del 3,6% per il valore aggiunto.

Il Bel Paese ancora al centro del turismo internazionale ma perde QdM



Arrivi e presenze internazionali in Italia

Anno	Arrivi	Presenze	Permanenza media	Variazione % arrivi	Variazione % presenze
2008	41.796.724	161.797.434	3,9	-2,5	-1
2009	41.124.722	159.493.866	3,9	-1,6	-1,4
2010	43.794.338	165.202.498	3,8	6,5	3,6
2011	47.460.809	176.474.062	3,7	8,4	6,8
2012	48.738.575	180.594.988	3,7	2,7	2,3
Previsione 2013	50.242.377	184.757.558	3,7	3,1	2,3

Incidenza arrivi % dei flussi turistici nel mondo

Anno	% dell'Italia sul totale
1950	19
1960	15,9
1970	7,7
1980	7,9
1990	6,1
2000	5,9
2012	4,5
2013	4,4

❑ Sul versante dei **flussi turistici stranieri** i dati Istat indicano **una stagione 2013 che mostra una ulteriore crescita di arrivi internazionali** che hanno toccato quota 50,2 milioni (+3,1% rispetto al 2012); **positivo anche l'andamento dei pernottamenti pari a 184,8 milioni (+2,3%)**. **Nei primi mesi del 2014**, sempre secondo i dati Istat, **emerge un consolidamento della crescita del turismo straniero**: arrivi +3,6%, presenze +3,4%.

❑ **Nel 1950 i turisti stranieri che avevano scelto il nostro Paese erano il 19%, oggi sono appena il 4,4% e l'Italia è scivolata al 5° posto tra le mete mondiali**; nonostante i suoi tesori, la sua cucina e i suoi paesaggi restino in cima ai sogni di tutti.

❑ **Per capire il fenomeno dal 1950 ad oggi i turisti stranieri che vengono in Italia si sono moltiplicati per 10 volte**: da 4,8 a 47,8 milioni, ma il bacino di turisti nel mondo, grazie alla crescita economica soprattutto della Cina, della Corea e altri Paesi asiatici, si è moltiplicato per quasi 43 volte. Il che significa che noi siamo riusciti a fare nostra soltanto una fetta molto piccola della torta!

“Salus per Aquam”: terme e termalismo dagli antichi ad oggi



❑ La vita biologica nasce dall'acqua e nell'acqua l'uomo ha sempre trovato fonte di sostentamento e di benessere.

❑ Le terme sono protagoniste di una lunga storia iniziata in epoca egiziana, greca e romana, dove l'immergersi nelle acque termali o trarre beneficio del tepore del vapore d'acqua era stata una pratica molto ricercata e un po' "magica" ed a partire dal '900 il concetto di termalismo si ridefinisce più volte, evolvendosi dalla concezione del "passare le acque" a quella più strutturata ed intensa di "cure dolci" e poi a quella di prevenzione e promozione della propria salute e di ricerca dell'equilibrio psico-fisico.

❑ Le terme svolgono ancora oggi una funzione sociale. Fu soprattutto presso Roma che si svilupparono i bagni termali, visti anche come luogo di intrattenimento oltre che di relax e di purificazione del proprio fisico. Secondo un censimento fatto eseguire dall'Imperatore Agrippa nel 33 A.C. ne furono rilevate 170.

❑ Le *Thermae Antoninianae*, sono uno dei più grandi e meglio conservati complessi termali dell'antichità, furono costruite nella parte meridionale della città per iniziativa di Caracalla, che dedicò l'edificio centrale nel 216 d.C.



❑ Solo nell'epoca moderna che questa particolare offerta si caratterizza e diventa un prodotto turistico in grado di richiamare clienti. Secondo la prima ricognizione del patrimonio idrogeologico nazionale eseguita nel 1868 si contarono 1629 sorgenti termali e 134 stabilimenti e le località termali erano 71.

❑ L'Italia occupa una posizione a livello internazionale di primaria importanza sia per la qualificazione delle cure che per la modernità delle strutture termali; con oltre 380 centri termali accreditati presso il Ministero della Salute e distribuiti in 20 Regioni e 170 Comuni.



- ❑ **Il turismo del benessere nel mondo, nel corso del 2013, ha un valore stimato di circa 439 mld di dollari;** questo segmento – che comprende anche il turismo termale e le Spa di lusso – ha un’incidenza **pari al 14% sul totale delle entrate** turistiche a livello mondiale **ed è solo secondo a quello “culturale che ha un fatturato di circa 800 mld di dollari.**
- ❑ Secondo il rapporto globale Turismo Wellness Economy, **il comparto è destinato a crescere in media del 9,9% all’anno per i prossimi cinque anni,** il che significa quasi il doppio del tasso di crescita del turismo globale, **ed entro il 2017 raggiungerà la cifra record di 678,5 mld dollari,** raggiungendo il 16% del fatturato totale del turismo mondiale. L’incremento maggiore con una crescita superiore al 20% annua arriverà dall’Asia, dall’America Latina e dal Medio Oriente.
- ❑ Lo studio evidenzia un **nuovo trend** che da qualche anno si è affermato ed è quello del format di **una vacanza salutare, all’insegna della cura e bellezza del proprio corpo** e questo ha fatto la fortuna soprattutto delle Spa e di tutte le strutture ricettive che si sono adeguate a questa nuova filosofia di vita.
- ❑ Sempre dallo studio emerge che **Europa e Nord America guidano il turismo benessere internazionale outgoing,** con cinque Paesi – Stati Uniti, Germania, Giappone, Francia e Austria – che attualmente rappresentano il 63% del mercato globale del consumer di questo tipo di vacanza. **Stati Uniti con Francia, Austria, Germania e Svizzera guidano il rating dei Paesi che vantano turismo benessere in entrata.**
- ❑ Infine, emerge che **il turismo termale è una componente fondamentale del turismo del benessere, rappresentando il 41% del mercato globale** di questa tipologia.



❑ **Il termalismo, oggi più che una volta, è un settore complesso e articolato** che nel corso degli anni ha cambiato il proprio posizionamento, **da un lato nell'ambito del SSN – Servizio Sanitario Nazionale, dall'altro nel contesto delle attività turistiche.**

❑ In questo lungo processo si è sviluppato, in modo autonomo e separato da quello termale, **il comparto del c.d. “benessere”**, fondato su applicazioni che non utilizzano le proprietà terapeutiche delle acque termali e quindi non è vincolato nella localizzazione della propria attività. Negli ultimi anni si sono sviluppate nuove SPA (etimologia dell'espressione “salus per aquam”) localizzate non solo nelle località termali ma anche nelle città come servizio offerto all'interno di una palestra o di una struttura alberghiera. Tale fenomeno è la dimostrazione della crescente “domanda di benessere” ormai inclusa in molti aspetti della vita quotidiana.

