

Dinamiche del termalismo in provincia di Pisa: sviluppo, concentrazione e integrazione con altre risorse turistiche

Summary: DYNAMICS OF SPA RESORTS IN THE PROVINCE OF PISA: DEVELOPMENT, CONCENTRATION AND INTEGRATION WITH OTHER TOURISM RESOURCES

Tuscany plays an important role within the field of the spa geography, because it has centuries of history in the exploitation of thermal waters. However, it is now necessary to develop new synergies with other forms of tourism, because only the creation of an integrated tourist system can help to maintain and improve competitiveness.

Keywords: *Tourism, Spa Resorts, Tuscany.*

La dinamica spazio-temporale del turismo termale

Le particolari condizioni geologiche e tettoniche del territorio pisano hanno permesso la formazione di un cospicuo patrimonio di risorse termali: secondo uno specifico censimento effettuato dal Genio Civile sarebbero infatti presenti tredici aree termali suscettibili di sfruttamento, anche se soltanto un quarto di esse viene effettivamente utilizzato a fini economici. Attualmente il termalismo pisano ricopre un ruolo subalterno a livello regionale (sia pure con notevoli oscillazioni di anno in anno), soprattutto se confrontato con i due grandi poli di attrazione di Montecatini e Chianciano Terme, che sono in grado di attrarre oltre i 4/5 dei relativi flussi turistici (Tab. 1): proprio i pur modesti impianti esistenti, più che le risorse potenziali, appaiono tuttavia suscettibili di ulteriore valorizzazione, in quanto godono già

di un'immagine e di una fama sufficientemente accreditate in ambito almeno nazionale, anche perché le azioni da intraprendere non riguarderebbero tanto le risorse o le strutture, quanto l'organizzazione e la commercializzazione del prodotto.

Grazie alla disponibilità di sorgenti ad alta, media e bassa temperatura e con diverse proprietà a livello terapeutico, profilattico e cosmetico, l'attività termale si è sviluppata in provincia di Pisa fin dall'antichità, giungendo talvolta ad avere notorietà in ambito nazionale ed internazionale. In quest'area la storia del termalismo tende ad evidenziare un andamento ciclico, con fasi di crescita e prosperità alternate a periodi di crisi e di abbandono: più che a fattori specifici e contingenti, per altro riscontrabili in ambito locale, tale alternanza sembra riconducibile all'evoluzione sociale, culturale ed economica del territorio italiano nel suo complesso e trova in effetti sostanziale riscontro in ambito nazionale e in altre realtà regionali (Rocca, 2008).

Nel caso della provincia di Pisa le prime testimonianze di sfruttamento delle risorse termali risalgono addirittura al III secolo a.C. e sono rappresentate dai resti archeologici dei Bagni di San Michele alle Formiche, vicino a Sasso Pisano (Castelnuovo Val di Cecina), unico esempio di complesso termale etrusco di età tardo-ellenistica: ubicato in corrispondenza di un affioramento di acque ad alta temperatura, fra i 40 e i 70° C, è probabilmente da identificarsi con le *Aquae Volaterranae* o le *Aquae Populoniae* riportate nel *II Segmentum* della *Tabula Itineraria Peutingeriana*. Dell'originaria struttura, attiva anche in epoca

Tab. 1. Presenze turistiche nel settore termale in Toscana per provincia.

Provincia	2000		2007	
	Totale	%o	Totale	%o
Firenze	28.065	6,7	58.883	14,4
Grosseto	180.300	43,1	257.112	62,8
Livorno	68.232	16,3	136.922	33,5
Lucca	12.817	3,1	26.306	6,4
Massa-Carrara	588	0,1	916	0,2
Pisa	208.018	49,7	197.386	48,3
Pistoia	1.959.970	468,5	2.022.553	494,3
Siena	1.725.932	412,5	1.391.457	340,1
Toscana	4.183.922	1.000,0	4.091.535	1.000,0

romana fino al III secolo d.C., sono rimasti i ruderi di un portico quadrangolare in stile dorico, le vasche per la balneazione ed alcuni locali per l'accoglienza dei frequentatori e dei pellegrini: anche in riferimento al ritrovamento di una statuetta di Minerva, si ipotizza infatti che il sito svolgesse un'importante funzione religiosa e sacrale. La sua importanza storica risiede appunto soprattutto nell'attestazione del processo di laicizzazione dell'uso delle acque termali, col passaggio da una concezione essenzialmente mistico-religiosa ad una ludico-terapeutica e socio-culturale. Sempre all'epoca romana sono riconducibili le origini dello sfruttamento delle acque termali di San Giuliano, note anche col nome di Bagni di Pisa, come attestano varie fonti epigrafiche e letterarie ed alcuni frammenti architettonici ritrovati all'interno dell'attuale stabilimento termale.

Dopo la crisi dell'Alto Medioevo, l'attività termale cominciò lentamente a riprendere vigore, grazie al miglioramento delle condizioni socio-economiche generali e allo sviluppo di un ceto borghese e mercantile sufficientemente agiato da permettersi il lusso di dedicare parte delle risorse finanziarie non solo al sostentamento ma anche alla cura e al benessere psicofisico: nell'area in questione si assiste così alla nascita delle Terme di Uliveto e di Casciana, queste ultime sotto il leggendario patrocinio della contessa Matilde di Canossa, e al risorgere di quelle di San Giuliano¹. In questa località, sia pure con alterne vicende legate al crollo della Repubblica Marinara di Pisa e alla conquista fiorentina, l'attività termale ricevette ulteriore impulso nel Seicento grazie all'opera di risanamento e rilancio portata avanti dai Granduchi di Toscana. A Casciana, invece, questo secolo non fu particolarmente felice a causa di alcune pestilenze, per cui le terme vennero disertate da nobili e facoltosi, che preferivano fermarsi ai Bagni di Pisa: a testimonianza dell'abbandono in cui ancora nel 1742 versavano le terme cascianesi si possono citare le parole del naturalista toscano Targioni Tozzetti, secondo il quale "...nelle acque di questi bagni negletti vivono lietamente molti ranocchi".

