

**S**arà perché, come dice il Censis nel 48° Rapporto sulla situazione sociale del Paese, siamo un popolo di narcisi e vanitosi e la diffusa pratica dei *selfie* ne sarebbe la dimostrazione. Oppure sarà che, al contrario, non ci apprezziamo abbastanza, come rileva la società di sondaggi Nielsen, per cui si tende a vedersi peggio di come si è davvero (le donne più degli uomini), desiderando sempre di essere migliori. Più belli, più sani, più felici.

Fatto sta che, nonostante la crisi perdurante, e che oltre quattro milioni di persone siano in uno stato di povertà assoluta e quasi otto in condizioni di povertà relativa (dati Istat per il 2014), in Italia c'è un settore che non conosce crisi e che, anzi, è in continuo aumento. È quello del benessere o *wellness*, intendendo con questo termine, come dice l'Organizzazione mondiale della sanità, lo stato ottimale di salute, la realizzazione delle massime potenzialità di un individuo a livello fisico, psicologico, sociale, spirituale ed economico, e l'appagamento delle aspettative del proprio ruolo nella famiglia, nel lavoro e negli altri ambiti in cui si vive.

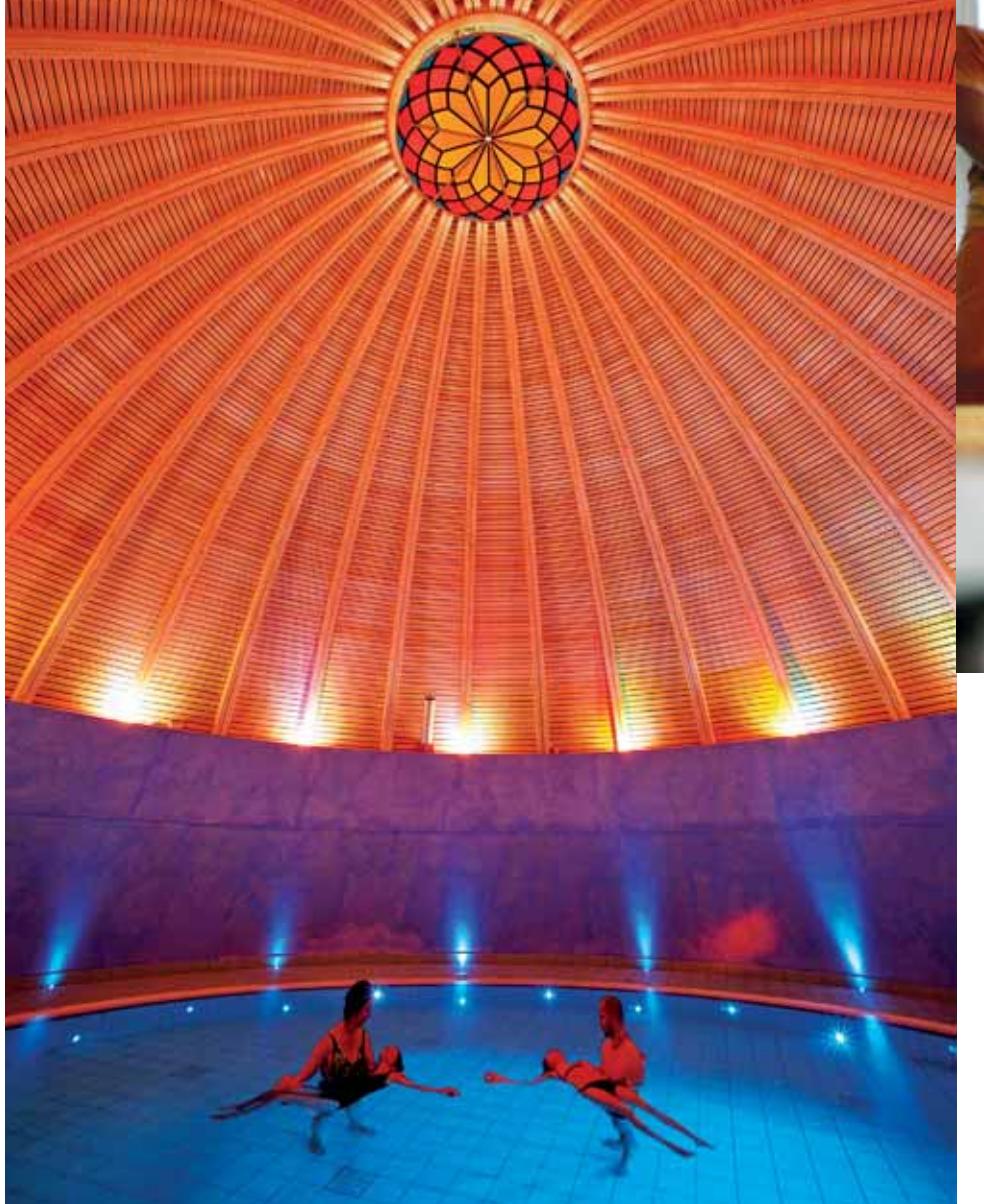
Un *trend* colto anche dai governi, tanto che un nuovo criterio di crescita tiene conto del benessere raggiunto dalla popolazione in termini di qualità della vita, tempo libero e soddisfazione personale. In Italia, grazie a un'iniziativa congiunta del Cnel e dell'Istat, è ad esempio nato il Bes, il progetto per misurare il "Benessere equo e sostenibile" della popolazione, da esaminare andando oltre l'esame di parametri puramente economici e tenendo conto della dimensione socio-ambientale della gente.