❑ **Il fenomeno del turismo del benessere è difficilmente quantificabile perché molte prestazioni e servizi sono compresi all'interno dei pacchetti di offerta e non vengono rilevati.** Molte imprese, inoltre, sfruttano le proprietà terapeutiche dei fanghi e delle acque per la presenza del giacimento naturale, ma altrettanti sono gli operatori privati che hanno diversificato il proprio business sviluppando il comparto benessere con una variegata offerta di servizi, dando vita a un virtuoso circuito fuori dagli stabilimenti termali.

❑ **Il comparto termale attualmente si caratterizza per varie attività che vanno dall'imbottigliamento di acque, ai tradizionali servizi sanitari, ai servizi benessere e fitness, comprese le attività cosmetiche.** Secondo i dati di Federterme le imprese italiane classificate come aziende termali sono circa 380, e offrono, complessivamente, 28.000 posti letto, di cui, quasi il 50%, localizzato nel Nord Italia. **Il Veneto è la prima regione italiana con 85 aziende termali**, seguita da Campania (55) e Toscana (23).

❑ Secondo i dati Istat, relativi alla capacità degli esercizi ricettivi, **i comuni “termali” in Italia sono 170**, con circa 3.700 strutture ricettive, di cui quasi il 60% è costituito dagli esercizi complementari (in prevalenza alloggi in affitto). Per quanto riguarda la numerosità dei posti letto, sono i campeggi e villaggi turistici a offrire la quota maggiore (circa 10.000).

❑ Nel 2012 **le località termali hanno ospitato circa il 6% dei turisti nazionali** (verso i 4,9 del 2008) che soggiornano nelle strutture e nelle abitazioni private del nostro territorio **e il 5% dei turisti stranieri** (verso i 3,7 del 2008) e in particolar modo le nostre terme sono ben apprezzata dai turisti che provengono da Austria e Svizzera. In questi ultimi 5 anni il peso del turismo nelle località termali in Italia è cresciuto passando da 4,4% del 2008 al 5,4% 2012.



□ Località

- + di 100 località termali

□ Stabilimenti

- Circa 320 stabilimenti termali

□ Esercizi ricettivi

- Circa 3700 tra alberghi e esercizi extralberghieri

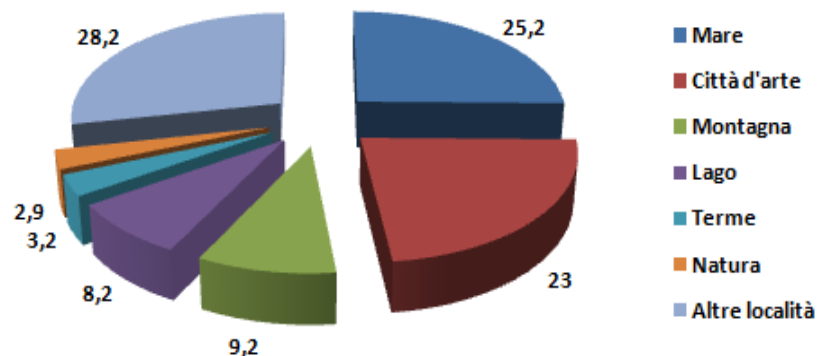
□ Posti letto

- 100 mila negli alberghi e 34 mila negli altri esercizi

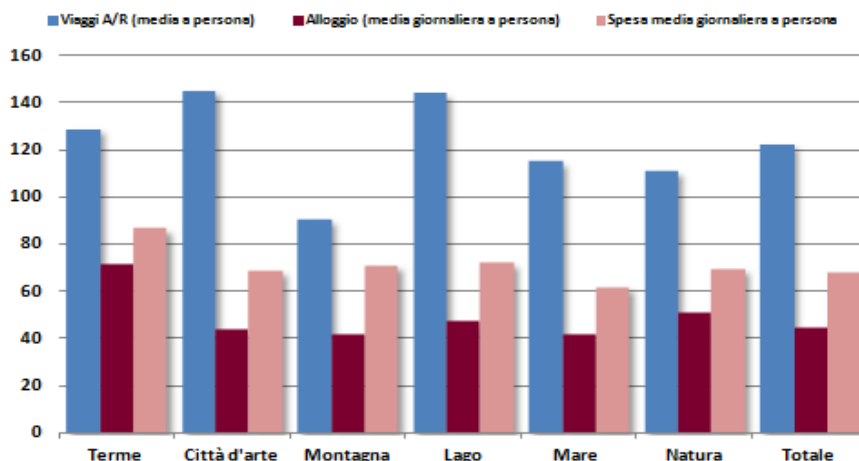
Il peso del termalismo in Italia: ancora sacche di miglioramento



Il peso del giro di affari totale nelle aree prodotte (% - 2012)



Spesa sostenuta per il viaggio e l'alloggio dai turisti che non hanno utilizzato pacchetti (2012)



❑ Le terme sono inserite nel più ampio concetto di “benessere”, secondo gli ultimi dati disponibili, l'indotto del settore (considerando soprattutto il comparto ricettivo e ricreativo) può essere quantificato in 4,5 mld di euro di fatturato e 73 mila posti di lavoro.

❑ Più dell'80% delle imprese nel comparto del benessere sono centri estetici, l'11,5% sono centri benessere e solo l'8,1% sono palestre.

❑ Anche il mercato del “wellness” che è stato in costante crescita negli ultimi anni al contrario dei centri termali veri e propri, nel corso degli ultimi due anni ha subito una flessione (-3,8% a/a nel 2012).

❑ Il peso del comparto termale in Italia nel 2012 si aggira intorno al 3,2% sul totale degli affari del settore turistico.

❑ Nel 2012 i turisti “termali”, per raggiungere la destinazione di vacanza, hanno speso in media quasi 130 € a testa, in linea con il dato totale del comparto turistico (122,5€) mentre chi alloggia in una struttura ricettiva o in un appartamento in affitto ha speso più di 71 € al giorno, quasi il doppio della media totale del settore (44,4€).

❑ La spesa giornaliera a persona nel solo settore termale è stata di circa 87€ contro i 67€ del totale “turistico”, classificandosi al primo posto nella lista delle destinazioni.