A partire dalla seconda metà del Settecento, grazie anche alla riscoperta delle proprietà curative delle acque, al miglioramento della situazione economico-politica e all'espansione del fenomeno del Gran Tour, la pratica del termalismo si diffuse fra i ceti aristocratici, portando ad una proliferazione delle stazioni termali e per certi versi ad una loro standardizzazione morfologica e funzionale: stabilimenti termali, strutture ricettive e attrezzature ludiche e ricreative di alto livello qualitativo

rappresentavano le costanti di tale modello, oltre tutto caratterizzato anche da scelte architettoniche e urbanistiche simili e di grande impatto scenografico, nelle quali risultava assolutamente predominante lo stile neoclassico. Nella provincia di Pisa tale evoluzione è riscontrabile nella radicale ristrutturazione su progetto dell'architetto Bernardo Ruggieri dello stabilimento termale di San Giuliano, frequentato in questo periodo da personaggi di spicco della cultura e dell'aristocrazia europea,

Già verso la fine dell'Ottocento, comunque, le stazioni termali cominciarono ad essere frequentate anche dalla ricca borghesia, accrescendo la loro funzione turistico-residenziale in concomitanza con l'incipiente massificazione del turismo, con lo sviluppo economico e col miglioramento delle comunicazioni e della capacità di spostamento: ciò trova riscontro in un'ulteriore espansione a livello morfologico e funzionale, che, nel caso di Casciana si concretizzò con la costruzione di una complessa struttura nella quale alle vasche, agli spogliatoi e alle camere si aggiunsero servizi sociali e ricreativi come il "Gran caffè" e il "Salone delle Feste". Tale sviluppo si estese anche alle Terme di San Giuliano, dove vennero effettuati numerosi interventi di abbellimento e di miglioramento delle strutture, e a quelle di Uliveto che, a partire dal 1869, furono potenziate nella qualità e nella quantità dell'offerta terapeutica e ricettiva (con la realizzazione del "Grande Albergo delle Regie Terme" e la creazione nel 1910 della "Acque e Terme di Uliveto S.p.A."). Il periodo di massimo splendore per quest'ultimo stabilimento termale fu però quello compreso fra le due guerre mondiali, quando, grazie alla qualità delle acque, alla posizione facilmente accessibile e ad un sito particolare, compreso fra l'Arno e i Monti Pisani, la struttura giunse ad estendere notevolmente la propria area di attrazione. Per San Giuliano Terme, invece, iniziò già durante il ventennio fascista una progressiva perdita di competitività e di lustro, che trovò riscontro nella minor presenza di clienti di alto livello sociale e culturale e nel passaggio all'INFPS (poi INPS) dello stabilimento termale nel 1935: lo sviluppo del termalismo assistito rientrava in questo periodo negli interventi di prevenzione contro alcune malattie, ma rispondeva anche ad esigenze di tipo demagogico e propagandistico a sostegno del regime e, da un punto di vista economico, mirava a contenere le prestazioni assicurative nei confronti dei lavoratori. Le conseguenze per le terme sangulianesi furono decisamente pesanti perché, venendo a cadere lo stimolo del conseguimento del profitto



privato che spinge verso il miglioramento qualitativo dell'offerta, persero gran parte del loro prestigio ed eleganza: le ristrutturazioni necessarie a sopportare le nuove caratteristiche della clientela portarono allo stravolgimento della morfologia settecentesca e sfociarono a lungo andare in una perdita di competitività rispetto alle aziende private, che erano in grado di offrire servizi e prestazioni più efficienti e remunerativi perfino alla clientela che usufruiva di agevolazioni previdenziali. Come altre stazioni termali italiane anche Bagni di San Giuliano eliminò dalla propria denominazione il termine "bagni" ed aggiunge quello di "terme" per distinguersi dalle località balneari marine, che nel frattempo si erano andate sviluppando. Lo stesso discorso vale anche per Bagni di Casciana, dove tuttavia tale cambiamento avvenne con notevole ritardo (1956), forse perché costituito in comune autonomo soltanto nel 1927, proprio in concomitanza della fase di massima attrazione esercitata dalla risorsa termale (in virtù anche degli interventi per migliorarne l'accessibilità), che aveva portato ad una sostanziale crescita del patrimonio urbanistico e ricettivo.

La Seconda Guerra Mondiale interruppe la crescita del termalismo a scala provinciale, con la distruzione pressoché totale degli impianti di Uliveto, che furono poi riattivati soltanto per le cure idropiniche, e di Casciana, dove non fu risparmiato neppure il Grande Albergo delle Terme: la ripresa fu dunque lenta e incerta nella località della Valdera, anche a causa della concorrenza di stazioni termali più accessibili e rinomate e delle difficoltà finanziarie e aziendali (che portarono fra l'altro già nel 1950 al passaggio delle strutture al Comune, dopo sessanta anni di gestione privata). Diverso è il caso dello stabilimento sangiulianese, che recuperò in breve la propria capacità attrattiva grazie soprattutto al crescente impegno nella proprietà e nella gestione degli impianti termali del Servizio Sanitario Nazionale, che puntava a fornire ai propri assistiti prestazioni di tipo terapeutico e riabilitativo: per contro, la pressoché totale scomparsa di un termalismo a carattere prevalentemente ludico ed elitario (aristocratico-borghese, e quindi ad alta capacità di spesa) a vantaggio di uno decisamente più curativo, assistenziale e popolare (e di conseguenza scarsamente remunerativo), comportò un aggravamento della crisi finanziaria e d'immagine. Si perse inoltre il tradizionale legame col territorio circostante, perché la gestione pubblica si ripercosse negativamente sull'apporto di ricchezza: lo stabilimento venne perciò percepito dalla popolazione residente quasi come un corpo estraneo rispetto alla

realtà locale. Incapaci di sostenere la concorrenza delle strutture private, che spinte dalla necessità di conseguimento del profitto erano riuscite nel frattempo a diversificare l'offerta turistica aprendosi al turismo congressuale e fornendo prestazioni specializzate nel *fitness*, *wellness* e *remise en forme*, le terme sangiulianesi giunsero al collasso: nel 1992 l'INPS chiuse l'impianto, applicando un provvedimento varato in ambito nazionale dalla riforma sanitaria del 1978, che prevedeva la possibilità di trasferimento gratuito agli Enti Locali delle strutture termali.

