



# *TURISMO e Psicologia*

Rivista interdisciplinare di studi, ricerche e formazione

## **IL TURISMO TERMALE: UN'ESPERIENZA PROFESSIONALE**

*Francesca Andronico*

Psicologa/Psicoterapeuta – Formatrice - Master HR Management  
Membro Rete Professionale Orientamento e Sviluppo di Carriera OPL  
Consigliera CIG ENPAP - Consulente Avviamento Professionale CAMPI  
Membro dell'A.R.I.P.T. FoR.P. (Associazione Ricerche Interdisciplinari Psicologia del Turismo-Formazione,  
Ricerca, Progettualità)

### **Contatto dell'autore**

c/o CENTROPsicHEBALDUINA Via Alberto Cadlolo 24, 00136 Roma  
dr.andronicof@gmail.com



**PADOVA UNIVERSITY PRESS**

## IL TURISMO TERMALE: UN'ESPERIENZA PROFESSIONALE COME PSICOLOGA DEL TURISMO

### RIASSUNTO:

Il potere taumaturgico dell'acqua, come elemento di benessere e come elemento primigenio ad alto valore simbolico, è riconosciuto sin dalla civiltà preromane, in tutto il mondo. Tuttavia è con l'Impero Romano che le Terme assumono, oltre ad un valore curativo, anche uno sociale, a partire da allora nella storia del termalismo come offerta turistica possiamo distinguere sei cicli distinti di tipologia di prodotto termale Italiano (Capasso e Migliaccio, 2010); l'ultima fase, che è quella moderna, il turismo termale, integra gli aspetti dei cicli precedenti e diviene un prodotto turistico che punta al miglioramento della *qualità della vita* totale (Andronico, 2020 b), per tale motivo i pacchetti turistici prevedono l'affinamento del turismo termale classico, anche a scopo terapeutico, con altre forme di turismo sensoriale (turismo enogastronomico, turismo di prossimità). Lo scopo è quello di fornire agli ospiti un'esperienza completa che impatti su tutti gli aspetti della vita, quello della salute, del movimento, dell'alimentazione, del viaggio, delle attività ludico ricreative in un'ottica integrata ove la qualità della vita è la somma del benessere personale con quello collettivo (Becheri, Quirino, 2012). A partire da questa concezione del turismo termale attuale, viene esposta un'esperienza professionale come *Psicologa del Turismo* in una struttura ricettiva l'**Hotel Mioni Royal San** di Montegrotto Terme Padova, che offre ai gruppi di ospiti target, persone appartenenti alla fascia della terza età provenienti da alcuni centri anziani del Nord Italia, un pacchetto turistico che integra tutte le caratteristiche sopramenzionate. L'esperienza professionale è stata esposta attraverso il Modello Organizzativo Gestionale della Struttura, le principali attività poste in essere per la tipologia di target di ospiti, le criticità e dei punti di forza dell'esperienza stessa. Alla luce di quanto emerso, il Mioni Royal San ha costruito **pacchetti turistici ad hoc per una determinata tipologia di ospiti** (Pencarelli, Dini, 2020) in **quanto l'impatto della vacanza offerta inevitabilmente ha delle conseguenze sulle scelte future degli ospiti, in termini di rinnovo della scelta della tipologia di vacanza** (Kippendorf J., 2013). Per tale motivo è **importante raccogliere e saper leggere i feedback** non solo **degli ospiti** ma anche **degli operatori della struttura**, in quanto per favorire il buon andamento della vacanza è necessario, non solo ascoltare ed andare incontro alle esigenze degli ospiti, ma anche dei propri dipendenti (Castoldi, 2006 a).

*Parole chiave:* Turismo Termale, Psicologia del Turismo, Esperienza Professionale, Psicologia del Lavoro e delle Organizzazioni, Turismo Terza Età

## THERMAL TOURISM: A PROFESSIONAL EXPERIENCE AS A TOURISM PSYCHOLOGIST

### ABSTRACT:

The thaumaturgical power of water, as an element of well-being and as a primordial element with a high symbolic value, has been recognized since pre-Roman civilization, all over the world. However, it is with the Roman Empire that the Baths assume, in addition to a curative value, also a social one, since then in the history of thermalism as a tourist offer we can distinguish six distinct cycles of type of Italian thermal product (Capasso and Migliaccio, 2010); the last phase, which is the modern one, thermal tourism, integrates the aspects of the previous cycles and becomes a tourism product that aims to improve the quality of total life (Andronico, 2020 b), for this reason the tourist packages provide for the refinement of classic thermal tourism, also for therapeutic purposes, with other forms of sensory tourism (food and wine tourism, proximity tourism). The aim is to provide guests with a complete experience that impacts on all aspects of life, that of health, movement, nutrition, travel, recreational activities in an integrated perspective where the quality of life is the sum of personal well-being with collective well-being (Becheri, Quirino, 2012).