❑ Il settore termale rappresenta un comparto rilevante del sistema economico, turistico, produttivo ed occupazionale del nostro paese e l'Italia è infatti la nazione europea che vanta una straordinaria risorsa termale, il maggior numero di stabilimenti, e vere e proprie città termali; il settore termale in Italia conta infatti circa 350 stabilimenti, distribuiti in 20 regioni e 170 comuni, con 17 mila addetti ed un fatturato di 380 mln di euro, di cui 200 a carico del servizio sanitario nazionale (sono il 72 per cento i pazienti convenzionati).

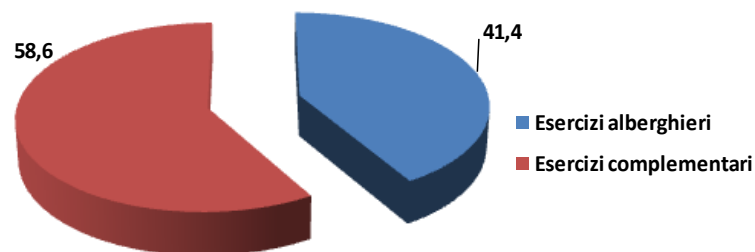
❑ La permanenza media è di circa 4 giorni, in continua diminuzione rispetto ai 10 giorni degli anni '90.

❑ L'88 per cento dei turisti soggiornano nelle strutture alberghiere.

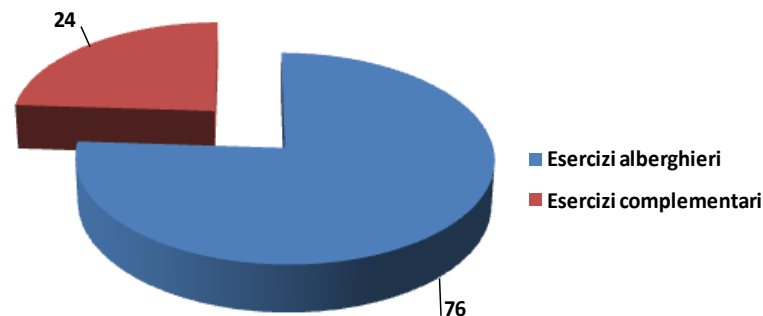
❑ Le regioni con maggior numero di presenze nelle località termali in Italia sono la Toscana, il Veneto, il Trentino Alto Adige e a seguire Emilia Romagna e Campania che rappresentano più dell' 80% del totale.

❑ Il 76% dei posti letto è collocato presso le strutture alberghiere che hanno circa il 59% del settore degli esercizi ricettivi.

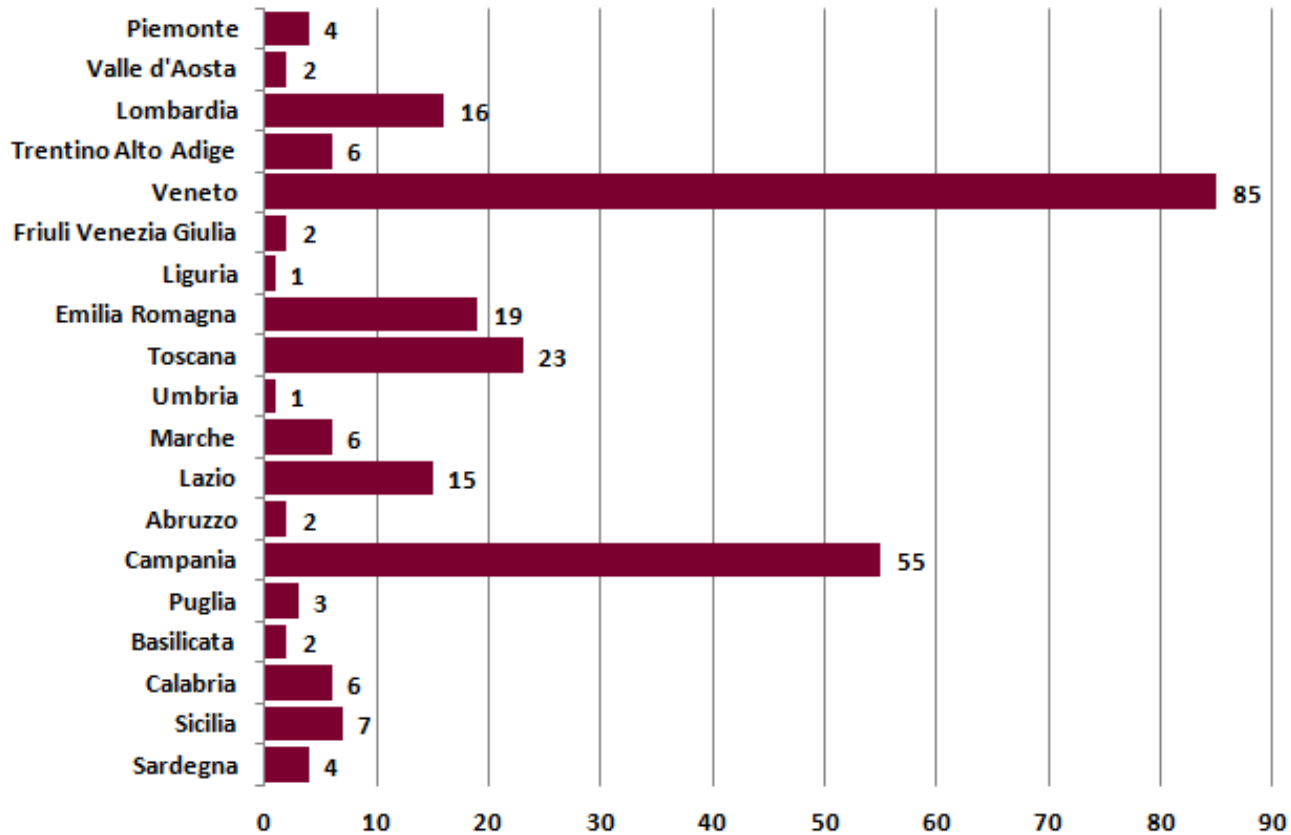
Esercizi ricettivi nelle località termali (%)



Posti letto nelle località termali (%)