Le recenti trasformazioni funzionali e relazionali

Per una serie di motivi in ambito locale (mancanza di capitali, scarsa propensione all'innovazione, problemi gestionali e manageriali, basso livello qualitativo dell'offerta, insufficiente accessibilità) e nazionale (perdita di credibilità nelle proprietà curative delle acque a vantaggio della moderna farmacologia scientifica, marginalità rispetto ai grandi circuiti turistici, elevati costi di manutenzione e riqualificazione degli impianti, condizionamento del mercato da parte degli Enti pubblici assistenziali), verso la fine del II millennio il termalismo pisano sembra andare incontro ad una decadenza senza possibilità di riscatto. In particolare, l'entrata in vigore delle convenzioni con gli enti previdenziali ed assistenziali, pur portando un contributo sostanziale all'aumento dei flussi, ha comportato un progressivo peggioramento della qualità dei servizi, che ha finito per dirottare verso altre risorse turistiche la clientela più facoltosa ed esigente: in altre parole alla massificazione dei flussi si è accompagnata una perdita d'identità, di qualità ed un declassamento delle stazioni termali che, pur acquistando una patente di validità terapeutica, hanno dovuto rinunciare in larga misura alla funzione di luogo d'incontro e di svago per i ceti sociali più elevati, già affermato in epoca romana, ma esploso soprattutto nell'Ottocento e nella prima metà del Novecento, quando alle terme si incontravano esponenti della cultura, dell'arte, della politica e dell'economia, attratti dalle opportunità e dalle occasioni mondane che esse potevano offrire. Del resto, la possibilità di usufruire delle cure termali erogate dagli enti previdenziali è stata spesso percepita dagli stessi assistiti come una vacanza pagata ed un'occasione per assentarsi dal lavoro piuttosto che come un autentico intervento terapeutico e riabilitativo.

Il successivo passaggio alle amministrazioni co-



munali delle terme ha tuttavia aperto prospettive interessanti e in qualche modo ha riallacciato il loro legame col territorio: in stretta collaborazione con l'iniziativa privata, sono perciò stati avanzati progetti di ristrutturazione e di riconversione funzionale, che hanno puntato al rilancio dell'attività termale e che, sia pure attraverso iter burocratici lunghi e complessi, stanno ottenendo lusinghieri risultati. In effetti il ricorso al capitale privato ha contribuito all'impostazione di politiche di gestione più accorte e manageriali, in quanto in linea con le moderne esigenze della domanda e del mercato e finalizzate al conseguimento del profitto d'impresa.

Per recuperare competitività e redditività nell'ambito del mercato turistico nazionale e internazionale, anche le terme pisane hanno dovuto in primo luogo affrontare il problema del miglioramento della qualità dell'offerta, per venire incontro alle rinnovate esigenze dei clienti ed accrescere la loro spesa procapite: ciò ha significato per certi versi un ritorno ad un uso relativamente elitario delle terme, determinato dagli elevati costi delle prestazioni, non più, o non soltanto, sostenuti soltanto dal SSN, e quindi non accessibili a tutte le categorie sociali. Contemporaneamente, e per certi versi conseguentemente, è stato necessario procedere ad un radicale rilancio d'immagine per conformare l'offerta alle richieste del mercato, la cui domanda appare orientata verso un uso sempre più dinamico del tempo libero, caratterizzato da soggiorni brevi e spostamenti rapidi, che consentano in poco tempo la visita di un gran numero di località e di attrattive turistiche.

L'offerta termale tradizionale, inevitabilmente e strutturalmente stanziale e localizzata, veniva in effetti associata all'idea di un soggiorno piuttosto noioso in luoghi frequentati essenzialmente da persone malate ed anziane, attratte soltanto dalla possibilità di usare le acque termali come terapia e riabilitazione. Per modificare tale percezione, anche le terme pisane, come altre realtà nazionali ed estere, hanno progressivamente differenziato e ampliato le prestazioni offerte, aprendosi alle innovazioni e puntando in maniera sempre più massiccia sui trattamenti estetici e tonificanti, apprezzati ed ambiti anche dagli individui giovani e sani, soprattutto di sesso femminile. Le più recenti campagne promozionali sviluppate dalle aziende termali pisane tendono a proporre alla clientela un quadro stimolante ed accattivante dei propri servizi e del contesto ambientale e territoriale in cui si inseriscono, sostituendo in larga misura alla vendita del prodotto turistico quella della sua immagine (o addirittura della sua percezione), evi-

denziando gli aspetti di particolare pregio e sottacendo eventuali difetti o carenze.

Un contributo determinante al rilancio del turismo termale è stato ricoperto anche dal consolidamento dei rapporti di collaborazione con le Università ed i centri di ricerca, per altro di antica tradizione e mai del tutto interrotti, che ha accresciuto nella gente e nella clientela delle terme la convinzione di un'effettiva validità terapeutica delle cure termali, da sempre messa in discussione e mai completamente dimostrata: l'interscambio con le istituzioni culturali locali ha inoltre permesso di stringere fattivi e sostanziali legami sinergici fra la risorsa termale e il turismo congressuale, che ha trovato nelle strutture termali ampia disponibilità di posti letto, di sale e di spazi aperti per l'organizzazione e lo svolgimento di manifestazioni e convegni riguardanti la salute psicofisica ed altre tematiche, non sempre affini.

Per migliorare concretamente l'offerta sotto il profilo qualitativo, gli impianti termali sono stati rinnovati e riconvertiti ad usi diversi rispetto alla semplice balneazione terapeutica: nel caso di Uliveto l'edificio principale delle terme, ricostruito interamente dopo la Seconda Guerra Mondiale, non è stato tuttavia utilizzato a fini ricettivi e balneari, ma soltanto per attività ludiche, culturali e ricreative, oltre che per le cure idropiniche. Per la balneazione negli anni Novanta è stata allestita una piscina all'aperto per il nuoto e l'aqua-gym, che si inserisce nel contesto del parco termale, impreziosito dalla chiesetta romanica di S. Martino al Bagno. Ma l'attività principale della località è ormai da tempo la produzione, all'interno di un moderno impianto industriale gestito dalla *Co.Ge.Di. International Spa* (costituita a Roma nel 1984), dell'omonima acqua minerale², resa celebre da una fortunata campagna pubblicitaria e assai indicata per la reintegrazione idrico-minerale, come dimostra il fatto che dal 1992 ricopre il ruolo di acqua ufficiale della squadra italiana per le Olimpiadi e da qualche anno anche della Nazionale di calcio: assieme alla consociata "Rocchetta" (con sede a Gualdo Tadino - PG), con la quale condivide il marchio di "Acque della salute", essa viene distribuita attualmente su tutto il territorio nazionale, in altri 15 paesi europei e in 12 nel resto del mondo, ricevendo certificazioni di qualità perfino dalla *U.S. Food and Drugs Administration*. Lo stabilimento per l'imbottigliamento dell'acqua è oggi collegato all'antico parco termale da una vasta area riservata alle attività sportive, ricreative e rigeneranti, come lo yoga e il *tai chi*.

