

Fattori di successo di una struttura termale e del benessere: il caso di Premia (Verbano-Cusio-Ossola)

Summary: SUCCESS FACTORS OF A SPA AND WELLNESS CENTRE: THE CASE STUDY OF PREMIA (PROVINCE OF VERBANO-CUSIO-OSSOLA, ITALY)

In the province of Verbano-Cusio-Ossola, Northern Italy) we must remark the relevant results and perspectives of development of the new thermal structure of Premia (Antigorio Valley), opened just one year ago. The SWOT analysis tries to draw the cause of its successful strategy and the perspectives of its future development.

Keywords: Spa, Premia, Ossola Valley.

Premessa

In un precedente lavoro presentato al Convegno “Dai luoghi termali ai poli e sistemi locali di turismo integrato” (Aosta, St. Vincent, Pré St. Didier, 21-23 settembre 2007, Lucarno 2008, 53-60) è stato delineato il quadro di un sistema termale ossolano in crisi e declino, all’interno del quale stava per essere completata una nuova struttura nel comune di Premia (Valle Antigorio, provincia di Verbania). A questo riguardo la ricerca evidenziava alcuni punti di forza e molti di debolezza, tra cui il difficoltoso avvio della gestione della struttura, in un contesto turistico in fase di stagnazione e curistico in forte crisi a causa di concomitanti fattori specifici dell’area, tra cui l’invecchiamento degli impianti già esistenti (Bognanco), la scarsità degli investimenti, la modesta accessibilità, la mancata integrazione con l’offerta turistica della riviera del Verbano, la concorrenza di altri affermati distretti termali (Leukerbad), l’insufficiente strutturazione ricettiva, la mancanza di servizi destinati al benessere ed alla *remise en forme*.

Dopo due anni, queste nuove terme sono state finalmente inaugurate e dopo tredici mesi di attività è possibile tracciare un primo bilancio molto positivo di un modello di gestione che ha messo pienamente a frutto i fattori favorevoli riuscendo a creare un bacino specifico di clientela non collegato da quello turistico tradizionale ed ancora privo della componente curistica. Nel riportare i primi risultati di gestione, se ne analizzano i fattori del successo e si prendono in considerazione le linee guida per un ulteriore sviluppo.

Caratteristiche della sorgente e suo sfruttamento

In Valle Antigorio, presso la località di Longia di Cadarese, oggi nel comune di Premia, fin dal medioevo era nota una sorgente che sgorgava alla temperatura costante di 15°C, citata nel 1556 in una bolla di papa Paolo IV, in cui si accenna alla costituzione di una nuova parrocchia i cui limiti coincidevano con il “rivo dell’acqua calda” (Negri, Mosello, 1989, 97), rimasto per secoli una semplice curiosità naturale all’origine di un microclima inusuale in un’area di montagna. Nelle vicinanze, nel 1992, in seguito a sondaggi eseguiti dall’ENEL alla quota di 800 m s.l.m., è stata rinvenuta una copiosa sorgente ipertermale solfato-calcica alla temperatura di 42,5°C, ricca di sali minerali, batteriologicamente pura¹ ed indicata nella cura balneofangoterapica di dermatiti, reumatismi, vaculopatie, traumi ortopedici e, per mezzo di crenoterapie inalatorie, nel trattamento delle bronchiti croniche e di altre patologie infiammatorie delle vie aeree superiori².

Intuendo la possibilità del suo sfruttamento termale, alla fine degli anni Novanta il Comune di Premia ha acquisito un’area di 26 mila mq in prossimità della sorgente e la relativa concessione regionale di sfruttamento³, per costruirvi un moderno impianto di 5.000 mq di superficie coperta, dotato di piscine, centro benessere, attrezzature per trattamenti sanitari e medicina sportiva, spazi per la ristorazione e per l’intrattenimento.

