

SALUTE, BENESSERE E QUALITÀ DELLA VITA

— Quando il territorio diventa un'infrastruttura di benessere —

SCHEDE DI LETTURA ANTICIPANTE

1- La forza predeterminata

SCHEDA 5

Negli ultimi decenni il concetto di salute ha conosciuto una trasformazione profonda. Per lungo tempo è stato prevalentemente associato alla cura della malattia e all'organizzazione dei sistemi sanitari. Oggi invece la salute viene interpretata in modo sempre più ampio come una condizione complessiva di benessere fisico, mentale, relazionale e ambientale.

L'Organizzazione Mondiale della Sanità aveva anticipato questa prospettiva già nel 1948, ma soltanto negli ultimi anni essa è entrata realmente nelle politiche pubbliche, nella ricerca scientifica e nei comportamenti individuali.

Parallelamente stanno emergendo altri fenomeni destinati a consolidarsi nei prossimi decenni:

- l'invecchiamento della popolazione (un vero e proprio megatrend!)
- l'aumento delle malattie croniche
- la diffusione di disturbi legati allo stress
- la crescente attenzione alla salute mentale
- il riconoscimento dei benefici prodotti dal contatto con la natura
- la ricerca di stili di vita più equilibrati.

Non si tratta di una moda dal momento che possiamo caratterizzarla come una trasformazione culturale profonda che modifica il modo in cui le persone scelgono dove vivere, lavorare, trascorrere il tempo libero e viaggiare. Sempre più spesso il territorio non viene valutato soltanto per ciò che offre, cioè perché è attrattivo, ma per ciò che **fa stare bene**.

La **qualità della vita** tende progressivamente a diventare **un criterio di competitività territoriale**.

2- Perché riguarda direttamente l'Alto Casertano

L'Alto Casertano possiede caratteristiche che, fino a pochi anni fa, erano percepite prevalentemente come elementi paesaggistici. Le vaste superfici forestali del Matese, di Monte Maggiore e di Roccamonfina; la qualità dell'aria; l'abbondanza di risorse idriche; la bassa densità abitativa; il ridotto inquinamento luminoso in numerose aree; la presenza di paesaggi agricoli ancora leggibili; il silenzio; la ricchezza enogastronomica; la rete dei piccoli borghi e dei cammini costituiscono un insieme di condizioni che, lette separatamente, sembrano ordinarie, ma che nel loro insieme delineano un vero e proprio **ecosistema del benessere**. Studi di contesto ambientale e quello culturale mettono in evidenza questa pluralità di risorse, anche se prevalentemente in chiave descrittiva.

La lettura anticipante suggerisce invece un cambio di prospettiva: il punto non è chiedersi se il territorio possieda elementi di pregio, che pur ci sono, ma è comprendere se questi elementi, messi in relazione tra loro, possano costituire una risposta a una domanda sociale destinata a crescere.

In questo senso il benessere sta diventando un relevantissimo settore economico e una lente attraverso cui reinterpretare l'intero territorio.

3- Come cambia il significato del territorio

La crescente attenzione alla qualità della vita modifica il significato di molte risorse già presenti nell'Alto Casertano, ad esempio:

- **Il silenzio diventa un bene raro** - Per secoli il silenzio è stato semplicemente una caratteristica di molti territori rurali. Oggi sta progressivamente diventando una risorsa in una società contemporanea caratterizzata da un'esposizione continua a stimoli sonori, digitali e visivi. In questo contesto, un territorio che offre quiete, ritmi distesi e possibilità di concentrazione acquisisce un valore crescente. Il silenzio non è più assenza di attività. È una condizione favorevole al recupero dell'attenzione, alla riflessione, alla creatività e al benessere psicologico.
- **Il paesaggio diventa esperienza** - Il paesaggio non viene più percepito soltanto come qualcosa da osservare, ma diventa uno spazio da vivere, facendo tante attività (visitare ma anche sostare, degustare ma anche conversare, fare sport e riposare). Il valore del paesaggio si sposta progressivamente dalla contemplazione alla partecipazione spesso attiva.
- **Il cibo cambia funzione** - Le produzioni agroalimentari locali (dal Conciato Romano di Castel di Sasso ai formaggi del Matese, dagli oli ai vini del Caiatino, dalle castagne di Roccamonfina alle produzioni orticole delle valli) non rappresentano più soltanto eccellenze gastronomiche. Sono ingredienti di benessere e salute. E la conoscenza di chi li produce e di come li produce diventa esperienza gratificante su quel territorio. E il cibo diventa un modo di abitarlo (anche se per un tempo limitato e non solo come residenti).