## Qualche cifra

Nelle prime classifiche stilate all'inizio di questa estate bollen-

## CURA DI SÉ

di Sara Fornaro



# CHE AFFARE IL BENESSERE!

ATTIVITÀ FISICA, ALIMENTAZIONE SANA  
E PENSIERO POSITIVO FANNO DEL WELLNESS  
UN SETTORE CHE NON CONOSCE CRISI



te, la richiesta dei prodotti turistici ha visto, ai primi posti, *fitness* e benessere, seguiti dal turismo balneare e dal soggiorno termale tradizionale. Niente di cui stupirsi visto che il settore muove un giro d'affari di oltre 10 miliardi di euro. La quota più redditizia del settore è rappresentata dagli istituti di bellezza (21 mila unità, il 70 per cento delle imprese totali. Dati dell'Università Bicocca e della Camera di commercio di Milano e di Spafinder, presentati a Rimini Wellness 2015). Seguono hotel e agriturismi (4.200) e i centri idrotermali e gli stabilimenti per il benessere fisico (2.500). Le palestre, invece, sono circa 12 mila (siamo primi in Europa) e occupano in vario modo 28 mila persone, per un giro di affari di circa tre miliardi di euro. Gli italiani che praticano più o meno



## Una giornata nel centro benessere

«Non mi piace sudare». Alla mia confessione, il sorriso di Giada, la mia consulente personale, si fa stentato. Le cala la mascella, ma solo per un attimo. Siamo in uno dei templi del *fitness* romano, dove si gira con fierezza con l'asciugamano al collo, e mi aspetta una giornata di prova gratuita. Giada non si perde d'animo, rinsalda il sorriso e mi mostra palestre, piscine, il centro benessere, le lezioni in programma: *spinning*, *step*, *pump*, *zumba*... La mia giornata è dedicata alla prova e per cominciare chiedo qualcosa di tranquillo. Si parte con ginnastica posturale. «L'ideale – mi dice Giada – per chi lavora al computer». Ottimo, ma la lezione è già cominciata. «Perché non provi la *strike zone*? Non è pesante...», mi dice Giada. Mi siedo

I beauty center propongono servizi sempre più particolari ed estremi, come il massaggio con la bava di lumaca...

regolarmente un'attività fisica sono circa 40 milioni, per una spesa complessiva annua delle famiglie per sport e benessere di circa 22 miliardi di euro, pari al 2,3 per cento dei consumi.

e aspetto l'insegnante insieme a tre ragazzine che si sono iscritte «per dimagrire un po'» e che si sono lanciate in un programma "brucia-grassi" capace di stendere un atleta. La lezione inizia a suon di cento esercizi al colpo, per ogni muscolo esistente, e scopro atterrita che ne abbiamo decisamente troppi! L'insegnante prende i pesi (caso mai gli esercizi dovessero sembrare troppo *soft*), io li prendo e li posiziono elegantemente accanto al materassino, non voglio mica sciuparli!

Il sudore scende a fiumi, gli abiti sono da strizzare. In qualche modo sopravviviamo, io e le ragazzine, fino a quando, dopo 50 minuti di esercizi, il gioco si fa troppo duro, così salutiamo con disinvoltura e scappiamo via. È finita la tortura, evviva! Tra mezz'ora inizia *pilates*, vorrei provare, ma mi tirano i muscoli, meglio la piscina! Torno nello spogliatoio e prendo l'accappatoio... giallo? Ma il mio è arancione! Con l'accappatoio di mio figlio di sette anni sotto il braccio raggiungo la piscina, evitando di pensare a cosa avrò messo nello zainetto di mio figlio per il centro estivo. Entro in acqua: non ci sono istruttori, le vasche sono semivuote e trascorro nuotando un'ora rilassante. Alle 13.30 esco dall'acqua.