L’impresa, costata nel complesso 17 miliardi di lire, non era esente da rischi di fallimento, tenuto conto dello stato di declino delle altre attività, di



termali della provincia (Crodo e Bognanco) e di alcuni punti di debolezza (perifericità dell'area, presenza di un importante *competitor* a Leukerbad, scarsa integrazione con altre forme di turismo, limitata capacità ricettiva) e non avrebbe potuto essere portata a termine con le sole forze di un piccolo comune di circa 600 abitanti senza finanziamenti regionali. Infatti, una volta ultimata la sua costruzione nel 2007, non si è trovata impresa privata disposta a rilevarne la gestione e a farsi carico del costo degli arredi, per cui le gare di appalto sono andate per due volte deserte.

Già dal 2006 la Regione Piemonte si era impegnata a finanziare una bozza di legge regionale per il riordino del sistema termale, inserito tra le competenze del settore turistico, che a tal fine avrebbe potuto disporre di specifici finanziamenti per le strutture e la promozione. In tale ottica il 25 luglio 2006 la Provincia aveva costituito un "Polo Termale", di fatto una commissione di valutazione composta dagli Assessorati provinciali al Turismo ed alle Attività Produttive, Federalberghi, Confcommercio, Camera di Commercio e dai comuni dotati di risorse termali, con lo scopo di finanziare i progetti con le migliori prospettive di sviluppo e di successo. Con queste premesse, di fronte alla prospettiva di lasciare inattivo un impianto appena ultimato, si è costituita una società, denominata "Terme di Premio S.r.l. - Valli Antigorio Divedro Formazza", con il coinvolgimento di solo capitale pubblico (110.500 euro), cui è stata affidata la gestione delle terme. Ne fanno parte il Comune di Premio, che detiene il 56,1% delle quote di partecipazione, la Comunità Montana Antigorio Divedro Formazza con il 19%, la Provincia del Verbano Cusio Ossola con il 5% ed i comuni di Baceno, Crevoladossola, Crodo, Formazza, Montecrestese, Trasquera e Varzo con il 2,9% ciascuno. Gli ambiti di azione dell'offerta si articolano a loro volta in un segmento ludico, con piscine con acqua calda, uno dedicato al benessere, entrambi già attivi, ed uno curistico convenzionato con il SSN, attivato all'inizio del 2010.

Gli impianti e primi risultati di gestione

L'impianto termale, realizzato dal 2001 al 2007 su un'area in declivio tra la piana di fondovalle e la parete rocciosa sub-verticale che borda la destra idrografica del solco del F. Toce, consta di una struttura a tre piani con pianta a L contenente, nell'angolo interno tra i due corpi, una piscina all'aperto con 3 vasche di 700 mq fruibili

anche d'inverno, circondate da una spaziosa area verde/solarium per sdraio e ombrelloni. Di fronte all'ingresso è stato realizzato un parcheggio da 200 posti auto⁴. Al piano terreno sono ubicati il centro benessere e alcuni locali di servizio, mentre al primo piano trovano posto gli uffici amministrativi, la *reception*, gli spogliatoi, la piscina interna con 6 vasche e percorso vascolare per 600 mq, collegata a quella esterna, il bar e un salone convegno della capienza di 200 posti. L'ultimo piano, in parte mansardato, accoglie una palestra e gli spazi che dovranno in futuro ospitare i servizi sanitari e riabilitativi.

Il 1° agosto 2008 il nuovo impianto è stato inaugurato con l'apertura delle sole piscine, che utilizzano acqua termale raffreddata a 35°C. L'ingresso prevede tre tipi di tariffe a tempo, della durata di 2 ore, 4 ore e giornaliera. Un bracciale elettronico in dotazione al cliente registra ai tornelli di accesso le ore di entrata e di uscita effettive e consente di monitorare in tempo reale il numero di persone all'interno dei locali⁵.

