

Wellness. Rapporto Mercury: +13,4% il fatturato 2007 - Boom di centri a Firenze

Cresce il business del benessere

Manuela Villimburgo

FIRENZE

Il trend positivo del wellness sta cambiando l'assetto del complessivo sistema termale toscano, tanto che i dati appena elaborati dall'indagine Mercury per Unioncamere stimano per la stagione 2008 un aumento di arrivi per il comparto benessere intorno all'8% a fronte del +0,5% per il termale tradizionale, la cui clientela copre il 66,5% del totale, ma ci si attende che nei prossimi 2-3 anni i clienti benessere (33,5%) sorpassino almeno la quota assistita del termale (38,2%).

Anche le prestazioni vedono un forte tasso di aumento per il comparto benessere (+18,7%), mentre prosegue il trend negativo delle cure tradizionali (-1,9%). «Appare evidente anche - si sottolinea nel rapporto - come le cure che si trovano al margine fra terme tradizionali e benessere, in particolare bagni e massaggi, registrino forti aumenti. Da notare anche il caso delle prestazioni per riabilitazione motoria, frutto della scelta di effettuare questa specializzazione che alcuni stabilimenti hanno effettuato».

Nel 2007 il fatturato è in aumento (+7,8%) spinto proprio dal benessere che, se co-

pre ancora la quota minoritaria (30,3%), in quanto comporta cicli di prestazioni più brevi, mostra negli ultimi anni variazioni assai importanti (nel 2007 +13,4% contro il +5,5% del termale), e con una resa media per trattamento (39,7 euro) considerevolmente superiore a quella termale tradizionale (9,0 euro).

Considerando anche le attività riconducibili agli stabilimenti ma esterne al comparto curativo, il fatturato totale, comprensivo in alcuni casi anche dei servizi degli alberghi termali, si stima in circa 56 milioni di euro. Ne risulta che la dimensione media delle strutture è ridotta; in alcuni casi molto ridotta perché su 18 società di capitale (su un totale di 20) risulta che ben 8 conseguono ricavi inferiori a 800mila euro.

Si stima che gli effetti attivati sul territorio raggiungano i 450 milioni di euro e marcino un andamento crescente, tanto che il business del benessere si sta allontanando dai centri termali e trova una collocazione metropolitana nei centri di estetica più all'avanguardia.

Il momento particolarmente positivo del benessere spinge gli imprenditori a investire

A confronto

Fatturato terme e benessere termale in Toscana. Anni 2005-2007 (Valori assoluti e percentuali)

	Termale	Benessere
2005	21.832.096	8.324.476
2006	22.559.894	9.133.459
2007	23.796.267	10.354.748
Variazione percentuale		
2006/2005	+3,3	+9,7
2007/2006	+5,5	+13,4

Fonte: elab. su indagine Mercury 2008 presso gli stabilimenti termali

in centri, anche cittadini. A Firenze, ad esempio, alcuni operatori della bellezza particolarmente dinamici, proprio da quest'anno, hanno cambiato veste e si sono riposizionati nella categoria delle strutture cosiddette Spa (Salus per aqua).

Così ha fatto da appena qualche settimana Fonbliù, rinnovando completamente locali e attività sulla base di una partnership con Fisiosphere, marchio dedicato alle Spa di Gts Group, leader italiana nel settore dell'estetica professionale e del benessere.

In tale direzione va anche Velvet, struttura aperta a gennaio in zona San Donato vicino alla Nuovo Pignone, che

pur non definendosi una Spa, punta sul benessere con trattamenti e prodotti di alto livello collocandosi oltre il comune centro estetico.

Il 2008 è anche l'anno in cui Gabrio Staff ha aperto in pieno centro storico una Hair Spa, 600 mq dedicati all'offerta non solo di servizi di bellezza per i capelli. Sempre negli ultimi 5 anni sono nati in città Soul Space e Kalma Beauty Relax, mentre sono sempre più numerose le palestre che affiancano offerte di wellness, dalla Klab alla Virgin alla Trosos.

E anche il nuovo Four Seasons ha allestito una Spa di ben tre piani per i propri clienti.