Dalla colazione ho mangiato solo una banana: è decisamente ora di pranzo. In una piccola vasca laterale colgo dei movimenti e vedo le biciclette. Sta per cominciare l'*idro-bike*? Ridiscendo in acqua, ma mi sono sbagliata. È la lezione di *acqua gym*! Non mi dilingo sul programma, ma dopo questa esperienza, il prossimo che mi dice che sono esercizi rilassanti per vecchiette sovrappeso lo mando ad eseguire due lezioni consecutive e poi ne riparliamo! L'insegnante, naturalmente, non me ne fa passare una. Tutti ridono, ma chi la dura la vince. E alla fine

l'insegnante ne prende atto: «Hai visto? Ce l'hai fatta!».

Incredibile: sono le 14.30 e sono ancora viva. Giada si offre di prenotarmi le lezioni del pomeriggio. Grazie, la prossima volta. Adesso sauna (aiuto, ho la pressione bassa!), bagno di vapore (che caldo, mi sento svenire!) e idromassaggio (sììì!). Un bel massaggio con olio profumato e, barcollando, torno alla macchina. Mentre cammino, sento la tensione di muscoli di cui non conoscevo nemmeno l'esistenza, ma non è male. Anzi, mi sento davvero bene! La prossima volta (se ci sarà...), però, sarà meglio non strafare.

## Pezzi di corpo

Come in ogni campo della vita, un giusto equilibrio può dare i risultati migliori. Nel caso del corpo, questo equilibrio è spesso precario: se da una parte la società lo valorizza, cerca di curarlo e tutelarlo il più possibile, dall'altro rischia di svalorizzarlo, riducendolo quasi ad oggetto. Un oggetto che può essere consumato intero o a pezzi. Le gambe, le bocche in rilievo su giornali e tv sono "esche comunicative" utilizzate dalla pubblicità a suo uso e consumo, spiega Paola Panarese, docente di Sociologia dei processi culturali e comuni-



Karl-Josef Hildenbrand/AP

## Un massaggio di vero benessere

«Il contatto fisico, tra il bambino e la mamma o chi si prende cura di lui (il *caregiver*), è fondamentale. Un bambino ha bisogno di guardare il viso di chi lo accudisce, di sentire sul corpo le carezze, di cogliere i profumi, di ascoltare le ninne ripetute. I neonati - spiega Raffaele Arigliani, pediatra e direttore scientifico dell'Italian medical research - non sono una *tabula rasa*: ogni bambino ha il suo carattere e "parla" all'adulto, che deve essere capace di entrare in contatto con lui, di comprendere quello che vuole dirgli e dargli una risposta».

All'inizio del secolo scorso una corrente di pensiero riteneva che, per sviluppare il carattere del bambino, fosse utile fasciarlo tutto e tenerlo in cassetta. «Ebbene - sottolinea Arigliani -, si è scoperto che i bambini che vengono presi poco in braccio sviluppano una sindrome da deprivazione affettiva. Se non ricevono sorrisi, se non sono coccolati, pur ricevendo una quantità di calorie adeguata, oltre a riportare danni neurologici importanti, non crescono nemmeno in lunghezza. Questo perché il bambino ha bisogno di coccole quasi quanto di cibo e testimonia con le sue dinamiche di sviluppo che l'uomo è un essere relazionale che per svilupparsi ha bisogno di accudimento amorevole».



Resort Romantischer Wein/AP

**Senza estremismi, la cura del corpo può portare salute, benessere ed armonia a tutta la famiglia.**

cativi alla Sapienza. Identificando poi una persona soltanto col proprio corpo, questo diventa una sorta di vestito che, volendo, può essere cambiato. Ecco dunque la corsa a seguire tendenze estreme, come la moda del “piede di Cenerentola” (ritocchini estetici per ridurre la lunghezza del piede) o il massaggio “ringiovanente” con bava di lumaca. Il rischio più grave di identificare sé stessi soltanto con il proprio corpo, si corre forse quando questo non corrisponde ai canoni di bellezza imposti dalla società o quando, invecchiando, si assiste al suo deterioramento. A quel punto, se non si ha ben chiaro che la persona non è soltanto un corpo, si rischia di perdere con la giovinezza o la bellezza, anche la propria dignità.