Starting from this conception of current spa tourism, a professional experience as a Tourism Psychologist is exhibited in an accommodation facility, the Hotel Mioni Royal Montegrotto Terme Padova San which offers to the target groups of guests, people belonging to the third age group from some senior centers in Northern Italy, a tourist package that integrates all the above-mentioned characteristics. The professional experience was presented through the Organizational Management Model of the Structure the main activities carried out for the type of target guests, the critical issues and strengths of the experience itself. In light of what emerged, Mioni Royal San has built ad hoc tourist packages for a specific type of guest (Pencarelli, Dini, 2020) as the impact of the holiday offered inevitably has consequences on the guests' future choices, in terms of renewal of the choice of the type of holiday (Kippendorf J., 2013). For this reason it is important to collect and know how to read the feedback not only from the guests but also from the operators of the structure, since to encourage the good progress of the holiday it is necessary, not just listen and meet the needs of guests, but also of their employees (Castoldi, 2006 a).

*Keywords:* Thermal Tourism, Psychology of Tourism, Professional Experience, Psychology of Work and Organizations,

### **Ringraziamenti:**

La realizzazione del presente articolo, è stata consentita grazie alla disponibilità ed alla professionalità del Dott. Giampaolo Santoianni proprietario del SG Group, un ringraziamento sentito anche alla Direttrice Michela Meneghetti, la ViceDirettrice Lucia ed a tutti i Responsabili dei diversi reparti, a tutto lo Staff che mi ha accolto non come una semplice collaboratrice e consulente esterna ma come un membro effettivo della “famiglia professionale” dell’Hotel Mioni Royal San, che è stato la mia abitazione per 2 mesi. Il presente ringraziamento non è solo dovuto ma soprattutto sentito.

*“...Ciascuno [nelle terme] poteva raggiungere la beatitudine nel modo a lui più confacente. Fare il bagno e la sauna, giocare a palla, curarsi il corpo, mangiare e bere, chiacchierare con gli altri frequentatori delle terme, ascoltare i discorsi, leggere nella biblioteca delle terme, apprezzarne i tesori artistici, mettersi d'accordo per la cena o per un banchetto, o semplicemente girellare per osservare il colorato andirivieni degli altri...”*

Karl-Wilhelm Weeber (1998), *“Vita quotidiana nell’Antica Roma”*



**Hotel Mioni Royal San Montegrotto Terme Padova - Piscina Interna**

## **Background:**

### **1. Introduzione storica**

Il potere taumaturgico dell’acqua, come elemento di benessere e come elemento primigenio ad alto valore simbolico, è riconosciuto sin dalla civiltà preromana, in tutto il mondo. Tuttavia è con l’Impero Romano che le Terme assumono, oltre ad un valore curativo, anche uno sociale, i Romani presero dai Greci la moda dell’idroterapia, tuttavia ne trasformarono il valore simbolico in un vero e proprio sistema economico politico e sociale.

In seguito alla caduta dell’Impero Romano, e con la radicale modifica dei costumi sociali e del sistema politico e economico e religioso, la pratica termale venne accantonata, in quanto ritenuta poco consona alle credenze religiose ed all’orientamento politico/sociale medioevale. Mentre l’uso terapeutico delle acque termali, chiamato idrologia medica, venne regolamentato attraverso una serie di linee guida metodologiche. (Ardell, 1985).

Con l’avvento del Rinascimento il termalismo acquisisce nuovo vigore anche se è solo in epoca moderna che esso diviene un prodotto turistico; nella storia del termalismo come offerta turistica possiamo distinguere sei cicli distinti di tipologia di prodotto termale Italiano (Capasso e Migliaccio, 2010):

- 1) **Termalismo Ludico:** prende avvio da fine 800 ed è rivolto ad una popolazione target di ospiti aristocratica, divenendo a tutti gli effetti un turismo d’élite, in cui sia affiancano alla funzione terapeutica delle cure termali anche obiettivi di relax e di divertimento.

- 2) **Termalismo Sociale:** inizia dal 1930 in poi ed è così chiamato perché il sistema termale viene inserito nelle politiche sanitarie, recuperando oltre alla valenza turistica del termalismo ludico anche quella terapeutica.
- 3) **Termalismo Assistito:** segue il termalismo sociale ed allarga le cure termali alla popolazione generale, inserendo le prestazioni termali all'interno del Sistema Sanitario Nazionale, questa operazione politica comportò un brusco arresto del mercato turistico termale.
- 4) **Termalismo Integrato:** in questa fase le cure termali vengono integrate ad altri aspetti utili al raggiungimento del benessere personale, inteso come psico-fisico-spirituale.
- 5) **Benessere Termale:** è un'estensione del precedente periodo che sposta la funzionalità delle cure termali dalla patologia al benessere generale, di fatto aprendo il mercato termale anche a persone che necessitano semplicemente di riappropriarsi del proprio benessere psico-fisico in senso olistico.
- 6) **Termalismo Sensoriale:** In questa fase vengono affiancati ai protocolli di trattamento sanitari, prodotti termali che stimolano diverse funzioni sensoriali (luci, odori, sapori). In questa nuova prospettiva è il soggetto che ha una maggiore autonomia decisionale, circa l'esperienza termale di cui vuole fruire (Gregori, 2005).

In quest'ultima fase, che è quella moderna, il turismo termale, integra tutti i precedenti aspetti e diviene un prodotto turistico che punta al miglioramento della *qualità della vita* totale (Andronico, 2020 b), per tale motivo I pacchetti turistici prevedono l'affinamento del turismo termale classico, anche a scopo terapeutico, con altre forme di turismo sensoriale (turismo enogastronomico, turismo di prossimità). Lo scopo è quello di fornire agli ospiti un'esperienza completa che impatti su tutti gli aspetti della vita, quello della salute, del movimento, dell'alimentazione, del viaggio, delle attività ludico ricreative in un'ottica integrata ove la qualità della vita è la somma del benessere personale con quello collettivo (Becheri, Quirino, 2012).



