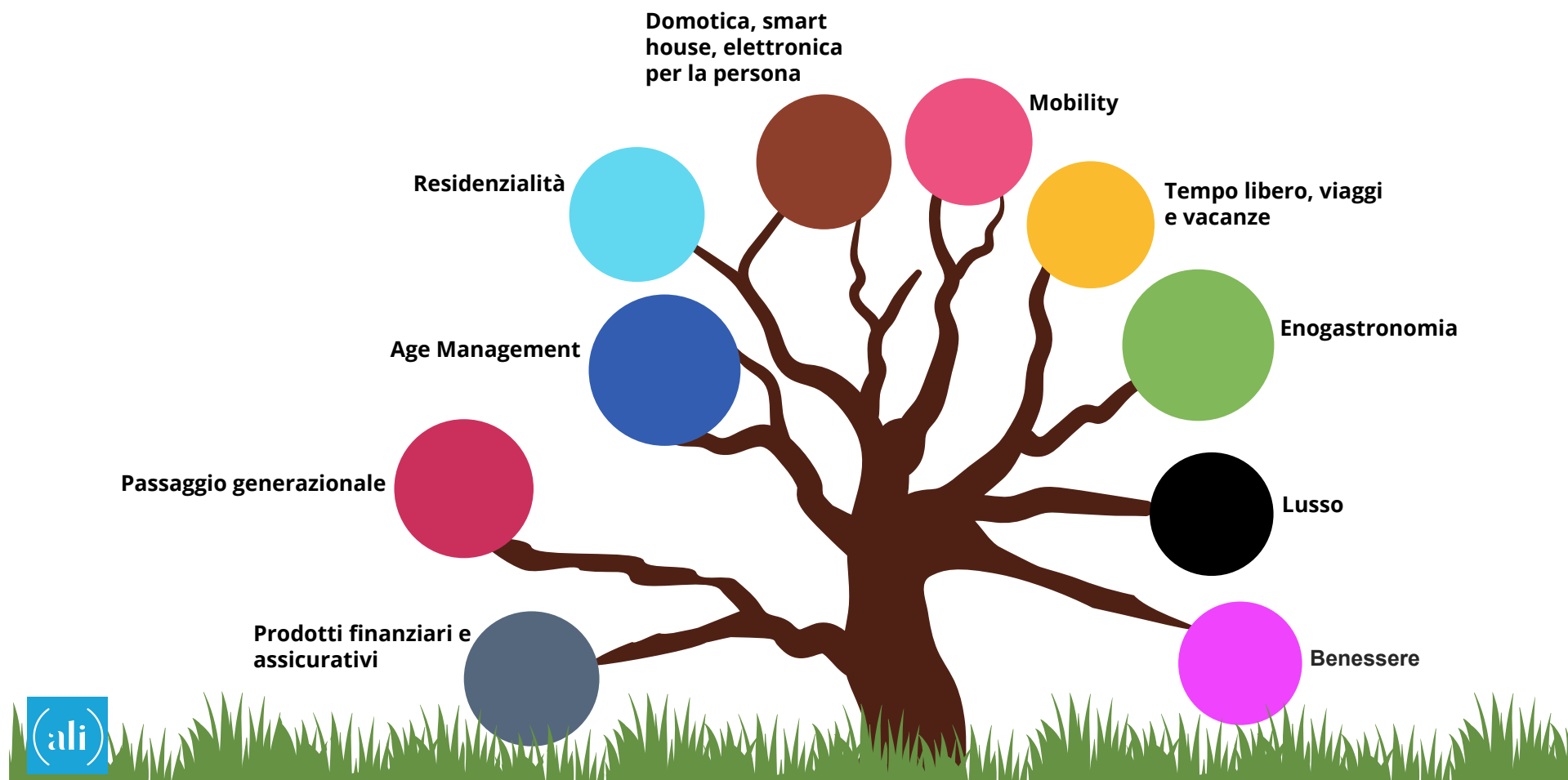


Silver Economy

Oggi gli over 60 sono un terzo della popolazione, vuol circa dire 18 milioni di persone, per la maggior parte ancora attive, in buona forma fisica, patrimonializzate, eppure quasi totalmente ignorate da marketing, R&D e comunicazione. Un potenziale mercato vastissimo e molto variegato di prodotti e servizi rivolti alle persone senior della nostra popolazione. Per comprendere il senso possiamo dire che la Silver economy rappresenta la terza economia al mondo.



