

Gli anziani del Terzo Millennio motore della ripartenza

di Redazione Advisor

HIGHLIGHTS

utilizza [cookie](#) per garantirti la migliore esperienza di navigazione. Continuando a navigare, accetti il loro utilizzo. In alternativ

LA NEWS



Gli anziani, la categoria maggiormente colpita dal **Coronavirus**, chiedono di avere più voce in capitolo ed essere considerati maggiormente. E proprio in occasione della ripartenza della Fase 2, viene 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.

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 perfino 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. 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.

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. Gli imprenditori over 60 sono il 53%, percentuale che supera l'80% nelle imprese familiari con fatturato superiore a € 50 mil (pari al 23,6% del PIL).

“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. “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”.

E' 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.