**Hotel Mioni Royal San Montegrotto Terme Padova - Piscina SPA**

### Scopi:

Illustrare un'esperienza professionale in qualità di **Psicologa del Turismo** come Tour Leader, Responsabile Fitness e Responsabile Intrattenimento presso la struttura ricettiva, **Hotel Mioni Royal San** di Montegrotto Terme che offre ai *gruppi di ospiti target appartenenti alla fascia della terza età e provenienti da alcuni centri anziani del Nord Italia*, un prodotto turistico che punta al miglioramento della *qualità della vita* totale (Andronico, 2020 b), che l'affinaca al turismo termale classico a scopo terapeutico, alter forme di turismo sensoriale (turismo enogastorinomico, turismo di prossimità) ed una serie di attività ludico ricreative in un'ottica integrata. L'esperienza professionale verrà esposta attraverso il Modello Organizzativo Gestionale della Struttura, le principali attività poste in essere per la tipologia di target di ospiti, le criticità e dei punti di forza dell'esperienza.

### Metodologia:

1. **Ricerca Azione di Lewin (1946):** si configura come *un tipo di ricerca che è al tempo stesso momento di conoscenza scientifica della realtà e contributo attivo al cambiamento della stessa*. Si propone di studiare tanto come avvenga il cambiamento e in che misura, quanto nel caso in cui esso non si sviluppi come ipotizzato, i fattori che lo ostacolano, quali siano gli effetti del trattamento a breve e a lungo termine. (Andronico, 2019).
2. **Metodo Semisperimentale:** Per metodo semi-sperimentale si intende l'osservazione e la registrazione del comportamento degli individui nel loro ambiente naturale. Tale metodologia si avvale dell'*osservazione naturalistica* e dell'*osservazione partecipata*. L'osservazione naturalistica è uno strumento che permette allo sperimentatore di non entrare nell'ambiente che sta osservando, consentendogli la registrazione dei fenomeni per come essi si presentano. L'osservazione partecipata permette allo sperimentatore di entrare in relazione con i soggetti appartenenti all'ambiente oggetto di indagine, e di utilizzare tale relazione per raccogliere informazioni e registrare dati. Entrambi i tipi di osservazione hanno finalità euristica, cioè, forniscono una spiegazione del funzionamento dell'oggetto d'indagine, attraverso l'osservazione e la registrazione dei comportamenti. Questa metodologia è utilizzata principalmente in *Psicologia dello Sviluppo, Psicologia Sociale e di comunità*, (Andronico, 2018).
3. **Metodo dell'inchiesta:** questo metodo ha come scopo la raccolta di informazioni sulle opinioni e gli atteggiamenti dei soggetti rispetto ad un dato argomento; gli strumenti che utilizza, a tale scopo, sono *l'intervista e il questionario*. L'intervista è una forma di indagine in cui la raccolta dei dati avviene attraverso un processo di comunicazione verbale, essa può essere strutturata o semi-strutturata. Il questionario invece, consiste in una sequenza prestabilita di domande e può essere a risposte chiuse o a risposte aperte. Il metodo dell'inchiesta viene utilizzato particolarmente in *psicologia sociale e di comunità* (Andronico, 2018).

### Strumenti:

- A. **Osservazione Naturalistica e Partecipata** degli *ospiti*, attraverso esperienza diretta per la rilevazioni dei comportamenti.

- B. **Confronto dei Programmi Settimanali<sup>1</sup>** dell'organizzazione delle attività poste in essere per gli ospiti dei diversi gruppi provenienti dai differenti centri anziani.
- C. **Studio della Struttura**, attraverso l'*Organigramma*, la *Storia e Offerta turistica dell'Hotel* reperiti tra gli artefatti<sup>2</sup> (Andronico, 2020 a) e grazie alla collaborazione con i diversi responsabili, lo staff e gli stagisti dell'Hotel.

## **Risultati:**

### *1. Popolazione target di ospiti*



#### **Hotel Mioni Royal San Montegrotto Terme Padova– Foto con un Gruppo di Ospiti**

La popolazione target di ospiti che sceglie questo tipo di vacanza sono persone appartenenti alla fascia della *terza età*, tale periodo si fa convenzionalmente iniziare dai 70/75 anni in poi, ed è quell momento del ciclo di vita in cui gli individui sperimentano una serie di modifiche del loro stile di vita, a livello biologico, psicologico, familiare e sociale, quali: (Erikson, 1982)

- *Declino psicofisico/Patologie*: in questo periodo della vita le persone vanno incontro a tutta una serie di problematiche di natura psicofisica che riducono la loro autonomia ed aumentano la necessità di cure e di accudimento
- *Pensionamento*, e dunque la perdita del ruolo lavorativo attivo,
- *Diventare Nonni* che implica la modifica del ruolo genitoriale, e dunque necessita di riorganizzare la vita familiare, rispetto ai figli, ed impone alla coppia coniugale di assestarsi su un nuovo equilibrio

---

<sup>1</sup> PROGRAMMA SETTIMANALE

E' il programma giornaliero che aggiorna gli ospiti su tutte le attività organizzate dall'Hotel per il gruppo. E' consegnato a tutti i gli ospiti durante la giornata di accoglienza (Castoldi, 2006 c). Il programma subiva variazioni in base al numero dei componenti del gruppo, l'età e le richieste dello specifico Centro Anziani.