Per quanto riguarda San Giuliano, il passaggio delle terme all'Amministrazione Comunale ha



rappresentato il punto di partenza per una nuova fase di espansione: la gestione dell'impianto e dell'annesso albergo è stata affidata alla "Bagni di Pisa Natural Spa Resort" del gruppo *STB* (Società Terme Benessere), che controlla anche altri stabilimenti termali della Toscana ("Grotta Giusti Natural Spa Resort" a Monsummano Terme-PT e "Fonteverde Natural Spa Resort" a San Casciano dei Bagni-SI), evidenziando così un processo di concentrazione che dovrebbe portare ad una riduzione dei costi e ad un miglioramento del servizio. Sotto il profilo operativo, in effetti, sono stati attuati importanti lavori di ristrutturazione, ma soprattutto è stato sviluppato un uso alternativo delle acque termali³ rispetto a quello terapeutico e riabilitativo: seguendo l'esempio di stazioni termali più moderne, affermate e aperte a queste innovazioni, sono stati allestiti locali per fornire alla clientela prestazioni e programmi di recupero psicofisico che permettano di preservare l'aspetto estetico e di smaltire le nevrosi prodotte dai moderni ritmi di vita. A tale scopo sono stati introdotti nuovi trattamenti per la bellezza e la cura del corpo con una progressiva apertura anche verso le filosofie orientali che sostengono appunto la necessità di un rinnovato rapporto con la natura attraverso la purificazione e l'unione con le energie fondamentali dell'Universo (*Qi*).

L'istituzione di un moderno Centro Benessere ha permesso all'impianto sangiulianese di affiancare ai bagni e alle terapie tradizionali una serie di trattamenti estetici e dermatologici rigeneranti per il viso e per il corpo, ma anche prestazioni che si ispirano appunto alle discipline orientali: di origine indiana sono ad esempio il *massaggio ayurvedico* (*ayurveda*, da *ayu* = vita e *veda* = conoscenza) e lo *Shirodhara* (da *shiro* = testa e *dhara* = far colare a filo continuo un liquido), pratica che si effettua per mezzo di un decotto composto da acqua, olio e misture di rimedi erboristici, mentre è riferibile alla cultura cinese il massaggio *Tui-na* e la *riflessologia plantare*, abbinati a specifiche tecniche di respirazione, ginnastica e automassaggio (*Qi-gong* e *dao-in* e *Taiji Quan*); da quella giapponese deriva lo *Shiatsu* (*shi* = dita e *atsu* = pressione), qui praticato secondo il metodo *Masunaga*, mentre dal Sud-Est asiatico arriva il *massaggio thailandese*, nel quale l'operatore pratica all'utente una serie di manipolazioni di compressione e allungamento dei tessuti molli (muscoli, tendini, legamenti). Per meglio assicurare tali prestazioni, a partire dal 1999 lo stabilimento termale ha subito importanti interventi di ammodernamento, che tuttavia hanno riguardato in maniera particolare anche l'offerta ricettiva, migliorata sensibilmente dal

punto di vista qualitativo fino a raggiungere l'ambito traguardo delle cinque stelle.

Il successo di tale strategia aziendale è facilmente attestato dall'evoluzione delle presenze nell'impianto termale (che in soli tre anni, dal 2004 al 2006, risultano quadruplicate, passando da 3.128 a 13.767), dalla loro composizione (con la prevalenza del sesso femminile, maggiormente attratto dai trattamenti estetici e dermatologici, nella misura del 55,6%), dalla crescita della clientela estera (che nello stesso triennio cresce dal 9,8% al 28,6% del totale) e dalla ripartizione per fasce d'età (oltre un quarto dei clienti con meno di 40 anni ed oltre un terzo di età compresa fra i 40 e i 60 anni): non è un caso che nel 2007 solo il 64,5% degli utenti si sia giovato delle terapie termali tradizionali, mentre il 49,4% ha usufruito anche di quelle estetiche ed il 43% delle attività di svago e relax. Da questi pochi dati emerge chiaramente come l'offerta termale sangiulianese risponda ormai alle richieste di una clientela esigente e raffinata, che apprezza le cure termali e soprattutto i trattamenti psicofisici rigeneranti, integrati da visite mediche specialistiche e dall'offerta di prodotti farmaceutici e parafarmaceutici di qualità. La contrazione del periodo di permanenza dei clienti (notevole rispetto al secolo scorso, ma anche al periodo del termalismo assistito) viene controbilanciata sotto il profilo economico dall'aumento della spesa procapite per usufruire di prestazioni e trattamenti rapidi, efficaci e diversificati.

Il progetto di rilancio delle Terme di Casciana è databile al 1998 ed i lavori di ristrutturazione sono stati portati a termine nel giro di circa un anno. Infatti, oltre a migliorare l'accesso e la funzionalità del reparto destinato alle cure termali e riabilitative, è stata costruita una nuova piscina all'aperto, con accesso consentito anche all'utenza esterna; inoltre, sono stati potenziati i servizi accessori (bar, sala giochi per bambini, centro accoglienza, centro degenza, solarium, palestre, parco termale) e soprattutto è stato realizzato il nuovo Centro Benessere, finalizzato all'offerta di prestazioni per il benessere psicofisico, come sauna, bagno turco, *shiatsu*, ecc., con un'attenzione particolare ai trattamenti dermatologici e di bellezza, che utilizzano una specifica linea cosmetica basata proprio sulle proprietà terapeutiche e rigeneranti dell'*Acqua Mathelda*, ricca di oligominerali benefici ed immediatamente disponibili, nonché di componenti vegetali che tonificano l'epidermide (crenocosmesi fito-attiva): questi prodotti, eccellenti coadiuvanti contro gli inestetismi cutanei del viso e del corpo, vengono commercializzati



