

# Valorizzare l'economia della longevità

**D**ue economie totalmente diverse: basta prendere le prime definizioni trovate su Google per l'una e per l'altra per capire, senza scendere in approfonditi confronti, le differenze sostanziali e soprattutto le prospettive e le potenzialità dei due sistemi. La prima sostanziale differenza è che in Italia sulla longevity economy non c'è letteratura - cioè studi, ricerche e soluzioni - a differenza della conoscenza della silver economy. La seconda è che la silver economy riguarda gli over 65enni e, per finire, si limita ai consumi e ai bisogni di quella generazione.

«Si chiama Silver Economy ed è l'economia che si basa sui consumi dei Silver, della parte più anziana della popolazione»; «Viene definito Silver Economy il settore economico che si sviluppa attorno ai bisogni delle persone di età superiore ai 65 anni» (Google). La longevity economy, versione Usa, considera la generazione interessata a partire dai 50 anni - cioè 15 anni prima rispetto alla Silver - e include tutte le attività economiche trainate dai bisogni generatori di una crescita economica e quindi di nuove opportunità per il business, cioè la creazione di un nuovo ambito dell'economia. «This is what Aarp has branded the Longevity Economy, representing the sum of all

DI FRANCESCO PRIORE\*

economic activity driven by the needs of Americans aged 50». «The longevity economy: generating economic growth and new opportunities for business» (Google).

Definire «vecchia» una gran parte della popolazione testimonia un punto di vista, quello di non aver preso atto del cambiamento rimanendo ancorati a concetti superati. Il secondo punto di vista è che l'aumento degli anni di vita della popolazione ha cambiato la realtà. Il primo punto di vista prende in considerazione gli aspetti del welfare e dello healthcare, importanti ma non unici: se ci trovassimo davvero di fronte a questi due soli problemi, il futuro sarebbe molto più drammatico di quello paventato. La realtà, per fortuna in crescita, è più vicina al secondo, cioè è rappresentata da milioni di persone longeve e attive con infiniti bisogni allo stato latente, persone che non trovano prodotti e servizi studiati per loro. A parte l'automotive, infatti, nessun settore si è preoccupato di rilevare i nuovi bisogni e di dare loro una risposta adeguata. Oggi i longevi attivi - o la generazione dei longennials, come l'ha definita Ali - vengono trattati come giovani-vecchi. È un errore colossale, almeno per le imprese italiane,

perché non sono giovani e non sono vecchi: sono longennials, cioè longevi attivi. Basta guardarsi intorno per vedere le centinaia di migliaia di artigiani, commercianti, professionisti di oltre 80/85 anni che continuano regolarmente la propria attività. Non sono interessati alle crociere, alle spa e ad altri momenti di relax, ma molto più interessati a essere aggiornati. L'aggiornamento c'è solo però per la tecnologia e la scienza, come se tutto il resto non esistesse.

È indispensabile iniziare a pianificare i 30 e probabilmente anche più anni che vanno dalla quiescenza ordinaria in poi, innanzi tutto dal punto di vista patrimoniale, per poi programmare serenamente tutto il resto. Negli Usa la pianificazione finanziaria è finalizzata ai 100 anni, in Italia ai 65; bisogna capire come cambiare la pianificazione. Quando i pianificatori avranno iniziato a consigliare i propri clienti a programmare correttamente, saranno gli stessi che preteranno di essere considerati longennials, né vecchi, né giovani, e le imprese dovranno nel loro interesse prenderne atto. La nuova economia, producendo nuovo pil, non certo da sola, risolverà alcuni dei problemi cui oggi non siamo in grado di dare risposta. (riproduzione riservata)

\*docente Bologna Business School