Imprese termali in Italia



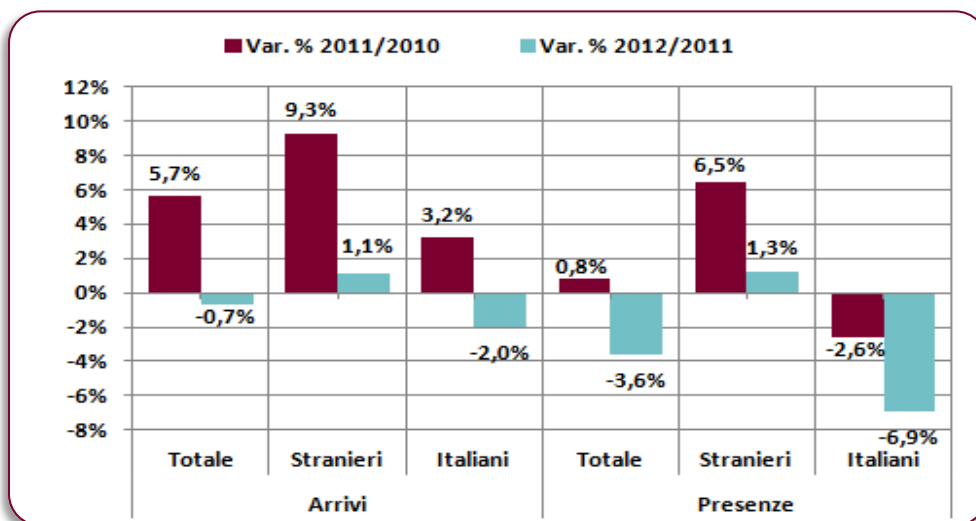
Andamento arrivi e presenze nelle località termali



Arrivi e Presenze nelle località termali (valori assoluti, peso %
- 2010/12)

	Arrivi					Presenze				
	Totale	Stranieri	%	Italiani	%	Totale	Stranieri	%	Italiani	%
2010	3.360.650	1.356.203	40,4%	2.004.447	59,6%	13.450.120	5.117.478	38,0%	8.332.642	62,0%
2011	3.550.832	1.482.355	41,7%	2.068.477	58,3%	13.564.066	5.448.889	40,2%	8.115.177	59,8%
2012	3.525.123	1.498.594	42,5%	2.026.529	57,5%	13.069.792	5.517.463	42,2%	7.552.329	57,8%

Andamento Arrivi e Presenze nelle località termali (%)



□ Rispetto ai primi anni 2000 negli ultimi anni le località termali sono state oggetto di un interesse crescente da parte dei turisti, visto la buona dinamica degli arrivi anche se a causa di mutamenti strutturali del fare turismo termale si è verificata una flessione della permanenza media.

□ Negli ultimi anni (2008-12) l'andamento del peso delle presenze nelle località termali sul totale, nel nostro Paese, è stato in flessione, visto la crisi economica e l'indebolimento della propensione di consumi delle famiglie italiane.

□ Dopo un buon 2011, dove si è registrato un dato molto positivo per l'affluenza nelle località termali il 2012 è stato un anno di crisi; doppia flessione sia degli arrivi (-0,7% a/a) che delle presenze (-3,6% a/a), nemmeno il dato degli stranieri ha saputo mitigare il risultato finale.

□ Gli italiani continuano a mantenere più del 55% degli arrivi e delle presenze nel comparto, anche se gli stranieri scelgono sempre più il Bel Paese per trascorrere qualche giorno alle "terme".

Le località termali italiani ancora scelte dagli stranieri



Turisti stranieri per tipologia di località visitata

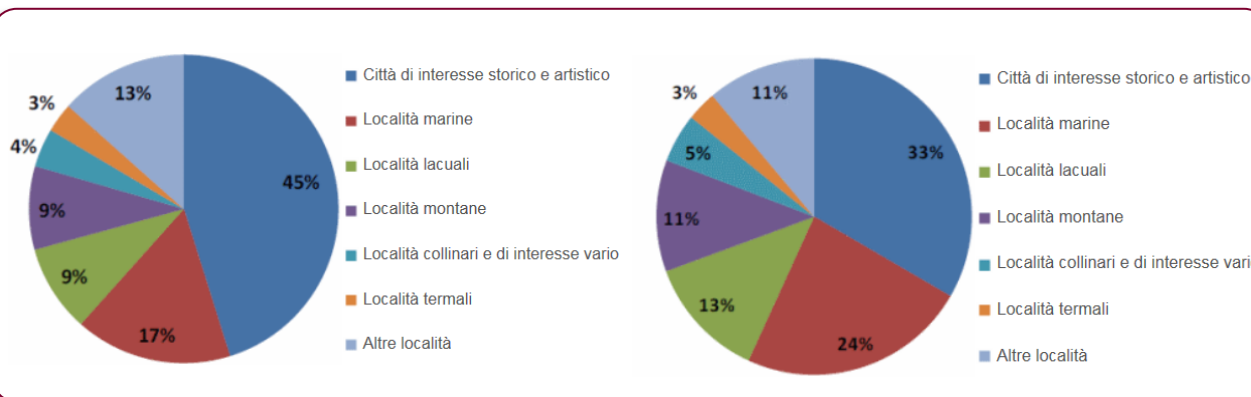
Località di interesse turistico	2011			2012			Variazione %	
	Arrivi	Presenze	Perm. media	Arrivi	Presenze	Perm. media	Arrivi	Presenze
Città di interesse storico e artistico	21.676.340	59.570.413	2,7	22.007.351	60.291.761	2,7	1,5	1,2
Località marine	7.794.036	41.237.684	5,3	8.025.204	42.353.805	5,3	3	2,7
Località lacuali	4.308.371	21.611.983	5	4.451.912	22.685.957	5,1	3,3	5
Località montane	3.976.581	19.496.863	4,9	4.246.504	20.584.521	4,8	6,8	5,6
Località collinari e di interesse vario	1.939.710	8.888.548	4,6	1.970.409	9.044.260	4,6	1,6	1,8
Località termali	1.482.355	5.448.889	3,7	1.498.594	5.517.463	3,7	1,1	1,3
Altre località	6.283.416	20.219.682	3,2	6.538.601	20.117.221	3,1	4,1	-0,5
TOTALE	47.460.809	176.474.062	3,7	48.738.575	180.594.988	3,7	2,7	2,3

Il comparto delle località termali nel 2012 ha incrementato sia le presenze (+1,3% a/a) che gli arrivi degli stranieri (+1,1% a/a) ma facendo meno della media del settore.

Invariata la permanenza media degli stranieri (3,7 giorni) rispetto al 2011, comunque un buon risultato vista la crisi economica che attanaglia le famiglie europee.

Il 3% degli arrivi e anche delle presenze degli stranieri sul totale, questa è la percentuale del comparto termale in Italia.