L'inaugurazione non è stata preceduta da particolari campagne pubblicitarie, ma grazie sia alla stagione estiva, che vede la maggiore presenza di turisti montani, sia alla novità dell'offerta, fin dal primo giorno si è registrato un elevato numero di ingressi, nettamente superiore alla capienza sostenibile delle vasche, che si è rapidamente moltiplicato con il solo passa parola ed ha determinato problemi di sovraffollamento e di igiene, per cui già l'8 di settembre, in seguito ad analisi sanitarie, l'impianto ha dovuto essere chiuso per interventi di adeguamento agli impianti di depurazione che sono durati fino all'inizio di dicembre. Alla riapertura, per evitare un nuovo sovraffollamento, la direzione ha attuato due interventi volti ad abbassare la soglia della domanda: l'aumento della tariffa di ingresso, troppo bassa rispetto alla qualità dell'impianto termale, e il contingentamento degli ingressi, regolato dal controllo dei bracciali magnetici, ad un massimo di 330 persone contemporaneamente presenti nei locali delle piscine⁶. Ciò crea a volte code d'attesa alla *reception* che occasionalmente possono protrarsi per più di un'ora, ma ha di molto aumentato la fruibilità delle vasche senza suscitare particolari lamentele da parte dei clienti. L'orario d'apertura va dalle 10 alle 19 (20,30 al venerdì), con chiusura settimanale il lunedì, tranne che nel mese di agosto. Le ore di punta estive sono nel primo pomeriggio, mentre d'inverno sono preferite quelle serali.

Dopo il record di ingressi registrato nell'agosto 2008 (circa 26 mila, con una media di 837 al



giorno e picchi di oltre 1.000), con la riapertura di dicembre l'andamento si è stabilizzato su medie giornaliere comprese tra 250 e 350, che hanno subito un nuovo aumento nel luglio 2009 ed un'impennata ad agosto (16.500 presenze, pari a 532 al giorno, Fig. 1)⁷. Se pensiamo che questi risultati sono dovuti al solo comparto ludico dell'offerta e che la fase di espansione iniziale è ancora in corso, il successo delle terme di Premia è stato in parte inatteso e non è stato intuito da affermate società del mercato termale italiano, che solo due anni fa ancora ritenevano finanziariamente troppo rischioso l'esercizio dell'impianto: oggi l'impresa, sul cui bilancio graverà per qualche tempo l'ammortamento delle spese d'arredo, appare avviata ad un futuro di forte sviluppo.

Il 3 agosto 2009 è stato aperto il centro benessere da 120 posti/giorno che offre un'ampia gamma di trattamenti⁸ suddivisi in un'area secca ed una umida; personale specializzato assiste la clientela ed eroga su richiesta trattamenti estetici di base, al viso e al corpo, massaggi e trattamenti olistici con l'impiego di oli ed essenze aromatiche⁹. Benché sia prematuro trarre un bilancio dell'attività, nei primi quattro mesi di apertura si sono registrati 2.370 ingressi, con una media complessiva di 24 al giorno, tendenti all'aumento e concentrati maggiormente nei

fine settimana (a regime, dopo i primi mesi di avviamento, si punterà ad una media nei giorni di punta tra 80 e 100 ingressi). Il prodotto lordo di ogni ingresso è di circa 40 euro; ogni cliente effettua in genere 1-2 trattamenti e le preferenze vanno al percorso benessere e talassoterapico, al bagno turco, ai trattamenti estetici, massoterapici ed olistici.

Il profilo del cliente termale e i motivi del successo delle Terme di Premia

Per spiegare il successo della struttura occorre considerarne i motivi di attrazione separatamente dal contesto turistico dell'area circostante. Per la maggior parte dei clienti, infatti, le terme rappresentano la motivazione principale del viaggio, eventualmente associata ad altre attrattive locali (l'escursione in montagna o le piste da sci) su un raggio d'azione di 150-200 km¹⁰. Non esistono statistiche ufficiali, ma la Direzione delle Terme indica che il 50% della clientela proviene dalle aree urbane di Milano, Como, Varese e Novara, il 20-25% da quelle rivierasche dei laghi Maggiore e d'Orta, il 15-20% dall'Ossola, il 5% dalla Val Vigizzo e dal Canton Ticino, mentre solo il 5% è costituito da clienti di passaggio di diversa origine; molto scarsi sono gli stranieri.

