



BLU, VERDE E ARGENTO: I NUOVI COLORI DELLA FINANZA

MEDICINA E TECNOLOGIA, TRANSIZIONE ECOLOGICA E SILVER ECONOMY:
SONO I SETTORI IN CUI CI SONO LE MAGGIORI OCCASIONI D'INVESTIMENTO A LUNGHISSIMO TERMINE.
COME SFRUTTARLE? SE NEL CASO DEL TECH E DEL GREEN LA STRADA È SEGNATA,
C'È ANCORA MOLTO DA FARE SUL FRONTE DELL'AGEING. PERCHÉ GLI ANZIANI DI OGGI SONO ESIGENTI E CURIOSI,
POSSIEDONO RISORSE ECONOMICHE, HANNO STUDIATO E VIAGGIATO.
E VOGLIONO CONTINUARE A GIRARE IL MONDO, A MANGIARE NEI RISTORANTI STELLATI,
A CONSUMARE ARTE E CULTURA E PRODOTTI DI QUALITÀ. CHE SPESSO NON SONO PENSATI PER LORO.
IL CHE NE FA UN MERCATO QUASI DEL TUTTO INESPLORATO

di Emanuela Notari – Active Longevity Institute

Il Next Generation Ue ha indicato le linee guida per il rilancio del continente dopo la pandemia, abbracciando i trend che erano già sottotraccia e che il Covid 19 ha accelerato spingendoli in superficie come una scossa tellurica. Come già in altri ambiti, anche in questo caso seguire il denaro è buona strategia per capire dove andrà il mercato finanziario del futu-

ro. Dove va il denaro Ue? Se dovessimo scegliere di illustrare il Piano di Ripresa e Resilienza europeo a colori, dovremmo usare il blu della medicina e della tecnologia. Tecnologia nel senso di digitalizzazione, intelligenza artificiale, automazione, in tutti i settori dove la velocità e la sostenibilità saranno impulso per la crescita. Medicina nel senso di



→ innovazione e prevenzione. Basta pensare a come la tecnologia dell'Rna messaggero abbia stravolte le vecchie tecniche vaccinali tracciando la strada del futuro di infinite terapie e profilassi. Poi, sicuramente, dovremmo scegliere il verde della transizione ecologica: la direzione presa dall'Europa è chiara. Non si può investire nel proprio benessere, senza occuparsi del benessere dell'ambiente in cui viviamo. Un po' come mettersi la mascherina dell'ossigeno in un'emergenza aerea prima di aiutare chiunque altro. Gli investitori premieranno sempre più le imprese sostenibili sia sul piano ambientale che su quello sociale, facendo assurgere l'ambiente a ruolo di stakeholder insieme con lavoratori, vicini comunitari, istituzioni. Il capitalismo non sta morendo come molti predicevano, sta evolvendo. Il terzo colore, che se non traspare dai piani europei, si fa notare al livello della finanza internazionale, è colore argento della silver economy. Le società mature in tutto il mondo stanno vivendo un invecchiamento della popolazione dato dalla qualità della vita, che ci permette di essere oggi molto più longevi rispetto a 50 anni fa, e dal crollo delle nascite, conseguenza del benessere e della scolarizzazione, con il contributo, specie da noi, dell'assenza di politiche attive di welfare familiare o femminile a sostegno della maternità.

La mia specializzazione mi permette di approfondire il settore degli investimenti legato a una società sempre più anziana.