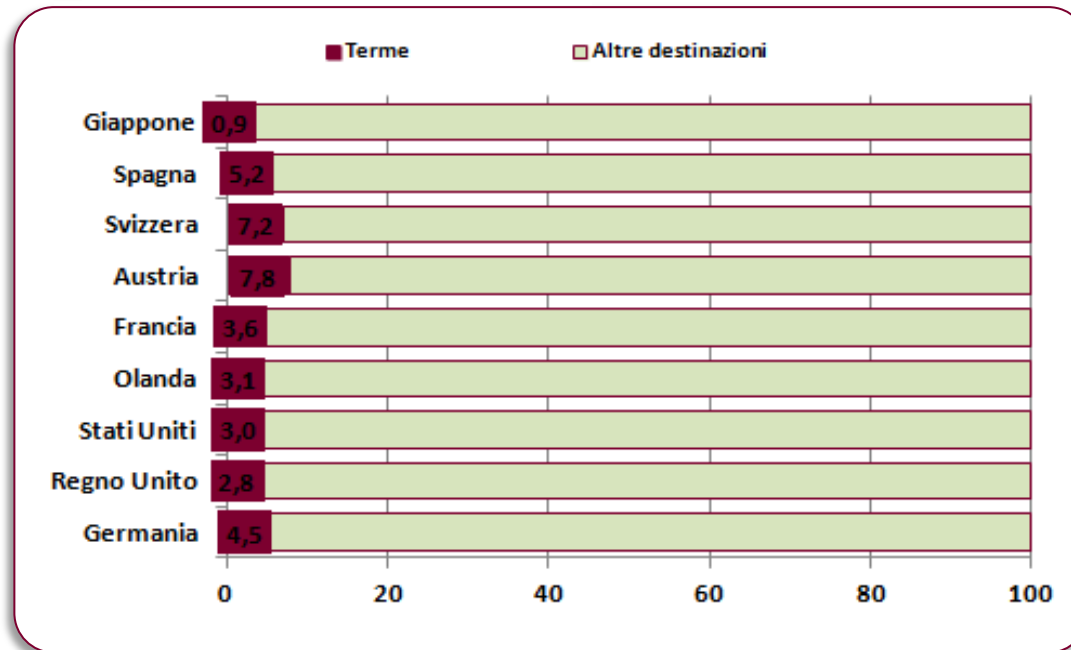
Arrivi e Presenze degli stranieri per tipologia di località



Austriaci, svizzeri e spagnoli gradiscono le Terme “Made in Italy”



Prodotto di destinazione del soggiorno: terme 2012 (% sul totale dei turisti in Italia per Paese di origine)



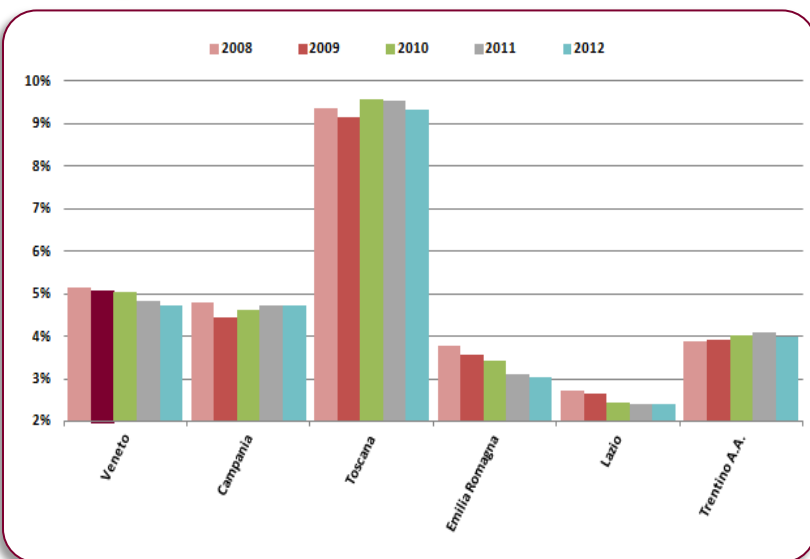
❑ **Le località termali italiane ospitano circa l'8% dei turisti austriaci in vacanza in Italia** e il relax rappresenta la prima ragione di scelta (48%) accanto al desiderio di dedicarsi al benessere nelle beauty farm o nei centri fitness (31%).

❑ **Al secondo posto sono i cittadini elvetici con il 7,2% e al terzo posto troviamo gli spagnoli con il 5,2%. L'interesse principale per gli svizzeri è l'interesse alla cura di sé (42%) ed ad seguire il desiderio di assoluto relax (39%) mentre gli spagnoli ad una forte componente economica (il 51% sceglie le località per la convenienza dei prezzi) abbinano, tra le motivazioni di scelta, l'interesse per la cura di sé ed il desiderio di riposo (entrambi 31%).**

Toscana in pole position prima regione termale italiana



Peso % delle presenze nelle località termali a livello Regionale sul totale nazionale (2008- 2012)



Peso % delle presenze nelle località termali sul totale del comparto (2008- 2012)

Regioni	2012	2011	2010	2009	2008
Toscana	30,5%	30,7%	29,9%	28,4%	28,4%
Veneto	22,5%	22,6%	22,8%	23,4%	22,9%
Trentino A.A.	13,7%	13,3%	13,0%	12,9%	12,1%
Emilia Romagna	8,7%	8,9%	9,6%	10,3%	10,7%
Campania	6,7%	6,8%	6,4%	6,1%	6,6%
Lazio	5,7%	5,5%	5,6%	6,1%	6,3%

❑ Tra le regioni italiane, la Campania, il Trentino Alto Adige e in parte la Toscana hanno retto la crisi, tra il 2008 e il 2012, visto che il peso delle presenze sul totale del comparto è cresciuto, mentre altre regioni più vocate al turismo termale (Veneto, Emilia Romagna e Lazio) hanno avuto una costante emorragia di presenze.