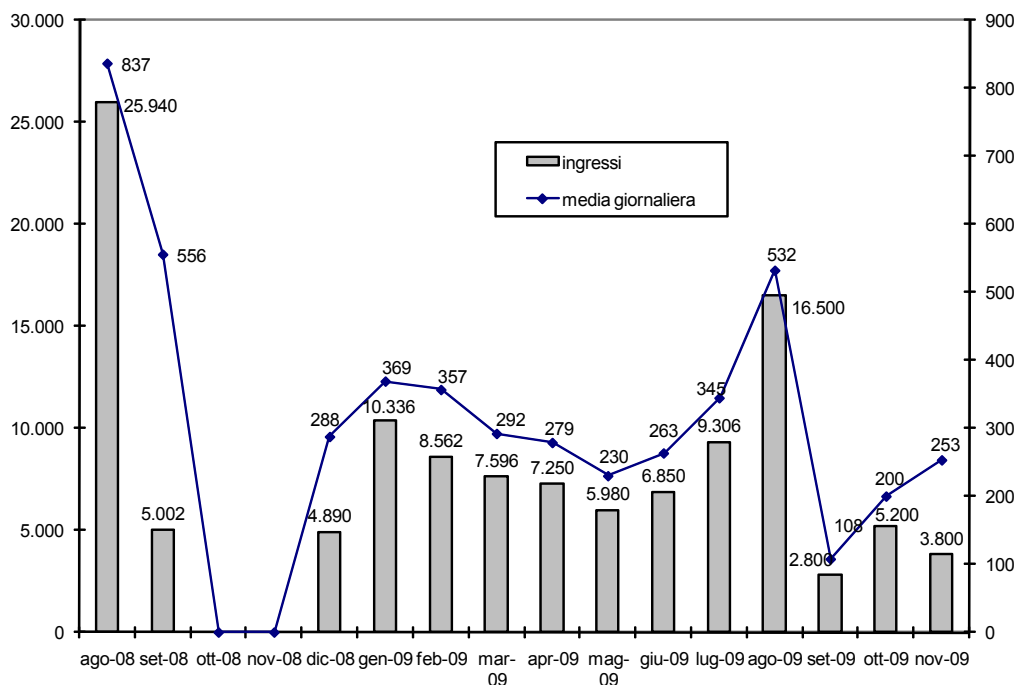


Fig. 1. Ingressi totali mensili e media giornaliera per mese alle piscine delle Terme di Premia dal 1° agosto 2008 al 30 novembre 2009. Gli impianti sono rimasti chiusi dal 10 settembre all'8 dicembre 2008 e dall'1° al 15 novembre 2009.



Nella bassa stagione l'offerta si rivolge soprattutto alla popolazione ossolana, con corsi di nuoto e acquaticità rivolti ad anziani e scolaresche. A tale scopo, da settembre a giugno le piscine sono servite da un servizio bus navetta da Domodossola a prezzo agevolato.

Frequentano le piscine tutte le fasce d'età, da 3 a 80 anni, con una media tra 40 e 60; numerose sono le famiglie con bambini. Nel centro benessere l'età è invece in maggioranza compresa tra 20 e 40 anni. Si tratta in genere di escursionisti giornalieri, disposti ad affrontare costi e tempi di un viaggio abbastanza lungo (Milano dista 150 km e almeno due ore di viaggio in autovettura). I maggiori motivi di gradimento sono, oltre all'acqua ipertermale, la pulizia, il decoro della struttura, il gradevole ambiente naturale¹¹. Le terme generano quindi ben pochi pernottamenti, non soltanto a causa della limitata dotazione ricettiva dei comuni della valle¹², ma anche la risorsa termale al momento è ancora poco integrata con altre forme di turismo (culturale, sportivo, enogastronomico) presenti in provincia. Ampi sarebbero quindi i margini di ulteriore sviluppo se opportune iniziative integrassero le terme con soggiorni di altro tipo, soprattutto climatico, sportivo e congressuale. Tra quelle ipotizzate vi è la proposta di stipulare convenzioni con le nazionali di sci di fondo di paesi nordici per attirarle ad allenarsi nel comprensorio di Riale (comune di Formazza), legando al pacchetto di offerta anche le prestazioni dell'impianto termale (piscina e palestre) in un periodo di bassa stagione. Gioca tuttavia contro l'iniziativa la carenza in valle di locali per l'intrattenimento serale e la scarsa propensione degli albergatori ad offrire promozioni a tariffe agevolate.

