



## COMUNICATO STAMPA

### **Il benessere diventa destinazione.**

In Italia la wellness economy vale circa 124,8 miliardi di euro (dati 2024). Crescono Spa, terme e wellness tourism, mentre cambia il modo di viaggiare e di scegliere dove stare bene.

**Milano, 8 ottobre 2026** – Viaggiare per rallentare. Dormire meglio. Ritrovare equilibrio. Cercare silenzio, natura, privacy. Dedicare tempo alla propria salute e al proprio benessere. Sta cambiando il modo di viaggiare. E il benessere, da servizio accessorio dell'esperienza turistica, sta diventando sempre più una motivazione del viaggio e un criterio nella scelta della destinazione. Secondo il Global Wellness Institute, la wellness economy italiana vale circa 124,8 miliardi di euro, collocando il nostro Paese al 10° posto mondiale e al 4° in Europa. Wellness tourism, Spa e thermal/mineral springs sfiorano insieme i 24 miliardi di euro in Italia; il solo wellness tourism vale circa 17,7 miliardi di euro.

### **Non cerchiamo più soltanto una spa. Cerchiamo come vogliamo stare.**

Il nuovo viaggiatore del benessere cerca esperienze sempre più personali: riposo, natura, silenzio, privacy, recupero, longevità, movimento ed esperienze immersive. Tra le tendenze internazionali 2026 individuate dal Global Wellness Institute emergono il deep rest, il nervous system reset e il luxury of privacy. Il lusso viene sempre più associato a quiete, spazio, discrezione e possibilità di disconnettersi. Per hotel e resort il cambiamento è rilevante: nei progetti più evoluti Spa e wellness stanno passando dalla logica di semplice amenity a quella di elemento centrale della guest experience e, in alcuni casi, di driver della scelta dell'hotel.

### **L'Italia ha le carte per giocare questa partita**

Ospitalità, cultura termale, paesaggio, natura, alimentazione, patrimonio storico e qualità della vita costituiscono un patrimonio difficilmente replicabile.

Secondo l'Osservatorio sull'Economia del Turismo delle Camere di commercio Unioncamere-ISNART, nel 2025 le località termali italiane hanno registrato 24 milioni di presenze turistiche e oltre 5 miliardi di euro di spesa, dei quali 3 miliardi provenienti dai visitatori internazionali. Il digitale è già decisivo: 8 turisti su 10 scelgono anche sulla base delle informazioni reperite online, dei social network, delle recensioni e delle offerte. Le destinazioni più competitive sono quelle capaci di costruire percorsi esperienziali coerenti, collegando benessere, territorio, cultura, paesaggio ed enogastronomia.

### **La competizione non sarà soltanto tra Spa.**

**Sarà sempre più tra destinazioni ed esperienze capaci di interpretare nuovi desideri di benessere.**

### **Conoscere il nuovo consumatore**

Per l'hospitality dei prossimi anni la sfida sarà comprendere non soltanto quanto crescerà il mercato, ma perché le persone cercano benessere, cosa desiderano vivere e cosa determina la scelta di una struttura rispetto a un'altra.

Dietro la stessa parola convivono aspettative differenti: rigenerazione e silenzio, longevità, natura e movimento, esperienza termale, digital detox, tempo, spazio e privacy. Per hotel, resort, Spa e territori significa passare progressivamente dall'offerta di servizi alla progettazione di esperienze.

ESTHETIMEDIA  
GROUP

Esthetimedia s.r.l.s. Cologno Monzese (MI) - T: +39 02.5004391 [www.esthetimedia.it](http://www.esthetimedia.it) [www.innovationbeautylab.com](http://www.innovationbeautylab.com) [www.lneitalia.it](http://www.lneitalia.it)



## Un mercato da conoscere e interpretare

*«Stiamo osservando un mercato che sta assumendo un peso sempre maggiore e, soprattutto, un consumatore che sta cambiando rapidamente. Per chi opera nell'hospitality e nel wellness significa avere davanti nuove opportunità, ma anche la necessità di comprendere meglio la domanda, costruire relazioni e interpretare in anticipo i cambiamenti. È da questa convinzione che nasce La Via delle Spa: creare un punto di osservazione e di incontro capace di accompagnare la crescita di questo mercato nei prossimi anni.»* - **Stefano Pennati, direttore generale Esthetimedia Group**

*«Oggi parlare di Spa significa andare molto oltre il trattamento. L'esperienza di benessere prende forma negli spazi, nella relazione con le persone e nel modo in cui ogni ospite viene accolto e accompagnato. Per chi progetta e gestisce una Spa, la sfida è comprendere queste aspettative e costruire un'esperienza coerente con ciò che si promette. La Via delle Spa nasce anche per dare spazio a questa riflessione, condividere competenze e aiutare il pubblico a orientarsi tra luoghi ed esperienze di benessere.»* - **Laura Grazioli, coordinatrice scientifica La Via delle Spa**

## Da questo scenario nasce la via delle spa

È dall'osservazione di questa trasformazione che nasce La Via delle Spa, il nuovo progetto di Esthetimedia Group dedicato alla Spa & Wellness Hospitality. Da una parte chi il benessere lo progetta, lo gestisce e lo rende possibile: hotel, resort, Spa, terme, Spa manager, imprenditori, architetti, progettisti, specialisti, aziende e brand. Dall'altra i consumatori del benessere, alla ricerca di luoghi, destinazioni ed esperienze capaci di rispondere ai propri desideri. La Via delle Spa svilupperà progressivamente informazione, contenuti, conoscenza del mercato, community, strumenti di orientamento e una directory nazionale delle destinazioni del benessere, con l'obiettivo di creare nel tempo nuove forme di incontro tra domanda e offerta.

## Dove il mondo Spa si incontra.

Il progetto sarà presentato ufficialmente l'11 e 12 ottobre 2026 a Milano, in occasione di IBL Innovation Beauty Lab, dove saranno aperte le prime registrazioni gratuite alla piattaforma. **Il viaggio comincia qui.** | [www.laviadellespa.com](http://www.laviadellespa.com)

---

## Contatti stampa

Stefano Pennati

339 5660096 - [stefano.pennati@esthetimedia.it](mailto:stefano.pennati@esthetimedia.it)

Katia Anna Calabrò

340 8362071 - [katia.calabro@esthetimedia.it](mailto:katia.calabro@esthetimedia.it)

## About Esthetimedia Group

La prima media company italiana specializzata nel mercato professionale beauty & wellness che per molti anni ha raccontato il mercato e, oggi, lavora attivamente a costruire la sua crescita su più livelli: editoria, media, ricerca, formazione, eventi, community, marketing e lead generation.

La via delle SPA è un brand del portfolio Esthetimedia Group, la media company beauty & wellness.

ESTHETIMEDIA  
GROUP

Esthetimedia s.r.l.s. Cologno Monzese (MI) - T: +39 02.5004391 [www.esthetimedia.it](http://www.esthetimedia.it) [www.innovationbeautylab.com](http://www.innovationbeautylab.com) [www.lneitalia.it](http://www.lneitalia.it)