

# Emergenza Covid: si riparte con gli anziani del Terzo Millennio

di Gianfranco Ursino



(Seventyfour - stock.adobe.com)

17 maggio 2020

Salva Commenta



3' di lettura

Per i governi l'invecchiamento della popolazione in genere è una sfida da affrontare principalmente su due fronti: in primo luogo comporta un aumento dei costi sanitari per fornire adeguato sostegno alle persone anziane e, in secondo luogo, comporta l'aumento della spesa pensionistica. Due voci di spesa che vanno a incidere sui debiti pubblici che oggi, ancora di più, sono sotto pressione per le iniziative che i vari Stati stanno mettendo in atto per superare l'emergenza Covid-19 e favorire la ripartenza dell'economia.

## Leggi anche

- Moody's: l'invecchiamento degli italiani spingerà il deficit/Pil al 5% in dieci anni

Per gli operatori finanziari, invece, la crescita degli over 70 è un bel trend da cavalcare. Per le **banche** sono un bacino di potenziali clienti che detengono una parte rilevante dei risparmi nazionali, per le **compagnie di assicurazione** rappresentano un'opportunità in più per offrire polizze Long Term Care, per le **società di gestione** la cosiddetta silver economy è invece un'occasione di investimento da proporre ai sottoscrittori di fondi comuni anche se mancano i prodotti realmente a loro dedicati.

## Leggi anche

- Welfare, lavoro e silver economy le sfide del Covid-19 per gli over 60

Ma **la longevità è una risorsa che va ben oltre** l'impatto economico sui bilanci statali e degli operatori finanziari. Solo rimanendo in un ambito prettamente economico va innanzitutto ricordato che le generazioni meno giovani, soprattutto nel contesto emergenziale attuale e nello scenario post-Covid che abbiamo alle porte, dovranno sempre di più intervenire per supportare finanziariamente figli e nipoti. Tuttavia occorre andare oltre e allargare ulteriormente gli orizzonti per avere una visione più ampia delle risorse che la popolazione anziana può mettere a disposizione della società in cui viviamo.

A sollevare il tema ci ha pensato la società di consulenza **Active Longevity Institute (ALI)** che in occasione della ripartenza della Fase 2, lancia il "[Manifesto dei Longennials](#)", [i longevi del Terzo Millennio](#). Si tratta di un documento, primo e unico del suo genere, che fissa in 10 punti i principi e i criteri per dare rappresentanza a una fascia generazionale che merita più attenzione e considerazione. 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. «La cultura della longevità non viene assolutamente scalfita da questa crisi, che ha toccato e sta toccando tutti – spiega Francesco Priore, amministratore delegato di Active Longevity Institute -. 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. 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. È anche grazie a loro che il motore dell'economia può riaccendersi. Con consapevolezza abbiamo meditato un Manifesto della Longevità, dedicato all'aspettativa di lunga vita che la nostra società continua a garantire e che difenderemo».

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). [Oltre 7 milioni sono ultra 75enni](#). «Questa parte della popolazione, pari a quasi a un terzo – spiega Priore -, detiene la maggior parte delle risorse conoscitive oltre che quelle finanziarie del Paese, ma ha scarsa o nulla visibilità. Eppure la gran parte degli italiani over 60 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**. Sono tipicamente spenditori netti, in condizione di rivedere i propri **investimenti immobiliari** e di liquidare le **attività finanziarie**, così sostenendo la **domanda di beni e servizi**. I consumi restano infatti più alti della media per **casa, salute e alimentari**. Risultano in crescita anche le attività di **volontariato**. I Longennials costituiscono la terza economia del mondo, dopo USA e Cina, già da oggi e per i prossimi 25 anni».

Rispetto a 10 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. E anche le **piccole e medie imprese**, nota ossatura dell'azienda Italia, si caratterizzano per una importante presenza di esponenti e manager agée. Gli imprenditori over 60 sono il 53%, percentuale che supera l'80% nelle imprese familiari con fatturato superiore a 50 milioni di euro.