Silver Economy



Silver Economy

PRODOTTI FINANZIARI ASSICURATIVI E BANCARI



Il calo costante della natalità e l'aumento della longevità impongono una revisione di servizi e prodotti finanziari per investitori senior con un orizzonte temporale, all'età pensionabile, di 20/25 anni.

Il rischio longevity, non interessa solo il mercato assicurativo con soluzioni di polizze vita e LTC o quello finanziario con piani di accumulo a lungo termine e nuove logiche di asset allocation, ma anche la consulenza patrimoniale della clientela senior, che deve evolvere in chiave di pianificazione della longevità.

Silver Economy

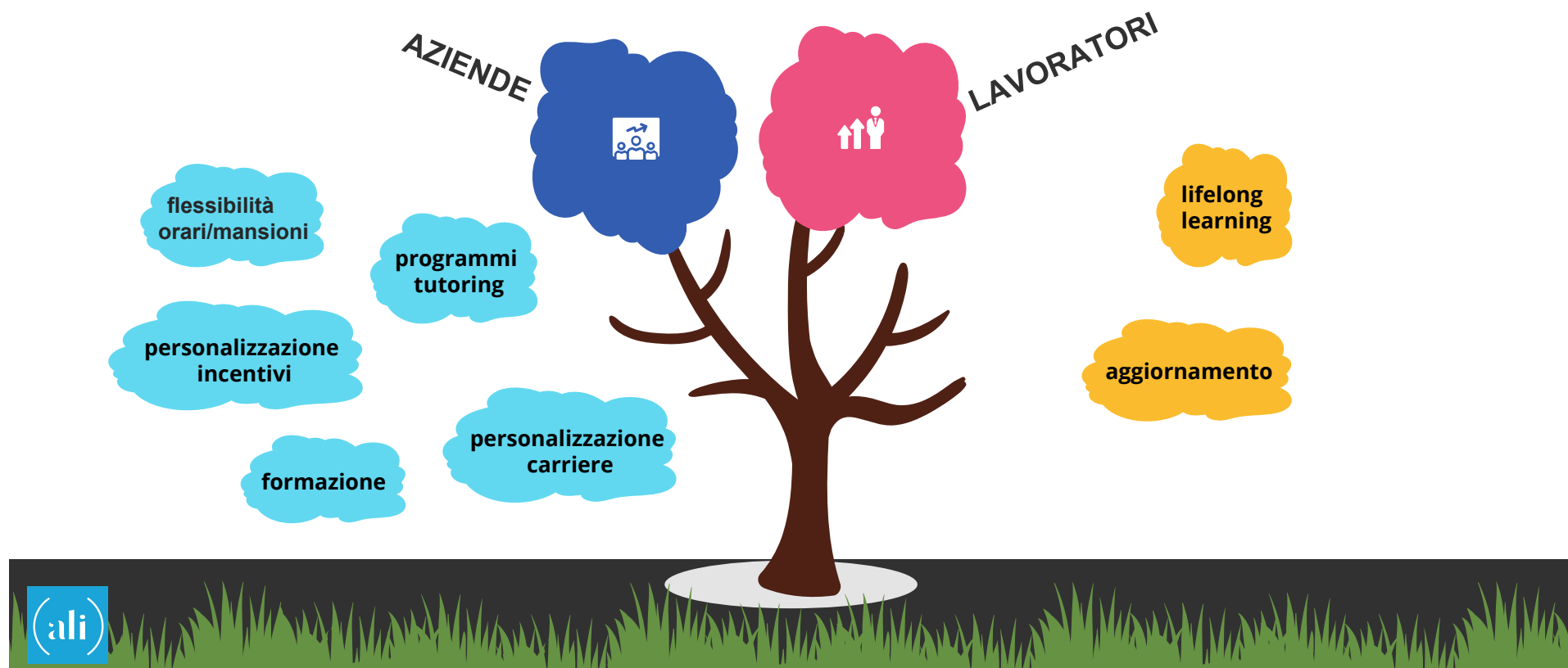
PASSAGGIO GENERAZIONALE

Il tessuto industriale del nostro paese fortemente connotato da PMI i cui titolari e spesso amministratori sono over 60, impone di portare a scala il passaggio generazionale finora gestito a livello familiare. Questo modo di affrontare il problema ha infatti prodotto che solo 1 azienda familiare su 3 supera il passaggio generazionale con successo. Pianificazione patrimoniale, successoria e generazionale solo alla base della consulenza finanziaria per una clientela senior.