L'integrazione con il turismo congressuale, che ha il suo baricentro tra Verbania e Stresa, sulle rive del Lago Maggiore, trova la scarsa collaborazione degli albergatori rivieraschi, che nelle proprie strutture a 4 e 5 stelle già dispongono di centri benessere. Più fattibile appare il coinvolgimento degli alberghi minori, dove una clientela climatico-culturale più anziana, che soggiorna per almeno 7 giorni, potrebbe essere interessata ad escursioni alle terme. I grandi campeggi rivieraschi, che attuano una sorta di "segregazione" dell'ospite straniero, fornendo al proprio interno tutto ciò di cui ha bisogno, soprattutto balneazione e animazione, sono infine un bacino di mercato di difficile conquista. La forma di integrazione al momento più percorribile ed interessante per il potenziale volume di affari è con il turismo stanziale (villeggiatu-

ra) in affitto e in seconde case, del quale non sono disponibili dati statistici, ma per il quale si stimano non meno di 6-700 mila presenze all'anno (Lucarno, 2006, 177). Per questi turisti la piscina e il centro benessere termale potrebbero infatti rappresentare, nell'ambito del periodo di soggiorno, una forma di intrattenimento alternativo, occasionale, ma in grado di generare un elevato volume d'affari¹³.

I progetti in corso

Nella prospettiva di un ampliamento della domanda, sono in corso progetti per il completamento dell'offerta del centro termale, che dal 2010 erogherà prestazioni sanitarie estese al percorso vascolare ed alla fisio, masso e fangoterapia. L'attuale terrazza-solarium sarà coperta nella stagione invernale e dotata di giochi d'acqua, mentre sarà ingrandito il comparto della struttura legato al benessere. Sotto la parete di roccia che incombe sulle terme è in progetto la realizzazione di un ecomuseo all'aperto della pietra locale, finalizzato non solo alla conservazione della cultura legata alla tradizionale attività lapidea ossolana, ma anche alla promozione commerciale della pregiata pietra da costruzione. Nel bosco limitrofo sarà attrezzato un sentiero per *jogging* (percorso benessere); sulla piana sottostante il parcheggio è previsto il recupero architettonico di alcuni edifici rurali abbandonati (stalle, ex abitazioni) da destinare a funzioni commerciali (negozi di prodotti cosmetici, per il benessere, di prodotti alimentari locali, un ufficio di promozione turistica, uno sportello *bancomat*); infine è stato proposto, nelle stesse vicinanze, un museo all'aperto costituito dalla ricostruzione di un piccolo villaggio in stile architettonico *walser*, simile a quelli ancora esistenti nella aree di alta montagna interessate dalla passata colonizzazione di questo gruppo etnico originario dal Vallese. Già il progetto iniziale delle terme prevedeva infine la costruzione (già approvata dal piano regolatore) di un albergo di 60-80 camere, strategico per attivare flussi curistici stanziali e per sostenere una futura offerta congressuale (soprattutto *workshop* medici) da tenersi nel salone dell'edificio termale. Si tratta comunque di progetti che non potendo essere finanziati dal Polo Termale, rimangono al momento solo proposte. In particolare, la realizzazione dell'albergo e dell'ecomuseo rimarrebbero a carico del Comune di Premia che, dopo il poderoso sforzo per la realizzazione delle terme, è al momento privo di ulteriori risorse.

Conclusioni

Smentendo le più pessimistiche previsioni, nonostante la limitata azione promozionale, le terme di Premia si sono rivelate un'attrattiva trainante dell'escursionismo in Val d'Ossola, in grado di autosostenersi finanziariamente e di incrementare il volume d'affari. Punti di forza sono la novità dell'offerta e la funzionalità di impianti moderni ed accoglienti che sembrano in grado di compensare la perifericità della valle, non direttamente posta su itinerari di transito regionali o internazionali.

Modesta è al momento la capacità di generare pernottamenti a causa della scarsa integrazione con i flussi già esistenti nei diversi comprensori della provincia: d'altro lato le locali strutture ricettive e pararicettive hanno una capacità limitata, inadeguata a sostenere un eventuale sviluppo della domanda, e qualitativamente poco adeguata alla clientela che ruota attorno alle terme (a Premia vi sono solo 2 ristoranti e 4 alberghi con 512 posti letto ed ancor più modesta è la capacità extralberghiera).

