

## **Il prodotto terme e benessere: una nuova opportunità da valorizzare all'interno delle AdV**

notizia pubblicata **27 Settembre 2006** alle ore **08:50** nella categoria **Territori**

---



Oggi il sistema termale italiano si configura come una vera e propria industria, contando su 390 aziende del settore distribuite su 185 località termali ed occupando oltre 15.000 addetti, che salgono a oltre 70.000 se si considerano le attività strettamente connesse di ricettività e ristorazione. Sono questi i dati resi noti nel corso del convegno: "Il prodotto terme e benessere: una nuova opportunità da valorizzare all'interno delle agenzie di viaggio", organizzato da Assotrail in collaborazione con la Progetta Srl, nell'ambito di Thermalia Italia 2005, recentemente svoltosi ad Ischia.

Il turismo termale, infatti, sta conoscendo un ritorno d'interesse ed una crescita apprezzabile grazie alla combinazione di diversi fattori quali la valorizzazione ed il risanamento delle strutture termali, la diversificazione dell'offerta ed il notevole interesse generato dal cambiamento degli stili di vita di una vasta fascia della popolazione. Un settore, quindi, che sta elevandosi dalla sua configurazione di nicchia per ampliare il suo mercato e giro d'affari, potendo contare sulla capillare diffusione delle risorse termali sul territorio che rende l'Italia un paese nel quale il termalismo risulta una delle componenti maggiormente radicate nel patrimonio culturale e storico. I lavori del convegno, aperti e coordinati da Mario Leonessa, Presidente degli Unione degli Industriali del Turismo dell'isola di Ischia, hanno visto l'intervento di Andrea Giannetti, Presidente di Assotrail, e di Francesco Granese, Direttore di Assotrail.

In un mercato in cui da più parti si è alla ricerca di canali di vendita alternativi all'attività intermediata, l'evento ha avuto come punto focale la valorizzazione del ruolo dell'agente di viaggio, sia quale seller delle offerte di turismo termale, sia quale organizer di pacchetti ed itinerari che combinino varie e diverse destinazioni comprendenti, oltre a percorsi storici, enogastronomici ed ambientali, anche sistemazioni presso centri termali dedicati al piacere ed alla cura del corpo, nel segno del benessere.

In questo contesto, infatti, l'agente di viaggio riveste, fra l'altro, la fondamentale funzione di veicolare presso il pubblico il prodotto termale nella sua duplice veste, salutistica (cioè termale tradizionale, quale acqua e funghi) e di benessere (sempre più di moda, quali beauty farm, centri benessere).

Un ruolo, quindi, indispensabile nell'unificare l'immagine del benessere termale, promuovendo un prodotto tale da essere percepito dai clienti anche attraverso le sue valenze più tipicamente ludiche, quali piscine termali e/o ricreative, bagni turchi, fitness, proposte di tipo mistico-naturalistico (new age, ayurvedica, offerte orientali) e pratiche di medicina alternativa (medicina cinese, fiori di bach, omeoterapia, fitoterapia).