anche in *beauty farm* estere, a partire dal *Dumont Plaza Hotel* di New York⁴. Dal punto di vista promozionale è stata stipulata una convenzione con l'Università di Pisa che, mediante una serie di convegni e conferenze internazionali e nuovi studi, ha contribuito ad accreditare l'efficacia terapeutica delle acque cascianesi⁵ oltre l'ambito strettamente locale: a tale proposito sono state organizzati negli ultimi anni numerosi spettacoli ed eventi culturali, centrati soprattutto sul tema della bellezza e dell'allegria, mettendo a punto specifici slogan per la promozione d'immagine, primo fra tutti quello di "*Casciana Terme: cuore caldo di Toscana*", che tende ad enfatizzare la posizione centrale della stazione termale rispetto al territorio regionale e viene pubblicizzato anche su uno specifico sito Internet. Tali operazioni hanno avuto un effetto positivo, come dimostra sia l'aumento pressoché costante della clientela, in termini di arrivi quasi triplicata fra il 2007 e il 2008, sia la crescente rinomanza della piccola stazione termale in ambito quanto meno nazionale, ma con echi significativi anche al di fuori.

Verso la formazione di un sistema locale di turismo integrato per l'innalzamento del livello qualitativo dell'offerta termale

L'impressione complessiva che si ricava dall'analisi dell'attuale situazione del termalismo pisano è dunque quella di un'attività già sufficientemente affermata e in via di espansione, anche se, come per qualsiasi altra risorsa turistica, non bisogna lasciarsi cogliere da eccessivi entusiasmi per il carattere mutevole della domanda e per la necessità di alimentare costantemente la qualità del servizio e la capacità di attrazione. In particolare appare essenziale adeguare l'offerta alle nuove esigenze della clientela, che vede ormai nelle località termali non più, o non soltanto, un'opportunità di cura, di riabilitazione e di rilassamento psicofisico, ma, così come accadeva nei secoli passati, anche un'occasione di svago, di piacere e di socializzazione. Ovviamente ciò non significa trascurare le necessità di coloro che ancora identificano le terme con un luogo di cura dove alleviare le proprie sofferenze fisiche e psichiche, ma mettersi al passo con i bisogni, le aspirazioni e le aspettative di un'utenza più vasta e multiforme: si tratta quindi di rinnovarsi senza perdere di vista la storia e le tradizioni dei centri termali, rispettando fra l'altro l'eleganza e la funzionalità delle strutture del passato, e riproporre altresì un più intimo e consapevole contatto con la natura e

con le sue risorse, prima fra tutte proprio l'acqua.

Un rinnovamento delle strategie aziendali appare imprescindibile per far fronte ad una concorrenza sempre più agguerrita e spietata, che viene ormai non soltanto dalle stazioni termali storiche e tradizionali, ma anche da nuovi impianti e strutture. Questi ultimi, infatti, pur non disponendo di risorse termali naturali, sono ormai in grado di fornire servizi e prestazioni analoghi con metodi e tecniche artificiali e con prodotti importati dall'esterno⁶: un semplice sfruttamento della risorsa idrotermale, per quanto intensivo e razionale, ed un'efficace organizzazione dell'offerta e dei servizi ad essa collegati non sono dunque più sufficienti ad assicurare flussi ed introiti che garantiscano la remuneratività del capitale investito.

Le aziende che operano nel settore termale sono perciò costrette a mantenere ed accrescere la propria potenzialità attrattiva e a garantire alla clientela un uso alternativo ed appagante del tempo non occupato nelle terapie e nelle sedute riabilitanti e tonificanti. Tale obiettivo può essere perseguito soltanto attraverso il miglioramento del livello qualitativo dell'offerta: la capacità di attrazione di una qualsiasi risorsa turistica si fonda infatti in primo luogo sulla qualità, che in ultima analisi può essere ricondotta soprattutto alla sua unicità, e sul desiderio dell'utente di fruirne, che ne esalta invece la banalità, nella misura in cui tende a soddisfare bisogni più semplici e generalizzati. Anche per massimizzare la resa economica dell'attività termale senza alterare in maniera sostanziale il contesto ambientale, sociale e territoriale di riferimento occorre quindi puntare sull'unicità della risorsa piuttosto che sulla sua banalità: si tratta in altri termini di incrementare l'offerta di servizi sofisticati e di promuovere le proprietà specifiche delle acque, in maniera da innalzare per quanto possibile la spesa pro capite da parte degli utenti. Al contrario un semplice aumento dell'affluenza, pur avendo effetti positivi sulla spesa complessiva dei visitatori e quindi sulla resa economica, attiverrebbe un processo di massificazione dei flussi dagli effetti difficilmente prevedibili e controllabili: a parte gli effetti negativi legati all'aumento del carico antropico, un'opzione del genere implica infatti una progressiva banalizzazione della risorsa ed anche una stereotipizzazione dei suoi caratteri formali e funzionali. Un'attestazione significativa della qualità e dell'unicità dell'offerta può derivare dall'istituzione di appositi marchi di tutela, certificabili attraverso loghi e riferimenti normativi, e da una più attiva promozione d'immagine, che si concretizza attraverso le forme della propaganda sui mezzi d'in-



formazione (stampa, radio, televisione, Internet, ecc.)⁷, ma deve ovviamente corrispondere ad un reale miglioramento delle strutture e delle prestazioni tradizionali oltre che di quelle accessorie e innovative.

Per assicurare uno sviluppo economico durevole e sostenibile, per acquisire nuove quote di mercato e per accrescere la competitività del sistema turistico locale appare altresì necessario rinsaldare il legame col territorio circostante e combinare l'offerta termale con quella di altre risorse presenti al suo interno. Tale integrazione funzionale, però, potrebbe anche essere interpretata come una perdita di identità e di originalità da parte del turismo termale, originando quindi l'impressione di rinnegare le proprie tradizioni storiche e culturali e di sacrificare la propria dignità in nome della produttività. In realtà, invece, essa non fa che recuperare almeno in parte quel ruolo di polo funzionale che le terme e i centri termali, come San Giuliano e Casciana Terme, hanno rivestito almeno fino allo sviluppo del termalismo sociale: a differenza di quanto accadeva nel recente passato, gli stabilimenti termali non costituiscono infatti un corpo estraneo all'interno di una realtà economica e sociale predefinita e consolidata, ma possono essere considerati elementi portanti del sistema territoriale, con legami reciproci e imprescindibili con le altre componenti naturali ed antropiche. Di conseguenza, anche se il capitale privato si è andato progressivamente rafforzando nella gestione delle risorse termali (innescando addirittura dei processi di concentrazione, come dimostra il caso delle terme di San Giuliano all'interno della società *STB* o di quelle di Uliveto nella *Co.Ge.Di.*), il loro sfruttamento dovrebbe essere inserito all'interno di programmi organici ed integrati di assetto e gestione pubblica del territorio.