Silver Economy

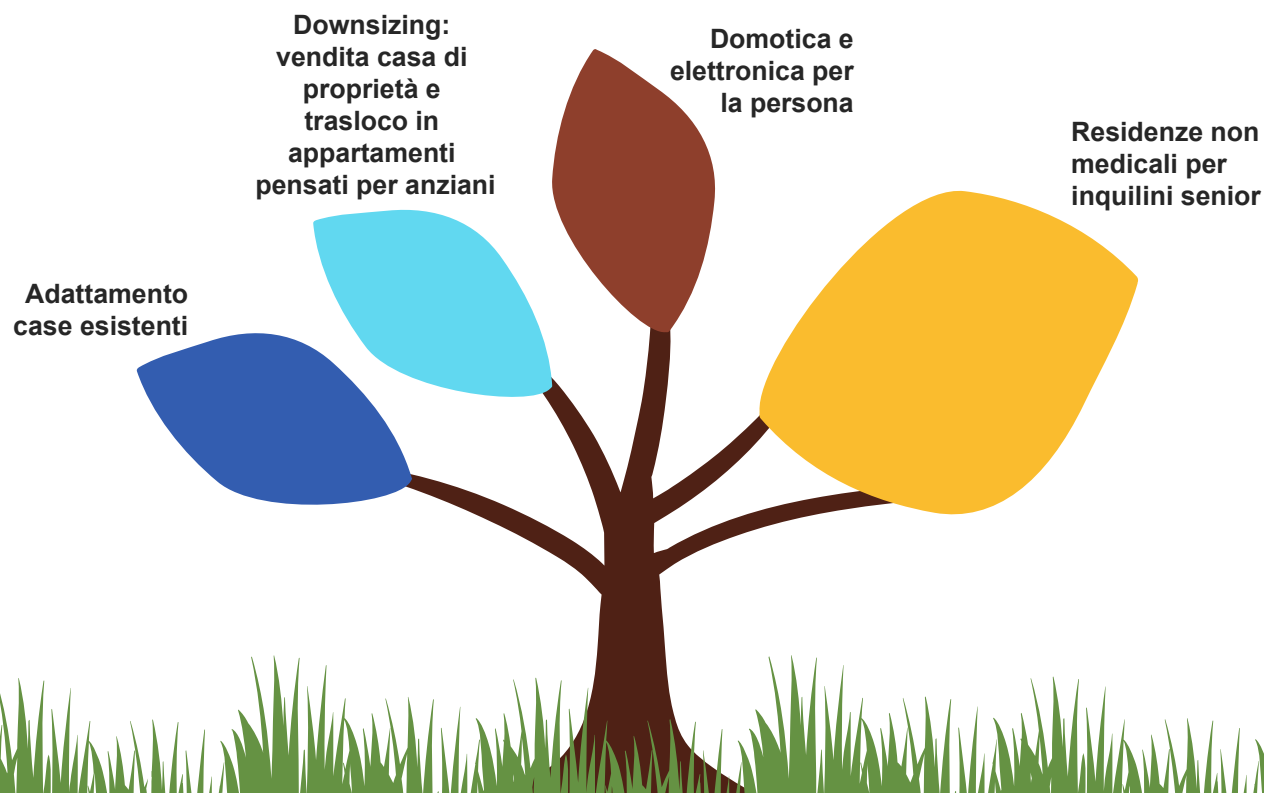
AGE MANAGEMENT



Silver Economy

RESIDENZIALITA'

La prospettiva di longevità porta a domandarsi se le case nelle quali viviamo saranno ancora confortevoli quando avremo 85/90 anni. Il mercato edilizio può rispondere con soluzioni diverse che vanno dall'adattamento delle case esistenti a residenze private pensate per senior in salute, coniugando la privacy di un appartamento privato con servizi comuni. A questo mercato si affiancano prodotti di domotica ed elettronica per la persona.