<sup>2</sup> Sito Internet dell'Hotel [Abano Montegrotto Terme Hotel 4 stelle Mioni Royal San - SG Mioni Hotel](#),

- *Vedovanza*: la Perdita del coniuge spesso rappresenta un vero e proprio trauma che ha gravi ripercussioni sulla vita dell'individuo, che deve necessariamente ridefinire la propria routine e le proprie abitudini di vita
- *Aumento del tempo libero*, che pone la necessità di ridefinire anche la vita sociale, riscoprendo nuovi ruoli e opportunità.

Le **motivazioni di base** che spingono queste persona ad acquistare questo tipo di prodotto turistico sono legate ad alcuni bisogni specifici del momento del ciclo di vita in cui si trovano (Andronico F., Olivieri A., 2021).

**Bisogni personali**: legati ai vissuti del soggetto e alle sue necessità in un dato momento della vita come ad esempio il relax, il riposo ed il bisogno di concentrarsi su se stessi. Questi bisogni emergono nella popolazione anziani a causa della condizione legata al ciclo di vita, come ad esempio la vedovanza o il pensionamento, o anche per le condizioni legate allo stato di salute, e dunque la necessità di effettuare le cure termali, ed alla ricerca di distrazioni, e di attività di intrattenimento.

**Bisogni sociali**: legati al desiderio di socializzazione ed appartenenza, come ad esempio la volontà di incontrare persone o un partner nuovi o di intensificare i rapporti con amicizie o partner preesistenti attraverso l'esperienza di viaggio. Per tale motivo queste persone si aggregano e si affiliano ai Centri Anziani, e ricercano le attività di intrattenimento, quali balli di gruppo e giochi di società'.

**Bisogni di separazione**: legate alla motivazione di lasciarsi alle spalle situazioni complicate da gestire, relazioni in crisi o che comportano molte complicazioni, necessità di fuggire dalla vita quotidiana. Tali bisogni nascono dalla necessità di allontanarsi dalle modifiche della condizione personale, che come abbiamo precedentemente accennato, riguardano il pensionamento, la vedovanza, o altri cambiamenti dovuti all'età o a cambiamenti nell'organizzazione familiare.

**Bisogni fisici**: legati a motivazioni di salute o estetiche, come migliorare la propria condizione di benessere psico-fisico o rimettersi in forma. La fascia di popolazione anziani vive modifiche importanti dal punto di vista psicofisico, e dunque va alla ricerca di contesti dove può trovare sollievo a queste problematiche, e mantenere una forma fisica adeguata.

**Bisogni di esplorazione**: legati alla motivazione di intraprendere nuovi percorsi e fare nuove esperienze. In questa fascia d'età le persone hanno molto tempo libero e per tale motivo vanno alla ricerca di fare esperienze che non hanno potuto fare precedentemente, per tale motivo i viaggi ed i tour organizzati rappresentano un'ottima opportunità di dare una risposta a questo bisogno.

Nell'arco di circa 2 Mesi hanno acquistato il pacchetto turistico e partecipato alle attività **circa 300 persone**, ogni Gruppo era composto **da un minimo di 40 persone ad un massimo di 120**, ogni Gruppo **soggiornava in hotel per una settimana** dal pranzo della Domenica al pranzo del sabato successive, la struttura ricettiva ed il personale doveva gestire **una media di 60/80 persone a settimana**. Gli ospiti erano **provenienti dal Nord Italia, prevalentemente da Milano**, facevano capo o ad **unico Centro Anziani**, o ad un **Centro Anziani capofila** di altri aggregati sociali ed associazioni, **l'interfaccia con la struttura** e con i vari reparti **era gestita dal Capo Gruppo**, tale figura era di norma **il Presidente del Centro Anziani**, **l'età degli ospiti** variava **dai 70 ai 90 anni**. I seguenti dati sono esposti nella tabella riassuntiva sottostante.

TABELLA RIASSUNTIVA:

<b>DURATA TOTALE DELL'ESPERIENZA</b>	6 SETTIMANE
<b>N. TOTALE PERSONE GESTITE</b>	300
<b>DURATA DI PERMANENZA DI CIASCUN GRUPPO</b>	1 SETTIMANA (DOM-SAB)
<b>N.MAX COMPONENTI DI CIASCUN GRUPPO</b>	120
<b>N.MIN COMPONENTI DI CIASCUN GRUPPO</b>	40
<b>PROVENIENZA GEOGRAFICA OSPITI</b>	NORD ITALIA
<b>PREVALENZA GEOGRAFICA</b>	MILANO
<b>FIGURA DI RIFERIMENTO – CAPO GRUPPO</b>	PRESIDENTE CENTRO ANZIANI

2. *Struttura Ricettiva*



**Hotel Mioni Royal San Montegrotto Terme – Ingresso**

Il **Mioni Royal San** è un **hotel termale a 4 stelle**, appartenente alla catena SG Group; si trova a **Montegrotto Terme**, paese vicino al più noto Abano Terme, all'interno del Parco Regionale dei Colli Euganei e dell'omonimo bacino termale, ha **una posizione strategica accanto alla stazione ferroviaria**, il che rende raggiungibile le città d'arte di Padova, Ferrara, Venezia e Chioggia. Dispone di una **SPA** di 750mq completamente rinnovata, **due piscine di acque termali**, una interna ed una esterna, **due punti ristorazione**, il ristorante dell'hotel ed il bistrot situato tra la piscina interna e quella esterna e vicino alla SPA, **ha un reparto cure termali convenzionato con il SSN**, è un hotel pet friendly, **conta di n.177 camere** sia singole che doppie, una Royal Suite ed una Junior Suite, **due saloni per convegni ed eventi**, oltre agli alloggi del personale di servizio, la cucina e la lavanderia.

