

# LA CARTA DELLA COMUNICAZIONE TERMALE

*di Aldo Li Castri*

*Federterme*

a.licastri@federterme.it

---

La Carta è il frutto di una riflessione condivisa di imprenditori, medici e ricercatori termali, docenti universitari e storici del turismo e del termalismo, operatori del settore e del mondo della comunicazione, giornalisti specializzati, rappresentanti delle istituzioni locali, regionali e nazionali, parlamentari «Amici del termalismo» attenti a fornire risposte appropriate e trasparenti alle esigenze dei potenziali fruitori dei servizi termali, erogati da imprese/stabilimenti termali dotati di acqua termale e delle concessioni/autorizzazioni previste dalle leggi vigenti.

I partecipanti al Convegno hanno discusso sullo stato dell'arte delle terme in Italia e sul ruolo svolto per la salute, il benessere e il turismo termale e sul progresso scientifico e tecnologico che suggerisce continui aggiornamenti anche per il mondo delle terme. È quindi necessario un rinnovato e maggior impegno per migliorare l'informazione, la comunicazione e la promozione delle terme e dei loro servizi terapeutici e di benessere, utilizzando i nuovi media digitali, secondo le loro specificità.

Il dibattito ha messo in luce alcune specificità del sistema termale che possono condizionare l'esito di iniziative di comunicazione finalizzate, così descritte dalla Carta della Comunicazione Termale (CCT):

- Il sistema delle cure e del benessere termale rappresenta un patrimonio naturale millenario e della cultura scientifica ed economico sociale del Paese, da valorizzare per la sua identità unitaria.
- Occorre contrastare con fermezza gli abusi di denominazione e la promozione di servizi che, pur essendone consapevolmente privi, si

ammantano impropriamente di caratteristiche termali che possono ingenerare confusione nelle persone e/o veri e propri comportamenti scorretti o ingannevoli.

- Il sistema normativo della legge di riassetto del settore (L. 323/2000) ha fornito elementi di certezza per la realizzazione del sistema di welfare sanitario termale delle persone, favorendo la collaborazione pubblico-privato per il perseguimento degli obiettivi della legge e, dopo dieci anni, va aggiornato per tener conto delle mutate condizioni di contesto e delle risultanze del progresso scientifico e tecnologico.
- Si conferma la validità del modello di welfare termale nell'ambito delle attuali politiche sanitarie nazionali, basate su una lunga tradizione e sulla ricerca scientifica termale e una proficua interazione tra pubblico-privato (Imprese, Stato, Regioni).
- Il continuo aggiornamento della comunicazione delle terme (per il pubblico e per i medici), tenendo conto delle potenzialità dei nuovi media e della maggiore sensibilità delle persone per la fruizione di cure di tipo olistico-naturale.
- Il riconoscimento e il sostegno del valore della ricerca scientifica per la validazione dell'efficacia terapeutica delle cure termali.
- Il riconoscimento della centralità di una qualificata formazione, a tutti i livelli professionali.
- L'impegno di Federterme attraverso la FORST (Fondazione per la Ricerca Scientifica Termale) per il riconoscimento e il sostegno del valore della ricerca scientifica per la validazione dell'efficacia terapeutica delle cure termali.
- L'informazione, la comunicazione, la pubblicità, il feedback dei frequentatori devono essere coerenti con le specificità del termalismo.
- Il sostegno della promozione della cultura di impresa.
- Il riconoscimento del ruolo insostituibile dei diversi media, in un'ottica di loro utilizzazione integrata, per la diffusione della cultura di una corretta pratica termale e del suo immaginario.
- La valorizzazione integrata della risorsa naturale termale con le altre risorse del territorio.
- Far conoscere le diversità e le specificità delle singole acque termali e delle loro proprietà curative scientificamente provate.

- Favorire un dialogo permanente tra il mondo della ricerca e dell'impresa con i comunicatori ed i media.
- Assicurare appropriate risorse alla comunicazione termale.

#### PRINCIPI E LINEE GUIDA PER UNA MIGLIORE INFORMAZIONE E COMUNICAZIONE DELLE E PER LE TERME

Ciò premesso, è stata condivisa l'esigenza di indicare i seguenti principi / linee guida di comportamento volontario, rivolti a migliorare la comunicazione delle terme:

- Finalizzare la comunicazione all'esigenza di migliorare l'informazione completa delle persone.
- Ribadire la centralità e la valorizzazione del valore medico-scientifico dei trattamenti termali.
- Fornire ai media informazioni corrette, complete e appropriate che tengano conto delle specificità degli strumenti e delle forme comunicative.
- Prevedere iniziative formative atte a favorire un dialogo permanente di aggiornamento tra i mondi della ricerca scientifica, dell'impresa e della comunicazione.
- Prevedere, all'interno dei percorsi formativi per i medici termali, moduli di aggiornamento sulle nuove tecnologie dell'informazione.
- Promuovere iniziative di comunicazione delle valenze dell'offerta termale italiana appropriate alle dimensioni prevalenti e alle specificità organizzative del tessuto imprenditoriale termale del Paese.

#### RIASSUNTO

*La Carta della Comunicazione termale (CCT) intende fornire linee-guida volontarie per una corretta informazione dei pazienti e/o clienti delle terme, dei medici e pediatri di famiglia, degli Amministratori locali, interessati allo sviluppo delle terme per una loro valorizzazione integrata, sui servizi disponibili alle terme (considerate sia come*

*patrimonio naturale sia come strutture sanitarie e risorse per il benessere e il turismo termale dei territori) utilizzando in maniera appropriata i nuovi media della comunicazione digitale. Il documento – che rappresenta una novità assoluta per il mondo delle terme – è stato redatto durante i lavori del Convegno «Comunicare le thermae Media, Scienza e Società per una corretta e responsabile informazione» (Riolo Terme, 22-23 ottobre 2011), promosso dalla Scuola di Specializzazione in Medicina Termale dell'Università di Milano, in collaborazione con le Terme di Riolo, Il Servizio Sanitario Regionale dell'Emilia Romagna, il Circuito Termale-COTER, Thermae Campus, FEMTEC, con il patrocinio della Federterme.*

*Parole chiave:* salute e benessere, terme, turismo termale.

*Per info:*

<http://www.naturmed.unimi.it>

<http://www.federterme.it>

e-mail: [segreteria@federterme.it](mailto:segreteria@federterme.it)