Silver Economy

MOBILITY

Trasporto pubblico

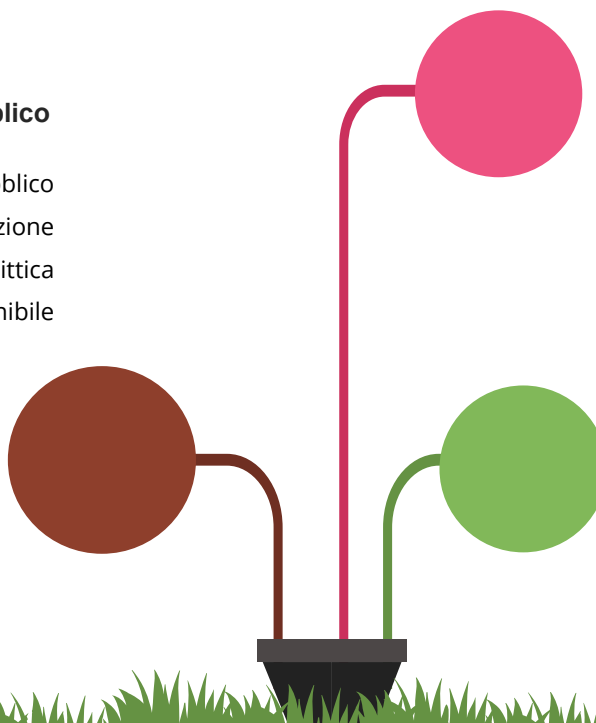
L'urbanistica e il trasporto pubblico sono punti di volta nella pianificazione delle smart city soprattutto nell'ottica dell'invecchiamento sostenibile

Servizi di auto con autista

Una specie di Uber per senior ad esempio, con autisti formati per la clientela specifica, auto con facilità di accesso e trasporto carrozzelle, sistemi di monitoraggio/contatto con familiari

Auto senza pilota

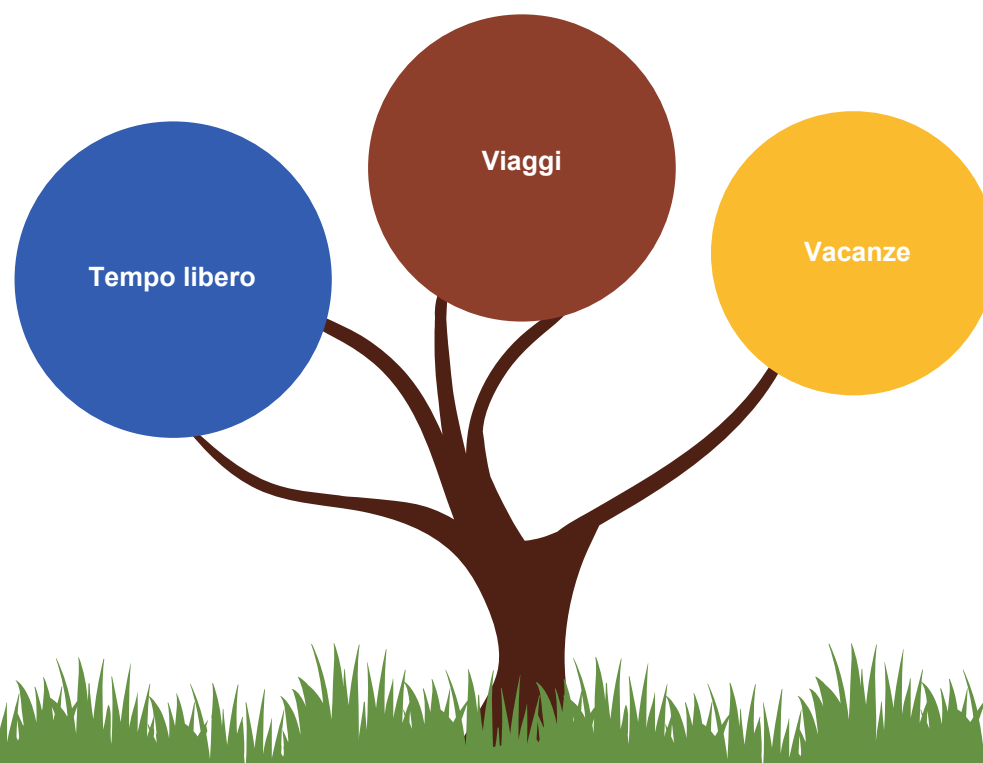
Seppur in mezzo alle polemiche, l'idea che un computer al volante possa essere più sicuro di un anziano al volante sta contribuendo a sviluppare il mercato delle smart car.