E' composto da diversi comparti (Andronico, 2020 a) che corrispondono ai diversi ambienti del hotel:

- **Direzione:** è il centro strategico dell'hotel dove Direttrice, coadiuvata dalla sua Vice, prende le decisioni operative per la struttura, ed effettua incontri con i responsabili dei diversi reparti.

- **Reparto hottellerie:** fa riferimento ai servizi alberghieri rivolti alla clientela, tra cui il servizio pulizie e quello prenotazioni, gli spazi sono la hall, la reception e le camere.
- **Reparto ristorazione:** fa riferimento ai servizi di ristoro della clientela e comprende ristorante principale, bar, cucina, bistrot.
- **Reparto cure termale:** fa riferimento ad un presidio sanitario privato accreditato presso il SSN dove vengono svolte le attività curative in convenzione con il servizio sanitario nazionale: le stanze per i fanghi e inalazioni.
- **Reparto spa:** fa riferimento a servizi dedicati al benessere dei clienti ovvero dove si eseguono massaggi, trattamenti estetici e comprende i locali del centro benessere della piscina.
- **Reparto Gruppi:** fa riferimento al reparto dove si compongono i pacchetti turistici per i gruppi e si organizzano le gite programmate.
- **Reparto Marketing e Comunicazione:** fa riferimento al reparto dove viene curata l'immagine dell'hotel attraverso la gestione dei social media.
- **Reparto Amministrazione:** fa riferimento al reparto dove si effettuano i conteggi e si preparano le buste paga dei dipendenti (De Pascale, Zacchetti, 2020).

### *3. Esperienza Professionale*

Rispetto alle precedenti esperienze come **Consulente Aziendale Psicologa del Turismo** per una società di Animazione Turistica, dove svolgevo il ruolo di Responsabile Risorse Umane di uno specifico staff in una determinata struttura, in questa esperienza professionale, essendo la quinta struttura dove mi trovavo ad offrire la mia prestazione d'opera professionale e possedendo le conoscenze certificate e le competenze specifiche per i diversi ambiti di intervento, *ho ricoperto tre posizioni organizzative, differenti:*

- 1) **Tour Leader**
- 2) **Responsabile Fitness**
- 3) **Responsabile Intrattenimento**

Descriviamo in breve, in primo luogo quali sono le **mansioni** del Consulente Aziendale Psicologo del Turismo, e di seguito quelle dei diversi ruoli organizzativi sopracitati:

#### PSICOLOGA DEL TURISMO

È uno **Psicologo formato nelle diverse discipline** psicologiche che costituiscono **il corpus teorico-pratico di riferimento per la Psicologia del Turismo** (Maeran, 2004), quali la Psicologia Sociale, la Teoria e Tecniche delle Dinamiche di Gruppo, la Metodologia della Ricerca etc. (Andronico, 2018), la Progettazione (Andronico, 2019) ed in particolare la Psicologia del Lavoro e delle Organizzazioni (Andronico, 2020 a) **che possiede** le seguenti **soft skills** Competenze Trasversali, quali Abilità Sociali, Rapporti di Lavoro, Rete Professionale (Andronico, 2020 b). **Applica le conoscenze e le competenze di settore nell'intervento in ambito turistico in base agli Atti tipici della Professione Psicologo (56/89)** (Andronico, 2023).

#### *Mansioni*

- Analisi della struttura ricettiva
- Coordinamento con la Direzione ed i responsabili dei diversi reparti
- Monitoraggio ed eventuale adeguamento delle attività del pacchetto turistico alla popolazione target di ospiti
- Raccolta Feedback ospiti e proposte di miglioramento delle procedure



## TOUR LEADER

È quella figura professionale, che **si occupa dell'accoglienza** degli ospiti e di **accompagnare gruppi di persone nelle gite e nei viaggi sul territorio nazionale o all'estero**; prevalentemente **opera su programmi turistici già predisposti** dagli organizzatori, a volte invece può occuparsi in prima persona dell'organizzazione delle gite o delle attività, in base agli accordi con le strutture ricettive, con i tour operator o con le agenzie per cui fornisce la propria prestazione professionale. Durante il viaggio e le gite **da notizie di interesse turistico** che non sono ambito di competenza delle guide turistiche; **gestisce la logistica, le richieste ed i reclami dei clienti**, interfacciandosi, in base all'organizzazione prevista, con la struttura, il tour operator, gli autisti, le guide, i ristoranti. **Fornisce inoltre informazioni sull'itinerario, le attività e le zone visitate** e si occupa di **favorire l'armonia all'interno del gruppo**.