La definizione della Ue di Silver Economy è "the sum of all economic activity that serve the needs of people aged 50 and over, including the products and services they purchase directly and the further economic activity this spending generates". Ovvero tutti i prodotti e servizi destinati agli over 50, sia nel senso di economia diretta generata dai loro consumi, sia l'indotto rappresentato all'economia dei lavoratori della silver economy. Veder segnare il confine di inizio della silver economy a 50 anni fa un po' effetto, ma si può interpretare come la volontà delle istituzioni di tener sotto controllo i trend in anticipo rispetto alla loro emersione. Considerando solo gli over 65, in Italia, dove la silver economy è ancora tutta da sviluppare, i consumi silver superano i 300 miliardi di euro, sostenendo 5.642 posti di lavoro per un PIL complessivo di 417 miliardi di euro (Ufficio Studi Itinerari Previdenziali). Quali saranno i prodotti e servizi più gettonati nel mondo silver? Il progresso medico-scientifico e il miglioramento delle condizioni di vita e di lavoro hanno permesso di aggiungere all'aspettativa media di vita 10 anni in più solo nel corso degli ultimi 40, ma almeno 20 in più rispetto agli anni 60. Oggi, infatti, si vive mediamente fino a 83 anni (media tra le donne, più longeve, e gli uomini). Ma chi lavora nei settori di punta del medtech sostiene che chi nasce oggi potrà ambire tranquillamente a vivere fino a 130 anni. Vero o no, il trend della longevità è tracciato e, salvo disgrazie, non potrà che migliorare. A nutrirlo, la combinazione di sviluppo tecnologico e ricerca biomolecolare. E una importante iniezione di capitali. Non è infatti pensabile essere riusciti a quasi sconfiggere la mortalità senza riuscire a sconfiggere l'invecchiamento. È quello che si prefiggo-

no le oltre 20.000 mila aziende impegnate, secondo l'Aging Analytics Agency, nell'industria della Longevity, un mercato stimato in 25 trilioni di dollari, in crescita del 30% nell'anno del Covid. Sono 19 ex start-up che hanno debuttato in Borsa nel 2020, e molte altre se ne aspettano nel biennio 2021/2022. Nel 2020 Il MIT (Massachusetts Technological Institute) Technology Review ha identificato la medicina anti-aging come uno delle 10 innovazioni tecnologiche destinate ad avere maggior impatto sulla risoluzione dei problemi dell'umanità.

Ma la punta di diamante della medtech della longevity trascinerà con sé tutto l'indotto volto a permettere alle persone di vivere in salute più a lungo a tutti i livelli: alimentazione (cibi sani, cibi pronti calibrati sulle necessità dietologiche, superfood, integratori alimentari), benessere (ginnastica dolce, yoga, tecniche di mindfulness, meditazione), prevenzione e assistenza medica digitale (medicina di prossimità, misuratori parametri medici indossabili o installati nelle case, piattaforme di consultazione e di educazione sanitaria), anti-aging (integratori e cliniche della longevità). Se vivere sani più a lungo è il primo obiettivo, vivere in modo confortevole più a lungo è il secondo. Da qui, il boom atteso del mercato della residenzialità senior che si evolve a una tale velocità che non abbiamo ancora finito di spiegare agli italiani cos'è il senior housing alla francese che già si parla di co-housing all'americana. Alla base, la certezza che non si possa continuare a vivere in modo sicuro e confortevole a 85/90 anni nella casa che andava bene a 40/50.

Le strade sono due: o si sviluppa un mercato edile di adeguamento delle case esistenti con interventi di ristrutturazione leggera, o si sviluppa un mercato immobiliare di condomini dove gli anziani possano vivere in modo tutelato ma autonomo, in case private ma condividendo servizi comunitari, senza rinunciare alla privacy ma socializzando. Che poi questo si verifichi in comunità esclusivamente senior o intergenerazionali, la risposta è che ognuno invecchia a modo suo, specie con una prospettiva di longevità così inedita, pertanto se i modi di invecchiare sono n, n saranno le soluzioni offerte dal mercato perché i senior sono la fascia più ricca della popolazione e hanno tutta l'intenzione di spendere per garantirsi una vecchiaia confortevole e, possibilmente, ancora interessante. Non manca un terzo desiderio del mondo silver. Vivere a colori. Con la sua parlantina sempre ironica, Joe Coughlin, direttore dell'AgeLab dell'MIT di Boston, trova inconcepibile che i prodotti per gli anziani siano sempre declinati in beige e marò. E a noi italiani rivolge l'accurato richiamo ad applicare il nostro estro estetico al design del mondo silver. Gli anziani di oggi sono esigenti e curiosi, possiedono risorse economiche, hanno studiato e viaggiato. Non li si accontenta con quello che andava bene per i nostri nonni. Vogliono continuare a girare il mondo, a mangiare nei ristoranti stellati, a consumare arte e cultura e prodotti di qualità. Uno dei rari casi in cui ci sia più domanda che offerta, fino a che qualcuno si sveglierà anche in Italia e comincerà la corsa all'anziano.