

Do you want your PRESSToday?

La Repubblica (ed. Firenze) <i>"Vendere acqua e salute ai cinesi la scommessa di Chianciano"</i>	Data: 15/04/2019
Indietro	Stampa

la Repubblica

la Repubblica ed. Firenze
 sezione: ECONOMIA data: 15/4/2019 - pag: 1

L Terme

Vendere acqua e salute ai cinesi la scommessa di Chianciano

Maurizio Bogni

L'economia delle cure idropiniche è in crisi, solo 80 dei 240 alberghi sono rimasti, la Regione vuole uscire dalla società di gestione. Che però rilancia Chianciano (Siena) è una comunità che per decenni si è identificata con le proprie **terme**. Settemila abitanti. Che d'estate diventavano decine di migliaia, con gli ospiti che venivano qui a " passare le acque" salvifiche per il fegato. La mutua " passava" le cure idropiniche, un incentivo forte. E il paese si affollava, scoppiava di vita. Poi la casse pubbliche hanno chiuso la borsa, il modello delle terapie idropiniche è saltato. Le presenze annuali sono crollate da 2 milioni a 300mila. Dei 240 alberghi di 30 anni fa, ne sono sopravvissuti 80. I bei parchi della città non brulicano più di gente. La società di gestione delle **terme** vive da anni sull'orlo del default: gli azionisti forti, diretti o tramite la **Terme** di Chianciano Immobiliare spa, sono il Comune ma soprattutto la Regione Toscana, che ha messo in liquidazione la propria quota, e il gruppo Mps, a cui crisi e nuove regole bancarie europee suggerirebbero di dismettere una partecipazione non strategica. « Ma chi si compra una società con 6,1 milioni di fatturato e 100 dipendenti tutti indispensabili? » , si domanda senza infingimenti Fabio Cassi, uomo di finanza, presidente della società di gestione che da cinque anni si batte per salvare le **terme**. «L'unica strada è provare a risanare - dice Cassi - per rendere le **terme** appetibili. Altro non si può fare. E ora, dopo mostruose fatiche fatte col direttore generale Mauro delle Lena, pensiamo di essere sulla giusta via».

L'ultima stilla di fiducia viene dall'accordo con cui la società **Terme** di Chianciano ha ristrutturato il debito di 5,3 milioni di euro che ha con Banca Mps e Cras. « Abbiamo riscadenzato il debito con le banche, allungato i tempi di rientro, senza chiedere sacrifici ai fornitori » , dice Cassi. L'accordo di ristrutturazione del debito, che libera risorse da investire in nuove iniziative, nel 4.0 e nel marketing, è solo il tassello finale di una manovra di riorganizzazione dei conti e dell'offerta turistica. Sul fronte dei conti, razionalizzando e bloccando il turn over dei dipendenti andati in pensione, la società è riuscita a salvare tutti i 100 addetti e a riportare in terreno positivo l'Ebitda (250mila euro), mentre la redditività netta continua ad accusare un rosso che quest'anno sarà tra i 500mila e i 400mila a causa di ammortamenti annuali che incidono per 700mila euro. Lo sforzo maggiore è stato però sviluppato per rinnovare l'offerta.

Fondamentale la creazione ex novo delle **terme** sensoriali, un percorso di benessere tra piscine e trattamenti, "20 meraviglie" come il melmarium, il calidarium, la camminata nel fiume, che si possono affrontare liberamente o scegliendo uno dei 4 percorsi studiati da naturopati (la struttura si fregia della direzione scientifica del nutrizionista Nicola Sorrentino). E poi la partnership con University of Pittsburgh Medical Center

(Upmc Italy), il gigante non profit americano che è entrato nella società di gestione delle **terme** con una piccola quota (poco più del 6%) e che, soprattutto, ha impiantato nel comune senese, in collaborazione con Asl e Comune, l'Istituto for health Chianciano **Terme**, che ha ricevuto recentemente un premio internazionale. «Si tratta di un centro integrato di medicina preventiva - spiegano da Upmc - con una palestra medica per la riabilitazione cardiologica, in convenzione con il servizio sanitario nazionale, che punta sull'esercizio fisico e sul cambiamento dello stile di vita per prevenire malattie cardiovascolari, diabete e sindrome metabolica

» . Le **terme** hanno insomma sterzato con decisione verso il *rémise en forme* e la prevenzione rispetto alla cura. « Oggi - spiega Cassi su sei milioni di fatturato delle **Terme**, meno di un milione viene dalle cure idropiniche, mentre il resto dalle attività vocate a benessere, salute, sport e alimentazione. È su questo che spingeremo per crescere ».

Si guarda soprattutto all'internazionalizzazione. «Vogliamo vendere ai cinesi l'Acqua Santa delle **Terme**, che recentemente è stata premiata per le sue qualità curative » , dice Cassi. Non è una battuta. Acqua Santa, storicamente imbottigliata in vetro, è venduta oggi a Chianciano e sul canale online, ma ha straordinarie potenzialità (sgorga da una sorgente ricca). « Siamo in trattative per distribuirla in Cina, in Europa, in

particolare in Francia, e in parte degli Stati Uniti - spiega il presidente della società di gestione. Così come stiamo lavorando per portare all'estero altri prodotti, dai cosmetici ai sali per la digestione ricavati dall'acqua. Pensiamo che così possa crearsi una sinergia virtuosa: raggiungendo all'estero tante persone possiamo stimolarle a venire alle **Terme**, nel cuore di una zona bellissima della Toscana, e viceversa chi viene qui e ne trae beneficio vorrà bere la nostra acqua anche a casa. L'obiettivo minimo del business plan, 1- 2 milioni di fatturato in più che, diventerebbero utile. Assicurerrebbero un futuro alle **terme**. E le renderebbero appetibili».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

È il più importante investimento di Chianciano degli ultimi anni declinato su un'offerta che riconverte i servizi sul benessere, lo sport, il salutismo