I percorsi di integrazione con le altre attrattive dovrebbero inoltre comprendere non solo i bacini lacustri, che poco interesse hanno a collegarsi con un impianto distante circa 70 km, ma anche le risorse locali, di tipo naturalistico (parchi naturali, alta montagna, ghiacciai, orridi, cascate), culturale (architettura *walser*, edifici religiosi d'epoca, musei, eventi laici e religiosi), sportivo (sport invernali) ed enogastronomico (prodotti tipici). Il maggiore punto di debolezza è il fatto che le terme si inseriscono in un'area turisticamente molto più fragile della frequentata riviera del Verbano, in cui il turismo da qualche anno ha un andamento altalenante e tendente nel complesso alla stagnazione, per cui necessiterebbe di investimenti in iniziative di rilancio e promozione.

Oggi il turismo termale determina solo l'1% dei pernottamenti totali della provincia¹⁴ e un suo rilancio dipende da azioni promozionali che non possono essere sostenute dalla singola impresa. In questo quadro si inserisce l'attuale situazione di stallo del Polo Termale, mai divenuto realmente operante, in quanto la Regione Piemonte non ha più fornito la copertura finanziaria prevista dalla legge, pregiudicando la realizzazione di eventuali iniziative.

Dalla realizzazione dei progetti sopraesposti e delle proposte di integrazione con altre forme di turismo dipenderà il futuro consolidamento e sviluppo delle attività delle Terme di Premia che al momento appaiono autosufficienti, ma dovranno

rivolgersi anche a nuovi bacini di mercato. In un contesto integrato le terme, già motivo di attrazione complementare ad alcune forme di turismo montano, potranno assumere un ruolo di traino per altre attività che attualmente attraversano un momento di stagnazione e determinare il rilancio dell'intero sistema turistico locale ossolano.

Bibliografia

- Castiglioni G.B., *Studio geologico e morfologico del territorio di Baceno e Premia (Valdossola, Alpi Lepontine)*, Mem. Ist. Geol. Mineral. Università di Padova, 1958.
- Del Boca A., *L'oro della Valle Antigorio*, Bari, Laterza, 1994.
- De Maurizi G., *L'Ossola e le sue Valli*, Domodossola, Grossi, 1977.
- Lucarno G., *Territorio, risorse e dinamiche turistiche nel Verbano-Cusio-Ossola*, Genova, Brigati, 2006.
- Lucarno G., *Risorse termali nel Verbano-Cusio-Ossola: passato, presente e prospettive di sviluppo*, in "Geotema", n. 28 (2006), Bologna, Pàtron, 2008, pp. 53-60.
- Lucarno G., Onorato G., *Il turismo termale nel VCO: evoluzione nel tempo e prospettive attuali di sviluppo*, estratto da "Oscellana - Rivista Illustrata della Val d'Ossola", Domodossola, 2005.
- Negri B., Mosello R., *Le acque termali ossolane*, in "Oscellana. Rivista Illustrata della Val d'Ossola", Domodossola, XIV (1989), n. 2, pp. 97-101.
- Onorato G., *Le acque sorgive della valle Antigorio. Passato e futuro dello sfruttamento termale*, in "Chiare, fresche e dolci acque - Le sorgenti nell'esperienza odepiorica e nella storia del territorio", Atti del Convegno di studi di San Gemini, 18-20 ottobre 2000, Genova, Brigati, 2001, pp. 655-675.

Note

¹ Secondo le analisi compiute dall'USSL 51 di Novara e dalle Università di Pavia e di Torino, per l'elevato residuo fisso e la presenza di metalli pesanti (1.410 mg/l a 180°) l'acqua non è indicata nelle cure idropiniche. Si riportano di seguito le principali caratteristiche fisico-chimiche dell'acqua (fonte: Direzione Terme di Premia S.r.l.):