Una più stretta sinergia fra la risorsa termale e le altre tipologie turistiche presenti nella fascia costiera toscana può essere attuata attraverso il riconoscimento di una concordanza di interessi e di obiettivi produttivi, nonché di regole e strategie di mercato, e concretizzarsi nell'offerta di pacchetti coordinati e diversificati e in un'attenta e dinamica politica promozionale: nel caso del termalismo pisano le iniziative per giungere ad una maggiore integrazione all'interno del sistema turistico locale riguardano, o potrebbero riguardare, tutte le risorse a valenza turistica presenti sul territorio, con un'ovvia differenziazione a seconda della distanza dalle località termali⁸. Soprattutto con riguardo al comparto storico artistico, infatti, la provincia pisana vanta un ricco patrimonio di

emergenze di buon livello qualitativo, molte delle quali a stretto contatto con le località termali: la loro valorizzazione e promozione potrebbe contribuire ad accrescere notevolmente la capacità attrattiva del sistema turistico, ma da questo punto di vista la strada da percorrere è ancora molto lunga e irta di difficoltà. Più agevole da seguire è senza dubbio la politica volta a stabilire più stretti rapporti di collaborazione con gli operatori turistici pubblici e privati delle città d'arte toscane, specialmente quelle raggiungibili nell'arco di una mezza giornata (Firenze, Siena, Lucca, Volterra, ecc., oltre alla stessa Pisa)⁹: la semplice organizzazione di scambi programmati di visitatori fra le terme e i centri artistici potrebbe rappresentare un incentivo ulteriore alla frequentazione e in effetti si può presumere che già adesso la presenza nelle località termali di clienti provenienti da lontano (stranieri o italiani) sia in larga misura stimolata proprio dalla vicinanza al grande patrimonio storico artistico della Toscana. Modesti tentativi in tal senso sono stati intrapresi, ma per il momento non si va molto al di là di un semplice supporto all'attività escursionistica privata (depliant illustrativi, carte stradali, informazioni turistiche), mentre sarebbe auspicabile l'offerta di sconti, trattamenti di favore e servizi accessori per gli utenti interessati ad abbinare la fruizione delle due risorse, oltre ovviamente all'organizzazione di visite guidate.

Analoghe iniziative potrebbero essere portate avanti nei confronti del turismo balneare, sfruttando la vicinanza al litorale pisano, livornese e versiliese, attualmente frequentati da un consistente numero di bagnanti di provenienza nazionale ed estera¹⁰: in questo caso la frequentazione delle stazioni termali potrebbe essere incentivata come complemento delle cure elioterapiche, per l'applicazione di trattamenti estetico-rigeneranti, e in alternativa ai bagni in mare nei giorni nuvolosi o piovosi; rapporti di collaborazione in tal senso potrebbero essere stipulati fra i diversi operatori locali a livello pubblico e privato, giungendo fino all'offerta di pacchetti-vacanza equamente ripartiti fra le strutture ricettive termali e quelle balneari. Sulla stessa falsariga e con le medesime finalità sarebbe auspicabile riuscire ad attrarre, mediante accordi con le relative compagnie di navigazione, almeno una parte del movimento turistico delle navi da crociera, che hanno nell'apposito Terminal del porto di Livorno uno dei principali scali di toccata del Mediterraneo¹¹: si tratterebbe evidentemente di offrire soggiorni di breve e brevissima durata (una giornata, o addirittura mezza) a prezzi vantaggiosi, in alternativa alle già molto

attive e frequentate escursioni verso le città d'arte toscane organizzate dalla società "Porto di Livorno 2000", che mette a disposizione dei crocieristi quattro autobus gran turismo, minibus ed auto di rappresentanza.

Anche maggiori sono le prospettive di sviluppo per quanto concerne eventuali progetti di integrazione del turismo termale con quello naturalistico, che in provincia di Pisa, ma anche nelle aree circostanti, può fare affidamento in primo luogo su un notevole patrimonio di aree protette: dai parchi regionali di S.Rossore-Migliarino-Massaciuccoli e delle Alpi Apuane, a quello provinciale dei Monti Livornesi, alle riserve naturali statali (come "Montefalcone" e "Poggio Adorno"), a quelle regionali (come il Lago di S. Luce), fino alle numerose ANPIL, alcune delle quali a stretto contatto con le località termali ("Monte Castellare" e "Valle delle Fonti", in comune di San Giuliano Terme). Purtroppo le iniziative per combinare la fruizione delle due risorse (termale e naturalistica) sono al momento assai limitate e si limitano alla fornitura alla clientela degli stabilimenti termali di opuscoli illustrativi e di informazioni logistiche che permettano di raggiungere i siti più favorevoli alle escursioni, al *birdwatching*, al consumo e all'acquisto dei prodotti tipici dei parchi naturali: nonostante gli evidenti vantaggi che se ne potrebbero trarre sotto il profilo economico e le opportunità di crescita della capacità attrattiva, in ambito provinciale mancano tuttora proposte concrete in tal senso.