### **Benessere e dignità**

Parlando di corpo e dignità, un rapido sguardo va rivolto anche ai nostri ospedali. Se un atteggiamento positivo e un apprezzamento di sé stessi possono contribuire alla guarigione, anche nel caso di malattie devastanti, in molte strutture ospedaliere da questo punto di vista c'è ancora molto da fare. Luigi, 60 anni, è parrucchiere e lavora nella Capitale. «In tanti ospedali – ci dice – nessuno si preoccupa dei bisogni essenziali dei malati, anche di lunga degenza. Si parla tanto di igiene, ma quanti lavano i capelli o fanno la barba ai pazienti? Eppure non vi dico la gioia di tante persone quando finisco di pettinarle. Non bisogna permettere alla malattia e all'indifferenza di chi deve assistere i malati di distruggere la loro dignità».

**Sara Fornaro**



Bend Wuestneck/AP



Horst Ossinger/AP

**A sinistra, Giulia Azzurri Fattori, albergatrice di Rimini. Puntando sul centro benessere ha salvato l'attività di famiglia.**

## «LA BEAUTY SPA HA SALVATO L'HOTEL DELLA NOSTRA FAMIGLIA»

**R**imini, Marina Centro. Famiglia di albergatori, la loro. Investono soldi. Ma ancor più anima e cuore. Nel secondo dopoguerra la nonna, Adele, trasformò la sua villetta in una pensione. Poi suo padre Roberto ne fece un vero hotel, prima a tre e poi a quattro stelle. E ora lei. Poco più che trentenne. Giulia Azzurri Fattori. Alla gestione, con i suoi genitori e sua sorella, del loro hotel, il Sovrana. «In passato – ricorda – a Natale, l'agenda delle prenotazioni estive era già tutta piena. Purtroppo, dal 2012 la crisi del settore la fa da padrona». Ma lei non ci sta. Lotta. Giorno dopo giorno, tenta di conquistare un cliente molto difficile: quello mordi e fuggi, sempre connesso, che non vuole spendere molto, ma pretende servizi di qualità. Quale l'idea che sta salvando l'impresa di famiglia? Quella di trasformare il centro benessere, già presente nel loro hotel, ma marginale per gli affari, in uno snodo nevralgico, il Re Aqua

Spa, cavalcando l'onda che mostra come la domanda di benessere stia crescendo in modo vertiginoso.

### *Perché avete investito in una Beauty Spa?*

«Quando mio padre rilevò l'attività di famiglia, la trasformò in un vero hotel. Gli affari andavano veramente bene e noi, scioccamente, credevamo che sarebbe andata così per sempre. E invece nel 2012 è arrivata la crisi e non riuscivamo a recuperare gli investimenti fatti. Eravamo disperati. Abbiamo pensato fosse l'inizio della fine. Ma, caparbiamente, abbiamo cercato soluzioni, abbassando i prezzi e avviando collaborazioni con i ristoranti vicini al nostro hotel, per far cenare i clienti a prezzi migliori. Un giorno, poi, cercando idee in Rete, sono arrivata ai coupon. E ho visto che, se offrivamo le nostre stanze, in combinato con la nostra Spa interna, si vendeva meglio. Così ne ho parlato con i miei: dovevamo investire

per ingrandire il centro benessere, per rilanciarlo. Mio padre mi ha sostenuta. E con mia sorella abbiamo decorato, a mano, tutti i locali. Ci siamo ingegnati, oltre ad aver speso un bel gruzzolo. Ad oggi, facciamo lavoro di squadra e, grazie alle nostre offerte personalizzate, ma soprattutto per il fatto stesso di avere in hotel una vera Spa, le cose stanno migliorando».

### *È valsa la pena rischiare?*

«La paura può bloccare. I mutui. I debiti. È stato veramente difficile. Ma noi proponiamo al cliente "digitale", mordi e fuggi, tutte le formule che vuole di bellezza, benessere psico-fisico e relax. 7 giorni su 7, 24 ore su 24. E in più da noi trova "un qualcosa". Ovvero prezzi vantaggiosi e un servizio garbato. Perché il cliente ha sempre voglia di qualità e stile. Poi, in autunno, la Spa decolla. La gente ama il calduccio quando fuori fa freddo. La scorsa estate ci siamo resi conto che il rischio preso in carico era stato quello giusto. Insomma, non voglio dire che le spese siano tutte coperte, ma la Spa ha innegabilmente salvato il nostro hotel».

**Eloisa De Felice**