Per svolgere tutte queste mansioni è necessario che il Tour Leader possieda **conoscenze di marketing, di normativa, di storia e geografia, e di almeno una lingua straniera**.

Fondamentali, inoltre, per svolgere questo ruolo sono le **soft skills** quali, socialità, empatia, ascolto, problem solving, competenze organizzative e di mediazione, story telling, e leadership (Castoldi, 2006 a,b)

### *Mansioni:*

- Accoglienza
- Giro Tavoli (Colazione, Pranzo e Cena)
- Accompagnamento Ospiti Tour Guidati
- Organizzazione gite e passeggiate
- Fornire informazioni circa modifiche al programma
- Raccogliere adesioni
- Gestire le criticità
- Interfaccia con la Responsabile Gruppi Hotel e con i Capo Gruppo Centri Anziani



## RESPONSABILE FITNESS

È il responsabile delle **attività sportive a basso impatto di gruppo per adulti**, sceglie la playlist musicale e gli esercizi, in base alle caratteristiche degli ospiti (età e condizioni fisiche) e rispetto alla

tipologia di struttura ricettiva dove opera, svolge in prima persona le attività previste (Andronico, 2022).

*Mansioni:*

- Aquagym



#### RESPONSABILE INTRATTENIMENTO

E' il responsabile delle **attività di intrattenimento serali, organizza i giochi**, e tutto ciò che concerne il programma degli eventi, è colui che **presenta le serate e si interfaccia con gli artisti e con il capogruppo, concorda i diversi format di intrattenimento in base alla tipologia di serata ed al target degli ospiti**, scegliendo in collaborazione con l'artista la scaletta della serata, la tipologia di balli e la playlist della musica. Ha ruoli di primo piano nelle serate e, se possiede le competenze artistiche, prende parte in prima persona alle attività di intrattenimento (Ballo e Canto) (Andronico, 2022).

*Mansioni:*

- Presentazione Serate
- Interfaccia con gli artisti e con il Capogruppo Ospiti
- Preparazione Quiz e Giochi
- Scelta dei Balli
- Scelta della Playlist



#### 4. Attività

Il **pacchetto turistico** costruito ad hoc per i diversi gruppi comprendeva una vasta gamma di **attività in grado di rispondere ai diversi bisogni degli ospiti**, (cure, intrattenimento, gite turistiche, confort, ristorazione) le attività vedevano il **coinvolgimento delle diverse figure professionali** afferenti ai **diversi dipartimenti della struttura**, in questa tabella riassuntiva sottostante, è riportato uno schema esemplificativo delle attività proposte durante tutta la settimana di soggiorno, divise per giorno, orario e comprendente tutte le figure professionali coinvolte nella singola attività.

TURISMO E PSICOLOGIA, 16 (2), 2023

## **ESEMPIO DI PROGRAMMA SETTIMANALE PER GRUPPI**

### **DOMENICA**

<b>ORARIO</b>	<b>ATTIVITA'</b>	<b>STAFF</b>
ORE 11.00-11.30	Accoglienza ○ Assegnazione Stanze Hotel ○ Appuntamento 1°Visita Cure Termali ○ Esposizione Programma Settimanale ○ Sistemazione Bagagli	Direttrice & Vice Direttrice Responsabile Cure Termali Responsabile Hotel Tour Leader
ORE 11.30-12.30	Aperitivo di Benvenuto	Direttrice Vice Direttrice Tour Leader
ORE 12.30-14.30	Pranzo (Giro Tavoli)	Personale di Sala Tour Leader
ORE 15-18	Visite Mediche	Responsabile Cure Medici convenzionati SSN
ORE 19.30-21.30	Cena (Giro Tavoli)	Personale di Sala Tour Leader
ORE 21.30-23	Intrattenimento Serale ○ Quiz TERME ○ Musica dal Vivo ○ Balli di Gruppo	Responsabile Intrattenimento Artista Esterno

### **LUNEDI'**

<b>ORARIO</b>	<b>ATTIVITA'</b>	<b>STAFF</b>
ORE 6-11	Cure Termali (Fanghi ed Inalazioni in base alla prescrizione)	Responsabile Cure Operatori Fanghi ed Inalazioni
ORE 8.30-10.30	Colazione (Giro Tavoli)	Personale di Sala Tour Leader
ORE 11.00-11.30	Aquagym Piscina Esterna	Responsabile Fitness Bagnino
ORE 12.30-14.30	Pranzo (Giro Tavoli)	Personale di Sala Tour Leader
ORE 16-17	Tea Time Presentazione Servizi SPA (Bistrot)	Responsabile Spa Operatori Spa Personale Bistrot Tour Leader
ORE 19.30-21.30	Cena (Giro Tavoli)	Personale di Sala Tour Leader
ORE 21.30-23	Intrattenimento Serale ○ Quiz SPA ○ Musica dal Vivo ○ Balli di Gruppo	Responsabile Intrattenimento Artista Esterno