Oltre che col turismo congressuale, a cui si è già fatto riferimento e che si concretizza ogni anno nella celebrazione presso le sedi termali di convegni ed eventi di rilevanza nazionale e internazionale, un'integrazione piuttosto intensa e proficua si è ormai realizzata con l'attività agrituristica, sia pure attraverso contatti e forme di collaborazione del tutto spontanei e non pianificati: questa particolare branca del *turismo verde* può fare affidamento su un contesto naturalistico e paesaggistico di grande capacità attrattiva ed ha raggiunto in provincia di Pisa un buon livello di sviluppo, riuscendo fra l'altro ad offrire servizi efficienti e di qualità; strutture agrituristiche affermate sorgono anche in prossimità delle Terme di San Giuliano e Casciana e attualmente forniscono loro un notevole contributo di visitatori (per altro non quantificabile con precisione, almeno secondo i responsabili della gestione degli impianti termali), che apprezzano la possibilità di accrescere il proprio benessere psicofisico, combinando la fruizione delle acque termali ad un soggiorno in un ambiente agreste. Direttamente legato alla ri-

sorsa agrituristica è anche il turismo enogastronomico che si concretizza nell'offerta di prodotti alimentari di qualità di produzione locale all'interno di strutture specializzate (come appunto gli agriturismi), ma soprattutto durante specifiche manifestazioni in grado di attivare consistenti flussi escursionistici (fiere e sagre). La produzione agroalimentare della provincia di Pisa, meritevole di ulteriore valorizzazione, può annoverare già adesso al suo interno prodotti di alta qualità, come l'olio, che nel caso del territorio circostante le terme sangiulianesi ha ottenuto una particolare considerazione nell'ambito della certificazione I.G.P. Toscana (Reg. CE n. 644 del 1998)¹², come dimostra l'istituzione della "Strada dell'Olio dei Monti Pisani", o il vino, come il "Chianti DOCG delle Colline Pisane" o il "Bianco Pisano di San Torpé DOC". Anche per questi settori del movimento turistico la strada da percorrere per realizzare maggiori effetti sinergici con la risorsa termale è ancora molto lunga, ma le prospettive appaiono decisamente incoraggianti (Tab. 2).

Breve sintesi conclusiva

Le tre realtà termali della provincia di Pisa – Casciana Terme, San Giuliano Terme e Uliveto Terme – pur assai diverse fra loro per qualità delle acque, tipologia delle strutture, specializzazione d'uso e percorso evolutivo e gestionale, hanno affrontato in tempi recenti il problema di una riqualificazione funzionale e di un'efficace ricollocazione sul mercato turistico: le scelte adottate sono state ancora una volta assai differenti, autonome e per certi versi contrastanti, sia sotto il profilo programmatico e operativo, sia in

Tab. 2. Le possibili sinergie con le altre risorse turistiche.

Risorsa	Fase	Bacino di utenza
Arte-affari	Iniziale	Valdarno Inferiore
Balneare	Potenziale	Valdarno Inferiore-Versilia
Congressuale	Avanzata	Valdarno Inferiore
Agriturismo	Avanzata	Valdarno Inferiore-Valdera
Naturalistico	Iniziale	Toscana Nord-Ovest
Enogastronomico	Avanzata	Valdarno Inferiore-Valdera
Crocieristico	Potenziale	Livorno



relazione alle iniziative promozionali e d'immagine, evidenziando la sostanziale inesistenza di un reale sistema turistico integrato per il settore termale. Ciò appare come un preoccupante segnale di debolezza, se confrontato con la crescente organizzazione e globalizzazione del mercato nazionale e internazionale del comparto termale, anche se proprio l'eterogeneità dell'offerta pisana sembra garantire sbocchi sufficienti per il futuro più prossimo: in effetti, come sottolineava il già citato "Piano triennale di sviluppo turistico della Provincia di Pisa", gli stabilimenti termali pisani rappresentano comunque "...una realtà sinergica, in quanto complementari sia per ciò che concerne la tipologia dei servizi erogati, che per i target di utenza cui si rivolgono, che spaziano da una clientela con ridotta capacità di spesa ad un target medio-alto (Sanavio, 2005)".

In una prospettiva a più ampio raggio, tuttavia, tali caratteristiche di complementarità e di naturale diversificazione dell'offerta non sembrano sufficienti a garantire continuità e sviluppo al termalismo pisano, tant'è che lo stesso documento programmatico in questione evidenzia chiaramente la necessità di "...investire nella promozione dell'offerta termale integrata con altri segmenti dell'offerta turistica (cultura, enogastronomia, sport, congressuale), alla ricerca di un'unicità e dei caratteri distintivi che possono scaturire soltanto da una forte integrazione con le tipicità del territorio (ibidem)". Per valorizzare pienamente le diverse risorse turistiche provinciali e la loro specificità (o, se si preferisce, la loro unicità), che in definitiva contribuiscono a definire l'originalità e l'identità del territorio pisano, è infatti ormai imprescindibile sviluppare un sistema turistico locale ad alto grado di integrazione, per sfruttarne adeguatamente gli stretti legami sinergici.

A tale proposito è fondamentale la piena collaborazione di tutti gli attori e gli operatori turistici della provincia, privati e pubblici: proprio agli amministratori locali spetta infatti il compito di portare avanti una pianificazione efficace degli interventi ed una più attiva promozione d'immagine, per esempio attraverso la realizzazione di opuscoli illustrativi e filmati sulle risorse a disposizione, sia attraverso la tutela dell'offerta con l'istituzione di marchi di qualità, attraverso scelte programmatiche e urbanistiche mirate e funzionali, sia attraverso l'organizzazione di manifestazioni ludiche, sportive e culturali in grado di polarizzare l'attenzione sulle località turistiche, a partire proprio da quelle termali. Da quest'ultimo punto di vista, risultati assai lusinghieri sono stati ottenuti a Casciana Terme, dove da tempo

opera un'attiva azienda di soggiorno che, in collaborazione con l'amministrazione comunale e con quella delle Terme, ha promosso una lunga serie di eventi e spettacoli in grado di coprire tutto il periodo estivo (durante il quale si concentrano i flussi turistici). A San Giuliano, invece, le iniziative in tal senso si limitano quasi esclusivamente all'organizzazione da parte dell'amministrazione comunale del "Settembre Sangiulianese", mentre ad Uliveto l'unica manifestazione portata sporadicamente avanti dalla locale Pro Loco è la proiezione di spettacoli cinematografici all'interno del Parco delle Terme.