Silver Economy

TEMPO LIBERO, VIAGGI, VACANZE

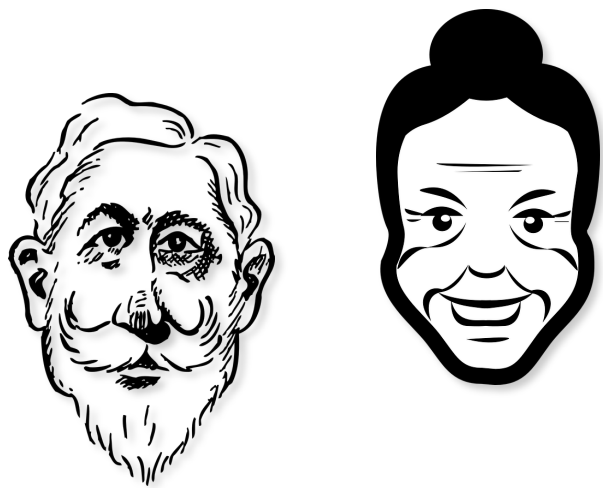
Le ricerche ci dicono che la spesa per cultura e tempo libero degli anziani è aumentata di circa del 50% dal 2010 al 2020.



La spesa per viaggi e vacanze nella fascia senior (over 65) è aumentata del 38,4% negli ultimi 10 anni, fino a pesare per 5 miliardi di euro.

Silver Economy

ENOGASTRONOMIA & LUSO

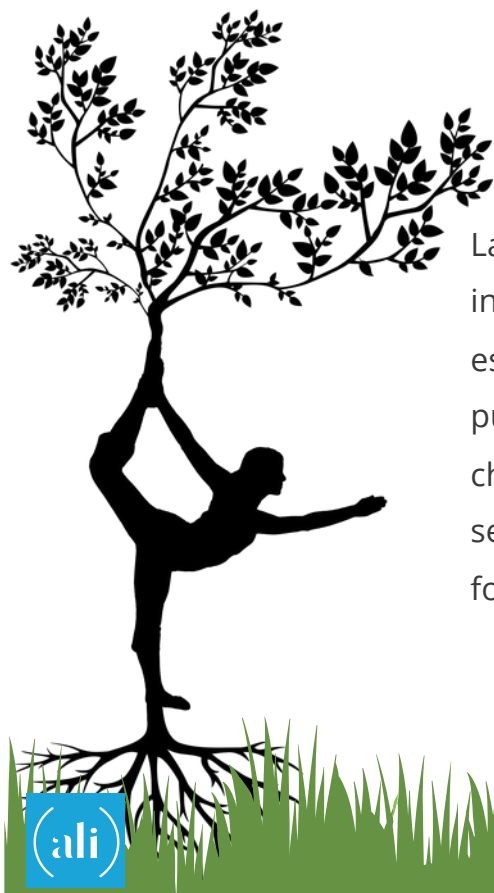


Una buona parte dei nostri senior sono i cosiddetti Baby Boomers che hanno disegnato il mondo moderno come lo conosciamo e diretto la rivoluzione tecnologica. Abituati alle innovazioni e alla qualità, sono loro ad alimentare il mercato del lusso

Negli ultimi 25 anni la ricchezza media familiare degli over 65 è aumentata del 77% mentre quella delle famiglie millennial è diminuita del 34,6%.

Secondo le stime del britannico International Longevity Center, la propensione alla spesa in moda e accessori degli over 50 aumenterà del 60% fra 2019 e 2040, pari a un giro d'affari da circa 13 miliardi di

Silver Economy



La forma fisica in età anziana si traduce in facoltà di fare cose, di viaggiare, di essere di aiuto, di godersi la vita. Sia dal punto di vista più propriamente fisico che da quello psico-fisico e spirituale, i senior sono grandi fruitori di svariate forme di benessere.

BENESSERE

