

Il Manifesto dei Longennials, Con chi riparte l'economia?

MANIFESTO dei Longennials I Longevi del Terzo Millennio



- 1 Grazie alle conoscenze e agli stili di comportamento, la civiltà moderna ha favorito l'allungamento della durata media di vita degli individui. Tale tendenza si conferma in un numero sempre maggiore di nazioni.
- 2 In prospettiva si allarga a sua volta la possibilità per un'ampia fascia della popolazione di raggiungere traguardi di età elevata e diventare così i "Longennials", i longevi del Nuovo Millennio.
- 3 Grazie a questo trend si assiste a una loro maggiore e progressiva presenza attiva in realtà sociali, imprenditoriali e di servizio, e a un loro dinamico ruolo sulla scala dei consumi.
- 4 Le fasce di età più mature sono dunque, per quantità e qualità della loro presenza in società, la nuova realtà emergente del Terzo Millennio.
- 5 I temi e i problemi che sorgono da questa trasformazione in atto meritano di essere dibattuti su scala nazionale e ai livelli delle istituzioni comunitarie e internazionali.
- 6 Il sistema politico e sociale deve ascoltare, interpretare e difendere le istanze, gli interessi e i bisogni dei Longennials.
- 7 Attualmente, e ancor più in prospettiva, i Longennials rappresentano i depositari di un inestimabile patrimonio di conoscenze e competenze che le istituzioni devono valorizzare.
- 8 I Longennials costituiscono uno dei pilastri più rappresentativi nella costruzione e nella tutela dei patrimoni finanziari presenti e futuri.
- 9 Occorre promuovere una cultura adeguata sul tema della longevità, che sappia dialogare con la molteplicità delle discipline coinvolte (salute, benessere, attività, economia, finanza, architettura, etc.) e che sappia rappresentare con precisione ed efficacia il fenomeno a tutti i livelli: istituzionale, accademico, politico, sociale, comunicativo.
- 10 La longevità è dunque la prospettiva attraverso cui guardare, interpretare e rappresentare - già da oggi - la società del domani.



ACTIVELONGEVITY.IT | ACTIVELONGEVITY.EU

di **PAOLO GILA**

In occasione della ripartenza della Fase 2, è stato pubblicato il Manifesto dei Longennials, i longevi del Terzo Millennio. Si tratta di un documento, primo e unico del suo genere, che fissa in dieci punti i principi e i criteri per dare rappresentanza a una fascia generazionale che merita più attenzione e considerazione e della quale faranno parte molti di noi grazie alla crescente aspettativa di vita grazie alla salute e agli stili di comportamento.

Il ritorno alle attività coinvolge tutti i cittadini. Riaprono imprese, esercizi commerciali, ristoranti, alberghi. Molti dei titolari e dei collaboratori di queste realtà sono over 60. E' anche grazie a loro che il motore dell'economia può riaccendersi. I dati della pandemia, che sembra aver colpito soprattutto la parte più anziana della popolazione, non devono comunque trarre in inganno: i guariti e i pazienti in via di guarigione si trovano in tutte le fasce di età.

Sono e saranno le persone attive, intraprendenti e volitive a trainare la ripresa dopo l'esperienza del Covid-19. E a quanto pare, gli attivi non hanno età, si trovano in tutte le generazioni. Ad esempio, secondo una recente stima (base Istat, censimento 2018) condivisa da diversi centri di ricerca, un terzo degli industriali e dei commercialisti ha più di 60 anni. Ma analoghe percentuali si ritrovano in altre categorie del commercio e dell'agro-alimentare. Difficile quindi non considerare che una parte degli attivi siano proprio da ricercarsi negli over 60 e che dal punto di vista della classificazione vengono definiti nella categoria della active longevity.

In Italia secondo l'Istat esistono oltre 17 milioni di persone che hanno più di 60 anni e questo numero è destinato a crescere nel corso dei prossimi anni (secondo alcune stime demografiche potrebbero salire a 23 milioni nel 2040). Questa parte della popolazione detiene la maggior parte delle risorse conoscitive e finanziarie del Paese, ma ha scarsa o nulla visibilità. Eppure questa parte degli italiani vive in una casa di proprietà, i mezzi e il tempo di cui dispone consente loro di aiutare economicamente i familiari (30% dei casi), di avere una vita sociale più ricca frequentando più spesso gli amici, di fare sport (il 14,4% tra i 65 e i 74 anni) e di andare in vacanza. Risultano in crescita anche le attività di volontariato, e i consumi restano più alti della media per casa, salute e alimentari. Inoltre, rispetto a dieci anni fa, gli anziani spendono di più per internet (utilizzato da quasi il 30% dei 64-74enni), per attività culturali (teatro, cinema e musei) e per la pratica sportiva.