Alcalinità totale (in ml/l di HCl N/10)	7,0	Piombo	< 0,002	Bario	0,025
Durezza totale in gradi francesi	77,2	Cadmio	< 0,002	Borati (H ₂ BO ₃)	0,450
CO ₂ libera disciolta (mg/l)	0,002	Cromo	< 0,002	Mercurio	< 0,001
Ferro	0,190	Nichel	< 0,005	Selenio	< 0,01
Rame	< 0,002	Manganese	< 0,005	Ioduri	< 0,10
Zinco	0,002	Arsenico	< 0,010	Bromuri	< 0,10
Alluminio	0,007	Litio	0,018		

² I decreti del Ministero della Sanità n. 3037 e 3038 del 18 maggio 1998 ne hanno autorizzato l'utilizzo terapeutico. Date le sue proprietà reidratanti, l'acqua è indicata anche nella cura delle ustioni e nei processi di cicatrizzazione, contrastando l'invecchiamento della pelle, mentre per la cura delle patologie respiratorie può essere paragonata a quella di Tabiano.

³ Cfr. DPGR n. 80 del 18 marzo 1999 della Regione Piemonte.

⁴ Per le caratteristiche dell'impianto la fonte è la Direzione delle Terme di Premia S.r.l., 2009.

⁵ Lo stesso bracciale può essere caricato con un credito utilizzabile per i servizi interni, come il bar, consentendo così di non portare denaro contante nelle piscine. Sebbene la tariffa base sia stata raddoppiata (da 6 a 12 euro per due ore) non è



da sottovalutare che essa comprende il parcheggio e l'uso di sdraio e ombrelloni.

⁶ Ridotte a 180 nella stagione invernale, limite massimo stabilito dalle ASL di Domodossola ed Omegna.

⁷ In 10 mesi di apertura si sono registrati in totale 111 mila ingressi.

⁸ Si tratta di bagni alle erbe e al fieno, bagno vapore – *calidarium*, sauna romana – *laconicum*, sauna finlandese, biosauna – cromoterapia, docce emozionali profumate, pioggia tropicale, fontana di ghiaccio, cascata cervicale, sala relax con servizio di tisane reidratanti alle erbe.

⁹ Sono circa 25 i trattamenti offerti in una ancor più ampia scelta di varianti a seconda delle essenze utilizzate e dei punti del corpo cui vengono applicati.

¹⁰ Premia è l'unico impianto ipertermale dell'area padana e alpina nord-occidentale, in quanto i *competitors* più vicini sono Acqui Terme e, nel Vallese, Leukerbad.

¹¹ Elementi paesaggistici di rilievo sono la cascata che precipita dalla parete rocciosa adiacente al comprensorio, a poche decine di metri dalla piscina all'aperto, e il bosco circostante.

¹² Il comune di Premia e quelli limitrofi di Formazza, Baceno e Crodo dispongono di 21 strutture alberghiere e 39 extralberghiere, per complessivi 2.089 posti-letto. Si tratta tuttavia

di strutture di livello medio-basso (pochi sono gli alberghi a 3 stelle, quasi tutti ubicati a Crodo), soggette a lunghi fermi stagionali. Nel 2008 si sono nel complesso registrati 18.444 arrivi e 59.013 presenze (permanenza media 3,2), in aumento del 23,9% rispetto al 2007 (elaborazione dati forniti dall'Assessorato al Turismo della Provincia del VCO, 2009). L'incremento ha interessato solo il comune di Crodo, che ha una dotazione di posti letto nettamente superiore alle altre località, mentre a Premia, dove le strutture ricettive sono limitate, l'aumento è stato irrilevante. L'incremento delle presenze, dove si è verificato, ha comunque interessato tutti i mesi dell'anno e non solo quelli di apertura delle terme. In mancanza di statistiche ufficiali e in base alle stime degli albergatori locali i clienti delle terme che pernottano in valle costituiscono un'esigua percentuale dell'intero movimento turistico.

¹³ Un altro potenziale bacino di mercato potrebbe essere il turismo sociale, rappresentato dagli anziani dei centri urbani della pianura, che, in seguito a convenzioni con i comuni e le ASL, potrebbero essere portati alle terme con escursioni giornaliere.

¹⁴ Elaborazione da fonti statistiche dell'Assessorato Provinciale al Turismo e stime degli Uffici di promozione turistica di Bognanco e Crodo, 2005.