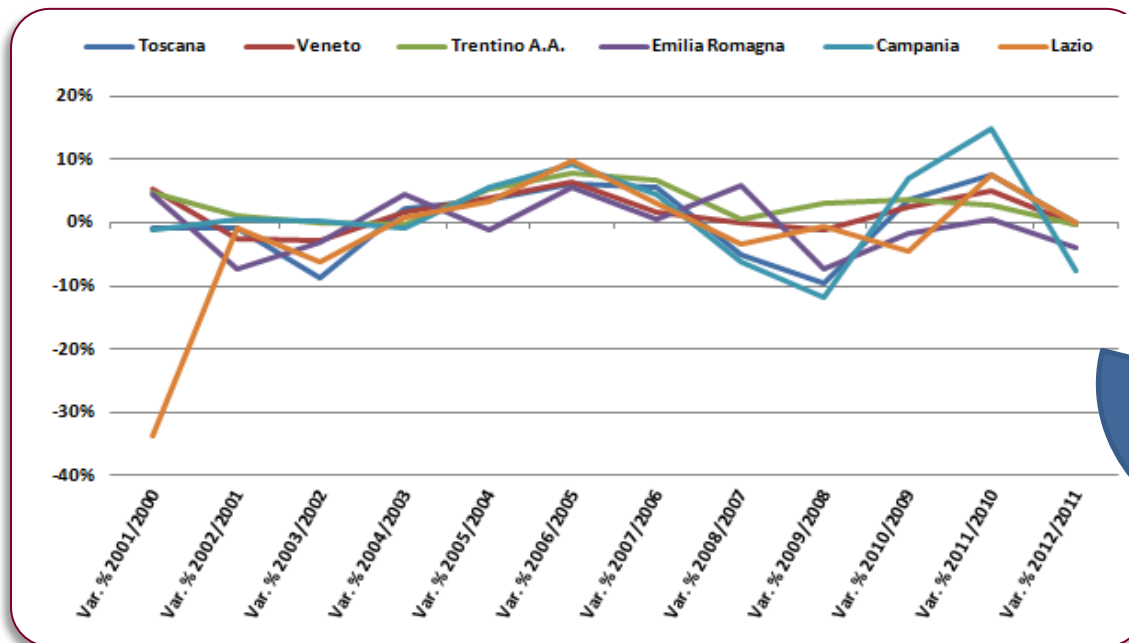
❑ Nel corso degli ultimi anni, la Toscana e il Veneto, hanno mantenuto il podio delle regioni con il maggiore peso percentuale di presenze sul totale nazionale (rispettivamente il 30,5% e 22,5% nel 2012). In flessione il dato del Lazio, che passa dal 6,3% del 2008 al 5,7% del 2012 e non si intravede un'inversione di tendenza nei prossimi anni. Anche le località termali della regione Emilia Romagna hanno avuto una erosione del peso sul totale nazionale, mentre stabile l'andamento della Campania (6,7% del 2012 vs 6,6% del 2008).

❑ A livello regionale vi sono delle regioni come il Trentino Alto Adige, la Toscana e il Veneto con un grado di "internazionalizzazione" molto accentuato, mentre altre regione (Emilia Romagna) che fanno fatica a farsi apprezzare su un piano internazionale.

Il turismo termale si consolida in Trentino, soffrono Lazio e Emilia Romagna



Arrivi nel comparto alberghiero delle località termali (% a/a – 2000 /12)



Regioni	Var. % 2012/2008	Var. % 2012/2000
Toscana	0,8%	1,7%
Veneto	6,0%	20,8%
Trentino A.A.	9,4%	40,8%
Emilia Romagna	-11,7%	-3,8%
Campania	-0,3%	10,9%
Lazio	2,2%	-28,3%

- ❑ Negli ultimi 12 anni, alcune regioni hanno avuto una forte crescita degli arrivi nel comparto alberghiero mentre altre, sia nel breve periodo che nel lungo, sono arretrate perdendo un grande patrimonio accumulato negli anni (Lazio e Emilia Romagna).
- ❑ Trentino Alto Adige, si conferma la regione con la dinamica a breve (2012/2008) e a lungo termine (2012/2000) più favorevole riguardo gli arrivi nel settore alberghiero, visto una saggia politica pubblica e privata di investimenti anche stranieri.



Arrivi nelle località termali italiane (valori assoluti e var. % 2007 – 2012)

		2007	2008	2009	2010	2011	2012
Abano Terme e Montegrotto Terme	PD	538.949	542.737	541.234	594.246	617.772	615.829
Salsomaggiore Terme	PR	105.490	109.955	97.670	142.171		
Montecatini Terme	PT	682.839	655.215	556.003	580.905	635.434	633.244
Chianciano Terme	SI	282.556	253.016	254.911	257.799	251.680	258.201
Fiuggi	FR	261.679	251.773	250.835			

❑ **Situazione altalenante nelle principali piazze termali italiane, con una frenata nel corso del 2012** dopo dei buoni risultati raggiunti negli anni precedenti, comunque il comparto dal 2007 ad oggi mostra segnali di crisi accentuata dal **perdurare delle crisi economica** e le relative ripercussioni sul **portafoglio delle famiglie italiane**.

❑ **Nella città parmense**, dopo delle non positive performance degli ultimi anni (intorno al -10%), **le presenze sono ancora in flessione ma con percentuali più leggere (-2,2%) e gli arrivi sono in aumento del 3,3%**. Rispetto al 2012, nell'ultimo anno si è avuto un aumento del tasso di occupazione delle camere alberghiere (rapporto tra camere affittate e camere disponibili).

❑ **Le due città toscane**, Montecatini Terme e Chianciano Terme, **nell'arco che va dal 2007 al 2012, hanno subito una flessione degli arrivi** (rispettivamente - 7,3% a/a e -8,6% a/a).



Arrivi e presenze nelle località termali toscane (valori assoluti e var. % 2013 – 2012)

Comuni termali toscani	2012		2013		Arrivi	Presenze
	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze	Var.% 2013/12	Var.% 2013/12
Montecatini Terme	633.244	1.733.748	637.110	1.675.994	0,6%	-3,3%
Chianciano Terme	258.201	829.686	235.034	713.026	-9,0%	-14,1%
San Giuliano Terme	68.318	423.099	52.931	419.023	-22,5%	-1,0%

❑ Il sistema termale in Toscana è sostanzialmente concentrato nelle province di Siena, Pistoia, Pisa, Grosseto e Lucca, con Montecatini Terme che ricopre la prima posizione con più di 600 mila arrivi e circa 1,7 mln di presenze. Nel corso degli ultimi due anni, l'andamento turistico nella località pistoiese, ha mostrato una tenuta sul fronte degli arrivi con un +0,6% a/a rispetto al 2012 mentre flettono le presenze con un -3,3%.

❑ Altro centro di grande valore aggiunto in Toscana è Chianciano Terme che con i circa 250 mila arrivi e le circa 800 mila presenze negli ultimi anni si è posizionata al secondo posto, anche se la crisi nel 2013 ha avuto un impatto molto forte con una flessione a due cifre delle presenze (-14,1% a/a sul 2012) e un diminuzione del 9% a/a anche degli arrivi.