“La cultura della longevità non viene assolutamente scalfita da questa crisi, che ha toccato e sta toccando tutti”, precisa Francesco Priore, amministratore delegato di ALI*, Active Longevity Institute. “Con consapevolezza – e crediamo con lungimiranza – abbiamo meditato un Manifesto della Longevità, dedicato alla aspettativa di lunga vita che la nostra società continua a garantire e che difenderemo”.

È stato chiamato il Manifesto dei Longennials*, i longevi del Terzo Millennio. In dieci punti sono stati fissati alcuni principi che istituzioni e forze sociali dovranno considerare perché non si può prescindere da un patrimonio di competenze e risorse che proprio nell'età matura si consolidano.

È quindi auspicabile che le istituzioni, i media e la politica prendano in considerazione le istanze di una parte della popolazione che nella sua dinamicità ha temi, risorse e spesso anche risposte ai problemi della società. Non ultima, la questione della ripartenza. Se non ci fossero queste persone intraprendenti una fetta dell'economia sparirebbe di colpo. E non c'è da meravigliarsi, perché anche i giovani e i maturi di oggi potrebbero essere con ampia probabilità i longevi di domani. In questo Terzo Millennio siamo destinati a diventare Longennials. Grazie al Manifesto ne abbiamo ora piena consapevolezza.

Note

- **Longennials** è un termine coniato da ALI per indicare coloro che già oggi mostrano longevità o che per le condizioni in cui vivono hanno ampie possibilità di essere longevi attivi, nel corso di questo primo secolo del Terzo Millennio.
- **ALI, Active Longevity Institute** è una società di consulenza creata nell'estate del 2019 per affrontare i temi della longevità, in tutte le sue varie declinazioni, facendo soprattutto riferimento alla parte attiva della quota di popolazione che rappresenta nel suo insieme la Silver Economy.

MANIFESTO DEI LONGENNIALS

I Longevi del Terzo Millennio

- 1) Grazie alle conoscenze e agli stili di comportamento, la civiltà moderna ha favorito l'allungamento della durata media di vita degli individui. Tale tendenza si conferma in un numero sempre maggiore di nazioni.
- 2) In prospettiva si allarga a sua volta la possibilità per un'ampia fascia della popolazione di raggiungere traguardi di età elevata e diventare così i "Longennials", i longevi del Nuovo Millennio.
- 3) Grazie a questo trend si assiste a una loro maggiore e progressiva presenza attiva in realtà sociali, imprenditoriali e di servizio, e a un loro dinamico ruolo sulla scala dei consumi.
- 4) Le fasce di età più mature sono dunque, per quantità e qualità della loro presenza in società, la nuova realtà emergente del Terzo Millennio.
- 5) I temi e i problemi che sorgono da questa trasformazione in atto meritano di essere dibattuti su scala nazionale e ai livelli delle istituzioni comunitarie e internazionali.
- 6) Il sistema politico e sociale deve ascoltare, interpretare e difendere le istanze, gli interessi e i bisogni dei Longennials.
- 7) Attualmente, e ancor più in prospettiva, i Longennials rappresentano i depositari di un inestimabile patrimonio di conoscenze e competenze che le istituzioni devono valorizzare.
- 8) I Longennials costituiscono uno dei pilastri più rappresentativi nella costruzione e nella tutela dei patrimoni finanziari presenti e futuri.
- 9) Occorre promuovere una cultura adeguata sul tema della longevità, che sappia dialogare con la molteplicità delle discipline coinvolte (salute, benessere, attività, economia, finanza, architettura, etc.) e che sappia rappresentare con precisione ed efficacia il fenomeno a tutti i livelli: istituzionale, accademico, politico, sociale, comunicativo.
- 10) La longevità è dunque la prospettiva attraverso cui guardare, interpretare e rappresentare – già da oggi – la società del domani.