- **La natura diventa cura** - La ricerca scientifica ha documentato con crescente evidenza gli effetti positivi del contatto con gli ambienti naturali sul benessere psicofisico. Le foreste del Matese, i castagneti di Roccamonfina, i sentieri di Monte Maggiore, le rive del Volturno o del Lete possono così assumere una funzione che va oltre quella ricreativa come luoghi di rigenerazione per residenti e ospiti.
- **Il tempo lento diventa un valore** - Nelle società caratterizzate da crescente accelerazione, il territorio interno offre una risorsa difficile da riprodurre altrove. Non semplicemente lentezza, ma disponibilità di tempo per far e le cose che difficilmente si svolgono nella quotidianità lavorativa. Il tempo diventa parte integrante dell'esperienza.

4- Le tensioni strategiche

La crescente domanda di benessere apre nuove opportunità ma introduce anche tensioni importanti, ad esempio:

- **Benessere o consumo del benessere?** Trasformare il territorio in destinazione per il benessere non deve significare banalizzare o commercializzare le sue caratteristiche più autentiche.
- **Esperienza o spettacolarizzazione?** L'autenticità rappresenta uno dei principali fattori di attrattività. La ricerca di esperienze sempre più "vendibili" potrebbe però produrre l'effetto opposto.
- **Benessere individuale o benessere delle comunità?** - La qualità della vita dei visitatori non può essere costruita a discapito di quella dei residenti. Ma questo non crea vero valore, semmai conflitti. Al contrario le due dimensioni dovrebbero rafforzarsi reciprocamente.
- **Attrattività o capacità di carico?** - L'aumento della domanda potrebbe generare pressioni crescenti sugli ecosistemi e sulle comunità locali. Bisogna governare questa crescita.

5- Prime direzioni per i percorsi tematici

Ecco alcune ipotesi:

- **Le vie del benessere naturale** - Percorsi che integrano foreste, acqua, alimentazione, attività fisica, paesaggio e cultura. Non un semplice itinerario, ma un'esperienza coerente.
- **I paesaggi del gusto** - Non soltanto itinerari enogastronomici, ma creazione di esperienze che collegano produzione agricola, paesaggio, biodiversità, salute e identità culturale.
- **Le foreste del benessere** - Boschi interpretati come luoghi di rigenerazione fisica e mentale, per fare esperienze sensoriali ed intellettuali ma anche per studiare, dedicarsi alla manualità.

- **I borghi della qualità della vita** - Piccoli centri nei quali il visitatore possa sperimentare ritmi, relazioni e forme di ospitalità differenti rispetto agli ambienti urbani, come in parte, ma in maniera più istintiva e occasionale.
- **Le vie dell'acqua e del silenzio** - Luoghi nei quali il benessere nasce dalla qualità complessiva dell'ambiente.

6- Domande di foresight

Ecco alcune domande rilevanti sul tema:

- Come cambierà il significato della qualità della vita nei prossimi vent'anni?
- Quali caratteristiche dell'Alto Casertano diventeranno più preziose in una società sempre più urbanizzata e digitalizzata?
- È possibile progettare esperienze di benessere senza trasformare il territorio in un prodotto standardizzato?
- Come coinvolgere le comunità locali nella costruzione di una cultura del benessere condiviso?
- Quali nuove professioni potrebbero nascere attorno al benessere territoriale?
- Il benessere può diventare un principio organizzatore dell'intera Strategia di Sviluppo Locale?

7- Segnali da osservare nei prossimi cinque anni

Sarà utile monitorare:

- la crescita delle richieste di soggiorni medio-lunghi;
- l'interesse per esperienze nella natura;
- l'evoluzione del turismo outdoor non competitivo;
- la diffusione di pratiche legate al benessere psicofisico;
- la valorizzazione delle produzioni alimentari locali in chiave salutistica;
- la nascita di reti tra produttori, strutture ricettive e operatori culturali;
- la domanda di attività rivolte alle famiglie e alle persone anziane;
- la crescita di iniziative dedicate al benessere nei piccoli comuni.