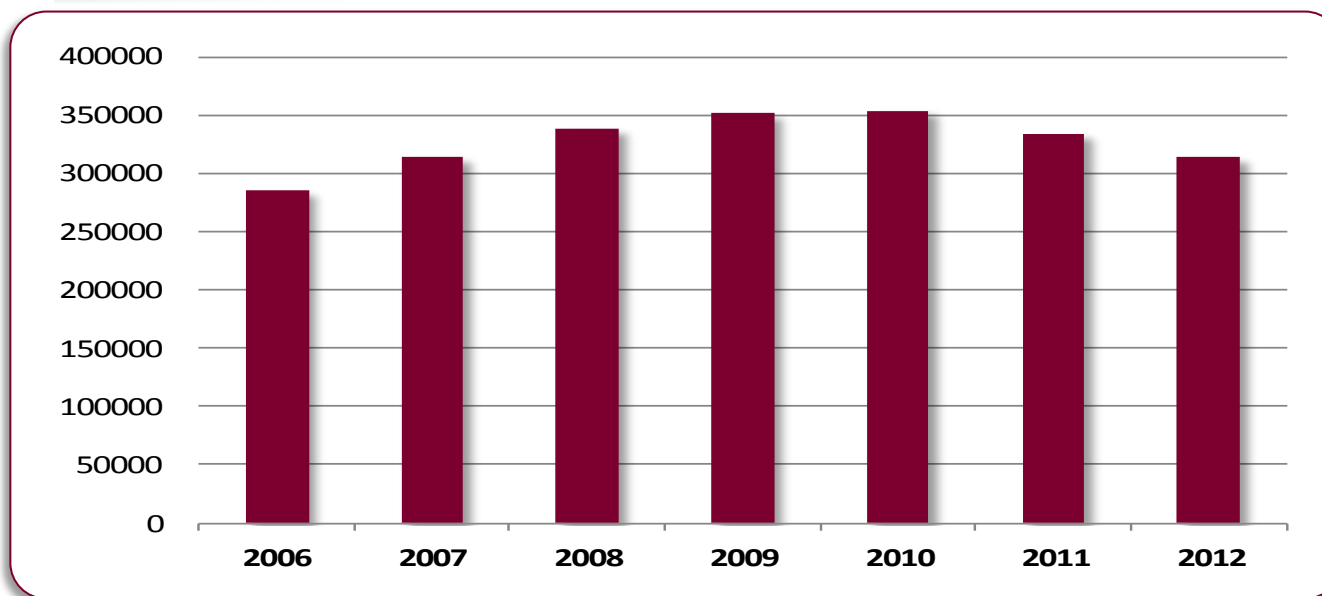
❑ Fanalino di coda San Giuliano Terme che pur avendo avuto un 2013 non positivo (arrivi -22,5% a/a sul 2012) si è saputa attrezzare sul versante delle presenze con una flessione più lieve (-1% a/a).

❑ La Regione Toscana, ha negli ultimi anni, agevolato politiche di rilancio di questo comparto del turismo con investimenti, come nel caso del “Progetto pilota Chianciano Terme”, che è stato inserito dalla Regione tra i progetti considerati strategici per lo sviluppo economico regionale.

L'andamento delle società italiane nel comparto termale



*Ricavi delle vendite (in migliaia di euro) **



* Società di capitale operanti nel settore – Ateco 2007 stabilimenti termali

□ Secondo le prime previsioni del settore, vi sono i primi timidi segnali di un'inversione di tendenza, nel 2013, per le terme italiane visto che il bilancio del settore termale nell'anno scorso non ha presentato sorprese. Dopo la performance non all'altezza delle aspettative nel 2010 e nel 2011 **il settore ha evidenziato nel 2012 un netto ridimensionamento dei livelli di attività determinato dal generale deterioramento del clima di fiducia e dal marcato inasprimento della crisi che ha spinto le famiglie italiane a ridurre ulteriormente sia la domanda per le cure termali sia quella per gli altri beni e servizi erogati dagli stabilimenti, quali quelli alberghieri, di ristorazione, o quelli relativi al benessere.**

□ Nel 2012 i ricavi totali del settore si sono ragguagliati a 719,3 mln di euro (-6% a/a rispetto al 2011) causata principalmente dalle cure termali (-7,8% a/a) mentre per gli altri beni e servizi si sono riscontrate tendenze meno sfavorevoli (-4,4% a/a). **Mentre i dati relativi alle sole società di capitale evidenziano una costante crescita dei ricavi fino al 2010 per poi flettere negli ultimi due anni.** Comunque i ricavi hanno avuto una crescita tra il 2006 e il 2012 del 10%.

Motivazioni della destinazione termale e spese pro-capite dei turisti termali



❑ La principale motivazione del soggiorno nelle località termali, rimane quella del posto ideale per riposarsi (41,1%), seguita da benessere, beauty farm e fitness (36,8%).

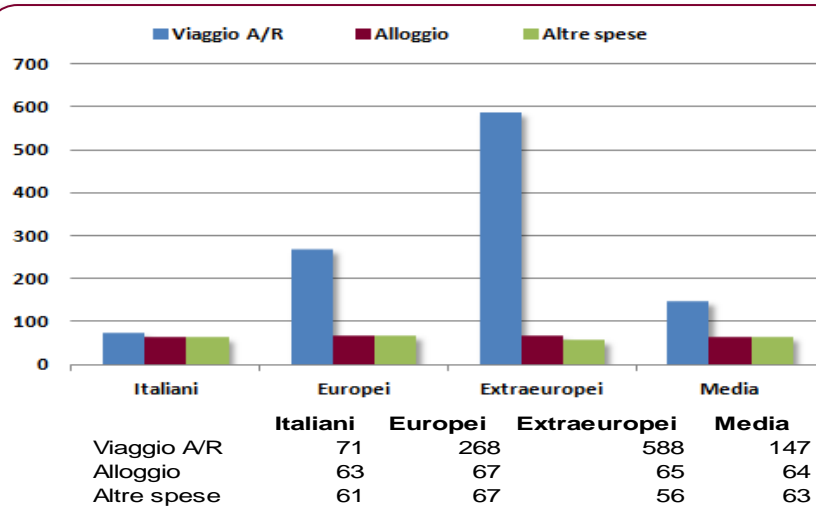
❑ La località termale viene scelta dal turista italiano:

- Nel 41% dei casi per la tranquillità della destinazione;
- Nel 37% per i servizi termali e del benessere;
- Nel 12% per un ambiente naturale di pregio, praticare sport o semplicemente la vicinanza alla destinazione scelta.