Nonostante gli sforzi di ammodernamento e di rilancio d'immagine intrapresi nell'ultimo decennio, la struttura termale pisana evidenzia dunque una sostanziale fragilità intrinseca, che la rende assai vulnerabile alle vicende congiunturali del mercato turistico, tanto che nel futuro più prossimo non potrà assolutamente prescindere dal ricercare rapporti più stretti e sinergici con le altre risorse presenti sul territorio (turistiche e no): solo così potrà mantenere sufficienti livelli di remuneratività e competitività e giocare un ruolo attivo nella formazione di un sistema turistico locale più coeso e dinamico; a dispetto delle iniziative programmatiche e delle scelte operative condotte dagli operatori turistici e dalle istituzioni pubbliche, al momento attuale persistono infatti forti dubbi sulla natura sistemica e sulla reale efficienza della struttura turistica provinciale.

Bibliografia

- Braccianti G., *Casciana Terme*, Carrara, Verzasca Editore, 2000.
- Castelli R., *Il termalismo pisano*, Pisa, Cassa di Risparmio di Pisa, 1983.
- Cervini C., *Il termalismo sociale*, Roma, 1967.
- Cocchi A., *Trattato dei Bagni di Pisa*, Firenze, Stamperia Imperiale, 1750.
- Marotta G., de Angelis M., *Termalismo e sviluppo turistico integrato*, in Capasso A., Migliaccio M. (a cura di), "Evoluzione del settore termale", Milano, Angeli, 2005, pp. 82-98.
- Mazzanti R., *Attività termale e territorio*, "Civiltà Urbana Toscana", n. 4, 2003, pp. 35-63.
- Mazzanti R., (a cura di), *San Giuliano Terme: l'ambiente, la storia e il territorio*, Pisa, Felici Editore, 2009.
- Paffi A., *Le Terme in epoca antica: usi, costumi e leggenda*, "Nuova Casciana", n. 3, II, 1999, p. 7.
- Rocca G., *I luoghi turistico-termali in Italia e il loro assetto spaziale nel corso del tempo*, "Geotema", (2006), Bologna, Patron, 2008, pp. 5-31.
- Rosetti E., Valenti L., *Terme e sorgenti di Toscana. Note, meno note, sconosciute*, Firenze, Le Lettere, 1997.
- Sanavio G., *Turismo termale e del benessere: la provincia di Pisa*, 2005, in <http://www.provincia.pisa.it/interno.php?id=4712&lang=it>.



Note

¹ In questo periodo ben quattro bagni (degli Uomini, delle Donne, dei Lebbrosi e dei Cavalli) erano attivi nella prima località (Braccianti, 2000), ed altrettanti (Vecchio, della Regina, delle Donne e dei Sani) nella seconda (Cocchi, 1750).

² L'acqua di Uliveto viene classificata come bicarbonato-alcalino-ferrosa, emerge dal sottosuolo ad una temperatura compresa tra i 22 e i 34 °C ed è indicata soprattutto per la cura dei disturbi renali, epatici e gastrointestinali.

³ Le acque di San Giuliano sgorgano da diverse sorgenti ed hanno temperature comprese fra i 18 e i 40°C: sono definite solfato-calciche-magnesiache e sono adatte per le artropatie, le reumatismi e le affezioni respiratorie.

⁴ Sembra tuttavia auspicabile che la fruizione diretta e sul posto della risorsa rimanga l'obiettivo principale dei programmi di sviluppo delle aziende termali, anche se la produzione di preparati farmaceutici e cosmetici può assolvere positivamente al ruolo di attività accessoria e integrativa, con compiti promozionali e d'immagine piuttosto che basilari ed esclusivi.

⁵ Le acque termali di Casciana sono bicarbonato-solfato-calciche e sgorgano alla temperatura media di 35,7°C: hanno spiccate doti terapeutiche per quanto concerne le affezioni circolatorie, respiratorie, gastrointestinali, ginecologiche e articolari.

⁶ La possibilità di riscaldare l'acqua fino ad una temperatura costante e predefinita e di arricchirla di sali minerali e di composti organici fino a farle assumere le caratteristiche chimiche, biologiche e terapeutiche di una qualsiasi sorgente termale è ormai da tempo acquisita a livello tecnologico, economico e normativo: in linea quanto meno teorica si possono addirittura ricreare in laboratorio delle proprietà e dei requisiti qualitativi superiori a quelli naturali, e ciò spiega la diffusione di tali impianti, soprattutto nelle aree

turistiche già affermate per altre risorse (balneari, artistiche e perfino montane).

⁷ Nell'estate 2009, ad esempio, è stata condotta un'attiva campagna di informazione radiofonica su emittenti di livello regionale e nazionale per promuovere l'offerta termale della "Bagni di Pisa Spa Natural Resort".

⁸ L'obiettivo di pervenire ad una maggiore integrazione fra le risorse turistiche è stato fra l'altro uno degli obiettivi prevalenti del "Piano triennale di sviluppo turistico della provincia di Pisa - anni 2006-2009", che ha evidenziato la necessità di sviluppare un vero e proprio sistema turistico locale: al suo interno, l'attenzione è stata focalizzata sul concetto di *marketing turistico integrato*, cioè su un'azione promozionale basata sulle iniziative degli operatori privati e pubblici, ma impostata secondo criteri generali d'intervento coordinato, e sulla creazione di un vero e proprio "sistema integrato di qualità", esteso ai diversi settori produttivi (turismo, agricoltura, commercio, artigianato), mediante la definizione di un programma condiviso dai diversi attori locali e adeguatamente certificato, in grado di farli interagire fra loro.

⁹ Nel 2008 le presenze per la tipologia arte-affari sono state 2.137.084 in provincia di Pisa, 1.777.183 in quella di Siena, 783.913 in quella di Lucca, mentre per Firenze, in assenza di dati aggiornati, sono state 7.978.053 nel 2007.

¹⁰ Nel 2008 le presenze sul litorale livornese (escluso l'Arcipelago Toscano) sono state 4.93.7048, mentre su quello versiliese sono state 2.753.020: le presenze su quello pisano, rilevate dalla Regione Toscana, sono computate assieme alla tipologia arte-affari.

¹¹ Il movimento crocieristico nel porto di Livorno è in costante e rapido accrescimento, sia per numero di toccate (da 286 nel 2000 a 510 nel 2007) che per passeggeri (da 229.024 nel 2000 a 713.114 nel 2007, con un incremento totale del 211,37% e medio annuo del 26,42%).

¹² Il marchio IGP garantisce che tutto il processo di produzione e di filiera si svolga all'interno del territorio di provenienza.

