

“La terza economia del mondo merita più visibilità”

19 maggio 2020

DI ALESSIO TRAPPOLINI

🕒 2,30 min

Sono gli over 65 a detenere la maggior parte delle risorse conoscitive e finanziarie del Paese, una fascia di età che però “ha scarsa o nulla visibilità”, dice Francesco Priore (Active Longevity Institute)



*Francesco Priore, amministratore delegato di A.L.I.
– Active Longevity Institute*

Superato il trauma coronavirus l'Italia riparte anche grazie alla fascia di popolazione più anziana, gli **over 65**, quella più colpita dalla pandemia.

“La cultura della longevità non viene assolutamente scalfita da questa crisi, che ha toccato e sta toccando tutti”, precisa Francesco Priore, amministratore delegato di A.L.I. – Active Longevity Institute, società di consulenza creata per affrontare i temi della longevità, in tutte le sue varie declinazioni.

Del resto, i “**Longennials**” – così li definisce Priore – costituiscono “la terza economia del mondo, dopo Usa e Cina, già da oggi e per i prossimi 25 anni”.

Un bacino di potenziali clienti cui i consulenti finanziari italiani dovrebbero prestare attenzione visto che 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, pari a quasi a un terzo, detiene la maggior parte delle **risorse conoscitive e finanziarie** del Paese, ma ha scarsa o nulla visibilità.

Eppure, sottolinea l'Active Longevity Institute nel suo manifesto, 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.

“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”, spiega Priore. I consumi restano infatti più alti della media per casa, salute e alimentari. Risultano in crescita anche le attività di volontariato. 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. Nello stesso periodo di tempo gli over 75 sono cresciuti di una volta e mezza.

Anche le **piccole e medie imprese**, nota ossatura dell'azienda Italia, si caratterizzano per una importante presenza di esponenti e manager *agée*.

“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”, chiosa Priore.