

PRESSToday

Do you want your PRESSToday?

Nazione, La (Siena) "Rilancio, le Terme puntano sui medici"	Data: 12/10/2010
Indietro	Stampa

VALDICHIANA pag. 13

Rilancio, le Terme puntano sui medici

Corsi di formazione per spiegare i vantaggi della cura idropinica
 CHIANCIANO

di MASSIMO MONTEBOVE «UNA RICETTA risolutiva per il rilancio dell'idropinica non esiste. Io credo che ci siano più azioni da mettere in campo. La prima, sulla quale stiamo già lavorando, è di carattere scientifico: la medicina ufficiale deve garantire e testare che questo tipo di cure fa bene. In materia, purtroppo, non c'è molta letteratura scientifica». Sirio Bussolotti, presidente delle **Terme** di Chianciano, ragiona sulle soluzioni concrete da adottare per il rilancio delle cure **termali**. Da quando si trova al vertice della struttura, gli investimenti non sono mancati, soprattutto per diversificare la cosiddetta "offerta benessere", ma resta il problema delle presenze: alla fine degli anni Settanta erano circa un milione e seicentomila i frequentatori della cittadina, oggi la cifra è scesa a trecentoquarantamila. Un crollo che è iniziato già negli anni ottanta. «Con il progetto Fraioli inoltre spiega Bussolotti che impegna anche l'Università La Sapienza di Roma, abbiamo iniziato a promuovere corsi di specializzazione in medicina **termale** e ultimamente sono stati coinvolti circa 600 medici del Lazio. Lo scopo è quello di far conoscere la validità delle cure idropiniche, anche perché purtroppo negli atenei non si studia più da anni idrologia medica». Ad ogni buon conto, sostiene il presidente delle **terme**, «l'idropinica da sola non basta, bisogna diversificare l'offerta, noi su questo stiamo già lavorando e i buoni risultati raggiunti con le **terme** sensoriali, la fangoterapia, l'attività inalatoria ci confortano. Dobbiamo continuare a lavorare». Del resto, i dati confermano che gli accessi al Salone sensoriale sono cresciuti quest'anno del 2,5 per cento e quelli alle fangoterapie del 2 per cento, a fronte di una discesa di circa il 10,5 per cento dell'idropinica: un decremento di 2.000 visitatori ogni anno dal 2004 ad oggi. E investire sulla vendita delle acque in bottiglia? «Si tratta di una scelta da meditare con attenzione spiega Bussolotti perché io ritengo che la vendita debba restare un settore aggiuntivo, non primario. Se vendessimo la nostra acqua solo in bottiglia, rischieremmo di far passare l'idea che non serva venire a Chianciano ed esperienze negative come quella di Fiuggi sono da monito. L'acqua in bottiglia deve servire come invito a continuare la cura a domicilio, come elemento di prosecuzione della cura, non sostitutivo.»