### MARTEDI'

<u>ORARIO</u>	<u>ATTIVITA'</u>	<u>STAFF</u>
ORE 6-11	Cure Termali (Fanghi ed Inalazioni in base alla prescrizione)	Responsabile Cure Operatori Fanghi ed Inalazioni
ORE 8.30-10.30	Colazione (Giro Tavoli)	Personale di Sala Tour Leader
ORE 11.00-11.30	Aquagym Piscina Esterna	Responsabile Fitness Bagnino
ORE 12.00-14.00	Pranzo (Giro Tavoli)	Personale di Sala Tour Leader
ORE 14.30-19	Gita in Pulman organizzata dall'Hotel con Visita Guidata	Responsabile Gruppi Autista Bus Guida Turistica Tour Leader
ORE 19.30-21.30	Cena (Giro Tavoli)	Personale di Sala Tour Leader
ORE 21.30-23	Intrattenimento Serale <ul style="list-style-type: none"><li>o Quiz CITTA' VISITATA (Padova, Ferrara, Venezia, Chioggia)</li><li>o Musica dal Vivo</li><li>o Balli di Gruppo</li></ul>	Responsabile Intrattenimento Artista Esterno

### MERCOLEDI'

<u>ORARIO</u>	<u>ATTIVITA'</u>	<u>STAFF</u>
ORE 6-11	Cure Termali (Fanghi ed Inalazioni in base alla prescrizione)	Responsabile Cure Operatori Fanghi ed Inalazioni
ORE 8.30-10.30	Colazione (Giro Tavoli)	Personale di Sala Tour Leader
ORE 11.00-11.30	Aquagym Piscina Esterna	Responsabile Fitness Bagnino
ORE 12.30-14.30	Pranzo (Giro Tavoli)	Personale di Sala Tour Leader
ORE 17.30-18.30	Tea Time Presentazione Servizi SPA (Bistrot)	Maestro Yoga Responsabile Fitness Bagnino
ORE 19.30-21.30	Cena (Giro Tavoli)	Personale di Sala Tour Leader
ORE 21.30-23	Intrattenimento Serale <ul style="list-style-type: none"><li>o Quiz YOGA</li><li>o Musica dal Vivo</li><li>o Balli di Gruppo</li></ul>	Responsabile Intrattenimento Artista Esterno

### GIOVEDI'

<u>ORARIO</u>	<u>ATTIVITA'</u>	<u>STAFF</u>
---------------	------------------	--------------

ORE 6-11	Cure Termali (Fanghi ed Inalazioni in base alla prescrizione)	Responsabile Cure Operatori Fanghi ed Inalazioni
ORE 8.30-10.30	Colazione (Giro Tavoli)	Personale di Sala Tour Leader
ORE 9.30-11	Gita al Mercato sul Trenino Puffetto	Tour Leader
ORE 12.30-14.30	Pranzo (Giro Tavoli)	Personale di Sala Tour Leader
ORE 16-17.30	Tombola	Responsabile Intrattenimento
ORE 18.00-18.30	Aquagym Piscina Esterna	Responsabile Fitness Bagnino
ORE 19.30-21.30	Cena (Giro Tavoli)	Personale di Sala Tour Leader
ORE 21.30-23	Intrattenimento Serale o Quiz YOGA e/o MERCATO o Musica dal Vivo o Balli di Gruppo	Responsabile Intrattenimento Artista Esterno

### VENERDI'

ORARIO	ATTIVITA'	STAFF
ORE 6-11	Cure Termali (Fanghi ed Inalazioni in base alla prescrizione)	Responsabile Cure Operatori Fanghi ed Inalazioni
ORE 8.30-10.30	Colazione (Giro Tavoli)	Personale di Sala Tour Leader
ORE 11.00-11.30	Aquagym Piscina Esterna	Responsabile Fitness Bagnino
ORE 12.30-14.30	Pranzo (Giro Tavoli) e Foto di Gruppo	Personale di Sala Tour Leader
ORE 15.30-18.30	Passeggiata Casa delle Farfalle e/o Città	Tour Leader
ORE 19.30-21.30	Cena (Giro Tavoli)	Personale di Sala Tour Leader
ORE 21.30-23	Serata di GALA o Quiz FARFALLE e/o CITTA' o Musica dal Vivo o Balli di Gruppo	Responsabile Intrattenimento Artista Esterno

### SABATO

ORARIO	ATTIVITA'	STAFF
ORE 6-11	Cure Termali (Fanghi ed Inalazioni in base alla prescrizione)	Responsabile Cure Operatori Fanghi ed Inalazioni
ORE 8.30-10.30	Colazione (Giro Tavoli)	Personale di Sala Tour Leader
ORE 11.00	Chiusura Conti ed Hotel	Personale di Reception
ORE 11.30-12.30	Feedback sull'Esperienza Recensioni e Consegna Foto	Direttrice & Vicedirettrice Tour Leader

ORE 12.30-14.30	Pranzo (Giro Tavoli)	Personale di Sala Tour Leader
ORE 14.30	Saluti e Rientro in Bus	Direttrice & Vicedirettrice Tour Leader

## Conclusioni

### Punti di forza

Per ciò che concerne i **punti di forza** dell'esperienza, possiamo dire che il Mioni Royal San è una **struttura ricettiva curata nei particolari**, che mostra **coerenza tra messaggio promozionale ed offerta turistica** e che **concilia l'aspetto sanitario di cura con quello del benessere**. Da un punto di vista alberghiero è **attento sia alla qualità che alla diversità del cibo offerto, cura la pulizia e l'arredo delle stanze, ed utilizza in maniera proficua tutti gli spazi di cui dispone**, offrendo anche la possibilità di organizzare eventi e convegni.