❑ La località termale viene scelta dal turista straniero:

- Nel 41% dei casi per la presenza di strutture termali e del benessere;
- Nel 36% per la presenza di benessere, beauty farm e fitness;
- Nel 19% per le bellezze naturali nel luogo;
- Nel 19% per convenienza economica;

Spesa pro-capite del turisti termali



Motivazione principale del soggiorno (% - 2012)

	Italiani	Stranieri	Totale
Posto ideale per riposarsi	41,0	41,3	41,1
Benessere, beauty farm, fitness	37,2	36,2	36,8
Bellezze naturali nel luogo	12,2	19,3	14,9
Località esclusiva	14,5	7,5	11,8
Prezzi convenienti	8,1	15,4	10,9
Posto ideale per praticare un particolare sport	6,8	15,6	10,2
Per la vicinanza	10,6	5,5	8,7
Interessi enogastronomici	3,0	10,7	6,0
Shopping	3,6	5,1	4,2
Per i divertimenti che offre	5,5	9,7	7,1

In Europa le terme si “reinventano” più “benessere”



❑ Negli ultimi anni le terme sono sempre più diventate, oltre a luogo di cura, anche un di relax. In Europa si è puntato molto nel dare una nuova veste al termalismo. Vi sono degli esempi molto interessanti come le terme di **Blue Lagoon (Islanda), di Vals (Svizzera) o di Bath (Inghilterra), dove hai classici trattamenti curativi si è puntato anche a valorizzare strutture dedicate al benessere psicofisico della persona e a valorizzare l'aspetto artistico del posto** (vista della romantica Abbazia).

❑ Nel centro di Budapest vi sono i **Bagni di Széchenyi, attrazione della città con 18 vasche, 10 saune e camere a vapore** il complesso neo-barocco.

❑ Anche in Italia, vi sono terme che hanno saputo più di altre conquistare l'attenzione sempre più esigenze del turista termale, **come le Terme di Saturnia in Toscana.**

❑ **In Austria, le terme di Aqua Dome, scoperte nel Cinquecento** venne abbandonata negli anni '60 e dopo investimenti pubblici e privati riaperte nel 1997 e oggi la principale attrattiva di questa località del Tirolo.

❑ **Lago di Heviz, Ungheria** Punteggiato di ninfee e circondato da giardini sapientemente curati, il lago di Heviz è il più vasto in Europa tra quelli dotati di proprietà medicamentose. La sua spa è perfetta in inverno, mentre in estate è delizioso bagnarsi nelle acque del lago, che raggiungono i 38°C.

❑ **In Belgio, Chateau des Thermes a Chaudfontaine, sfrutta la sorgente più calda del Belgio per terapie per le malattie della pelle conciliandole con la buona cucina francese.**





❑ **In Germania si evidenzia una tendenza alla prevalenza dell'aspetto terapeutico sulla componente benessere.** Le stazioni termali mantengono la loro immagine classica in trend con l'orientamento prevalente della domanda tedesca che attribuisce alle terme una funzione prevalentemente curativa e riabilitativa con minor valenza alle cure idropiniche. **Nel contempo, così come in Italia, termale la domanda è caratterizzata da una forte componente nazionale.** Ad esempio nella città termale di Bad Griesbach, che negli ultimi anni ha riportato un milione di presenze, la percentuale riferita alle presenze straniere è stata circa del 25% sul totale.

❑ **Mentre le terme austriache sono quelle più orientate al settore benessere,** dotate di ottime attrezzature per la riabilitazione. Attuano **una buona politica di integrazione con altre tipologie turistiche,** dall'analisi della loro comunicazione in rete si rileva una strategia promo-pubblicitaria indirizzata non solo ai "curandi" ma anche ai "curisti", in particolare c'è molta attenzione verso il target "famiglia".

❑ **Infine le terme dell'est europeo privilegiano l'indirizzo terapeutico,** l'impostazione delle cure e la comunicazione sono orientate verso un target di "curandi" con un'età medio alta, inoltre presentano un certo ritardo nell'abbinare l'offerta termale con il benessere o con altre tipologie turistiche. Si rilevano vantaggi competitivi nell'analisi del prezzo e nella ricchezza di patologie trattate, frutto anche di un offerta curativa ricca di acque con composizione molto differenziate.





- ❑ **L'unica strada per reagire alla crisi del settore passa attraverso gli investimenti e la proposta ai clienti** (specialmente a quelli provenienti dall'estero) **di strutture di alta qualità**, facendo sistema con gli altri operatori del territorio e con le istituzioni per valorizzare i patrimoni naturali.
- ❑ I dati sono sconcertanti, secondo Federterme, ma purtroppo parlano chiaro: **il termalismo italiano è in grave crisi e alcune strutture stanno scomparendo.**
- ❑ **Le prospettive dell'industria termale italiana sono ancora molto incerte**, considerata l'attuale congiuntura, **anche se vi è un crescente interesse della clientela italiana e straniera per l'esperienza termale italiana**, che è comunque ricca di attrattive presenti nei territori.
- ❑ Le potenzialità per un piazzamento migliore a livello internazionale dovranno passare da **una migliore valorizzazione del tesoro culturale ed artistico** che detiene il nostro Paese, considerato da tutti il "Bel Paese".
- ❑ **Il sistema termale deve difendersi anche dalla concorrenza da parte di un'offerta di cosiddette SPA** che utilizzano questo termine protetto dalla legge con sanzioni severe (la legge 323 del 2000) pur non disponendo di acqua termale e dei necessari accrediti sanitari da parte del Servizio sanitario nazionale.

Contatti

Area Research & Investor Relations

Autore della Pubblicazione

Fabrizio Bianchi

Area Research & Investor Relations

Servizio Research

Email: fabrizio.bianchi@mpslf.it

Tel:+39 0577-299003

Disclaimer This analysis has been prepared solely for information purposes. This document does not constitute an offer or invitation for the sale or purchase of securities or any assets, business or undertaking described herein and shall not form the basis of any contract. The information set out above should not be relied upon for any purpose. Banca Monte dei Paschi has not independently verified any of the information and does not make any representation or warranty, express or implied, as to the accuracy or completeness of the information contained herein and it (including any of its respective directors, partners, employees or advisers or any other person) shall not have, to the extent permitted by law, any liability for the information contained herein or any omissions therefrom or for any reliance that any party may seek to place upon such information. Banca Monte dei Paschi undertakes no obligation to provide the recipient with access to any additional information or to update or correct the information. This information may not be excerpted from, summarized, distributed, reproduced or used without the consent of Banca Monte dei Paschi. Neither the receipt of this information by any person, nor any information contained herein constitutes, or shall be relied upon as constituting, the giving of investment advice by Banca Monte dei Paschi to any such person. Under no circumstances should Banca Monte dei Paschi and their shareholders and subsidiaries or any of their employees be directly contacted in connection with this information



**MONTE
DEI PASCHI
DI SIENA**
BANCA DAL 1472

www.mps.it