Altro punto di forza è il **programma di intrattenimento**, dispone infatti di una rosa di artisti adatti ad ogni esigenza, **cura l'eventistica offrendo esperienze diverse in base al periodo dell'anno, la comunicazione ed il marketing** e anche le relazioni con una serie di **collaboratori e stakeholder** che **contribuiscono alla fidelizzazione della clientela ed all'acquisizione di nuovi ospiti**. Il **personale è educato e preparato e si prende cura degli ospiti in maniera attenta e rispettosa**.

### Criticità

Quando si lavora in team in un contesto così complesso e variegato è naturale che vi siano alcune criticità gestionali, nel complesso **gli operatori sono in grado di gestire gli eventi critici e di trovare strategie di problem solving adeguate** quando questi si presentano, per tale motivo non possiamo annoverare grosse criticità da un punto di vista gestionale.

In **ottica di miglioramento** tuttavia sarebbe opportuno **incrementare delle riunioni di allineamento tra i responsabili dei vari reparti**, per evitare che **la direzione debba confrontarsi solo esclusivamente in modalità singola** con i diversi direttori dei comparti, cosa che **efficierebbe il tempo trascorso in hotel, e per aumentare la coesione nel gruppo e l'appartenenza al marchio**, anche i dipendenti esattamente come gli ospiti sono soggetti alla logica della fidelizzazione, motivo per cui è **presente un piano di compensation and benefit in azienda**.



## Hotel Mioni Royal San Montegrotto Terme - Piscina Esterna

Alla luce di quanto esposto possiamo vedere come, **il turismo termale** nella fase odierna, abbia affiancato altre tipologie di turismo, costruendo **pacchetti turistici ad hoc per una determinata tipologia di ospiti** (Pencarelli, Dini, 2020). L'offerta turistica muta in base ai cambiamenti sociali, culturali ed economici e gli operatori delle strutture ricettive, devono essere in grado di leggere questi mutamenti e di adeguare i loro pacchetti ai bisogni emergenti degli ospiti, **in quanto l'impatto della vacanza offerta inevitabilmente ha delle conseguenze sulle scelte future degli ospiti, in termini di rinnovo della scelta della tipologia di vacanza** (Kippendorf J., 2013).

Per tale motivo **è importante raccogliere e saper leggere i feedback** non solo **degli ospiti** ma anche **degli operatori della struttura**, in quanto per favorire il buon andamento della vacanza è necessario, non solo ascoltare ed andare incontro alle esigenze degli ospiti, ma anche dei propri dipendenti (Castoldi, 2006 a).

### Bibliografia

- Andronico, F., (2018). *Nuovi Argomenti di Psicologia*, Alpes, Roma.
- Andronico, F., (2019). *Nuovi Progetti di Psicologia*, Alpes, Roma.
- Andronico, F., (2020 a). *Casi Organizzativi*, Alpes, Roma.
- Andronico, F., (2020 b). *Psicologia della Salute*, Alpes, Roma.
- Andronico F. (2022), La Psicologia del Turismo applicate al settore dell'animazione turistica: un'esperienza professionale " *Turismo e Psicologia*, 2022 (1), 18-36
- Andronico F. (2023) "La psicologia del turismo: un ambito di intervento per lo psicologo " *Turismo e Psicologia*, 16(1), 17-20
- Andronico, F., Olivieri, A., (2021). *Esperienze di Viaggio*, Alpes, Roma.
- Ardell D.B., "The History and Future of Wellness", *Health Values*, 1985, 9, 6, pp. 37-56.
- Becheri E., Quirino N. (a cura di), *Rapporto sul sistema termale in Italia Federterme 2012*, Milano, Franco Angeli, 2012.
- Capasso A., Migliaccio M. (2010), *Evoluzione del settore termale. Prospettive e modelli di sviluppo per le imprese italiane*, Franco Angeli, Milano.
- Castoldi G. (2006 a), *Nuovo Turismo*. Vol.1 Le basi, Hoepli, Milano.
- Castoldi G. (2006 b), *Nuovo Turismo*. Vol.2 Gli operatori, Hoepli, Milano.
- Castoldi G. (2006 c), *Nuovo Turismo*. Vol.3 I prodotti, Hoepli, Milano.
- De Pascale G., Zacchetti A. (2020) *Turismo e strutture ricettive. Organizzare e gestire*, Franco Angeli, Milano-
- Lewin, K. (1946). Action research and minority problems. *Journal of Social Issues*, 2, pp34-46.
- Erikson E.H. (1982), *I cicli di vita. Continuità e mutamenti*, Armando Editore, Roma 1999.
- Gregori G. L., *Le strategie di sviluppo delle imprese nel mercato del benessere*, To-rino, Giappichelli, 2005.
- Karl-Wilhelm Weeber (1998) *Vita quotidiana nell'antica Roma*, traduzione di Francesca Ricci, Newton Compton editori, Roma, 2007.
- Kippendorf J. (2013), *Le vacanze e dopo? Capire l'impatto del tempo libero e dei viaggi*, Egea, Milano.
- Maeran R., *Psicologia e turismo*, Laterza, Roma, 2004
- Pencarelli T., Dini M. (2020), *Le destinazioni di benessere per lo sviluppo turistico*, Franco Angeli, Milano.