



ANNUAL MEETING DI STUDIO DEDICATO ALLE FONDAZIONI DI ORIGINE BANCARIA



La Silver Economy e le opportunità per le Fondazioni di origine Bancaria

Giovanni Gazzoli

Centro Studi e Ricerche Itinerari Previdenziali

AGENDA

- ❑ **Cos'è la Silver Economy e perché è ESG**
- ❑ La demografia: invecchiamento della popolazione, aspettativa di vita e vita in buona salute in confronto con l'Europa
- ❑ Il potere d'acquisto dei Silver
- ❑ La ricchezza dei Silver
- ❑ La spesa sociale
- ❑ I bisogni e l'impatto dei Silver



Cos'è la Silver Economy

È il complesso delle attività economiche rivolte specificamente alla popolazione con 65 anni o più e che offrono servizi materiali e immateriali, beni, prodotti di consumo o investimento nonché forme di assistenza psicologica, riabilitativa e sanitaria

la nuova definizione di anziani suddivisi in quattro sottogruppi, “giovani anziani” (persone tra i 64 e i 74 anni), anziani (75 – 84 anni), “grandi vecchi” (85 - 99 anni) e centenari.

L'invecchiamento della popolazione non è solo un problema ma anche una risorsa e una opportunità

Comporterà un cambiamento molto marcato nel modo di acquistare beni e servizi e quindi richiederà una trasformazione dell'offerta caratterizzata non dal solo prodotto ma da un mix di prodotto e servizio

Lo stile di vita dei *Silver* è caratterizzato da un **diverso approccio al tempo libero e ai consumi**, in base all'età, allo stato di salute e alla capacità di mobilità; più tempo, libero, più viaggi in date normalmente meno presidiate dal turismo di massa; una **maggiore disponibilità di spesa**, stante un maggior patrimonio e reddito.



Chi sono e come vivono i Silver

- a) sono e saranno prevalentemente **donne** (oltre il 75%) e **single** con 65 anni e più, spesso senza figli e parenti;
- b) il 76% ha una **casa in proprietà**, e addirittura il 60% ha una casa grande con almeno 4 stanze; sono e saranno grandi consumatori di domotica e utilizzano sempre più la tecnologia; utilizzano molto i **mezzi pubblici**;
- c) amano vivere in prevalenza nei **centri delle città** o dei paesi, non rinunciando tuttavia a periodi fuori città (in mezza stagione);
- d) alcuni continuano a svolgere attività lavorativa a tempo pieno o parziale, altri si dedicano al **volontariato**, alla parrocchia o a fare i nonni a tempo pieno;
- e) desiderano la **compagnia** (ad es. locali da ballo, circoli...), e la solitudine è spesso la “malattia” più indesiderata;
- g) Sono grandi fruitori dell'**offerta culturale** (carta stampata, cinema, teatri, musei, collezionismo); molti amano il giardinaggio;
- h) cercano di mantenersi in forma attraverso il ricorso ad **attività fisiche**, e ricercano un'alimentazione attenta e di qualità; sono molto attenti al proprio stato di salute;
- i) hanno bisogno di **assistenza** per lo svolgimento di determinate attività e, in caso di non autosufficienza parziale o totale, necessità di un collaboratore a domicilio;

In definitiva cercano per quanto possibile un **invecchiamento attivo** e in salute attraverso una selezione di prodotti e servizi che possano raggiungere questi obiettivi; tra questi, un'ampia socialità. Ora dovrà essere il mercato a proporre per questo grande target di consumatori prodotti e servizi innovativi e taylorizzati.



AGENDA

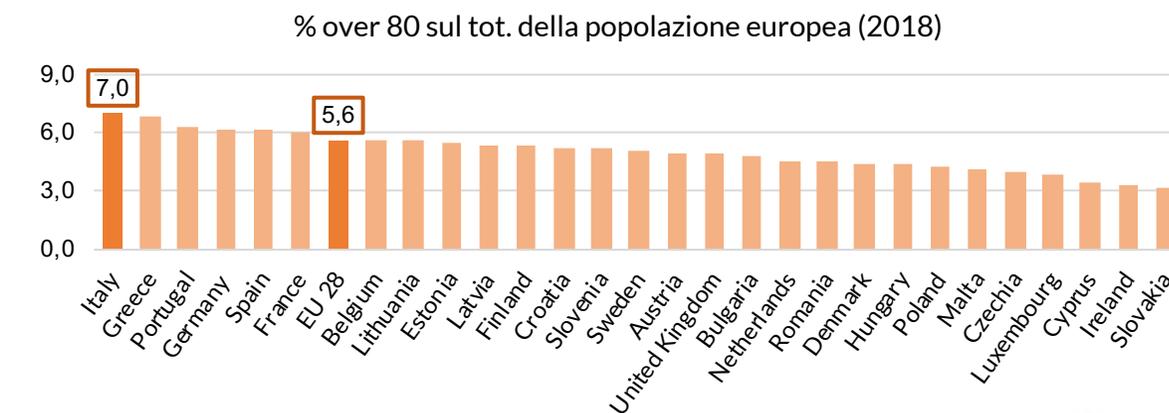
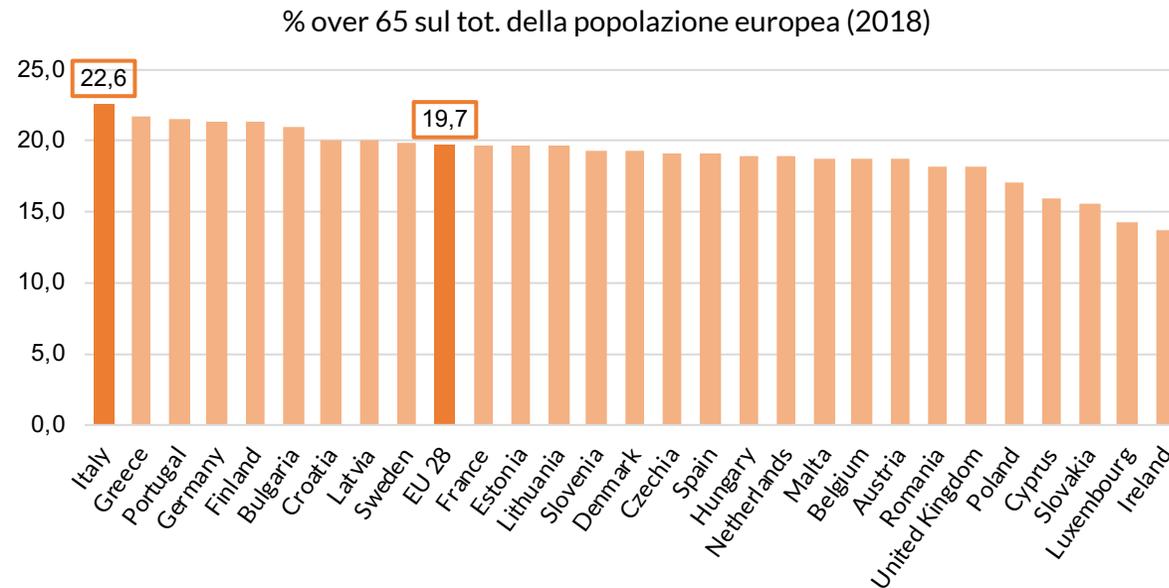
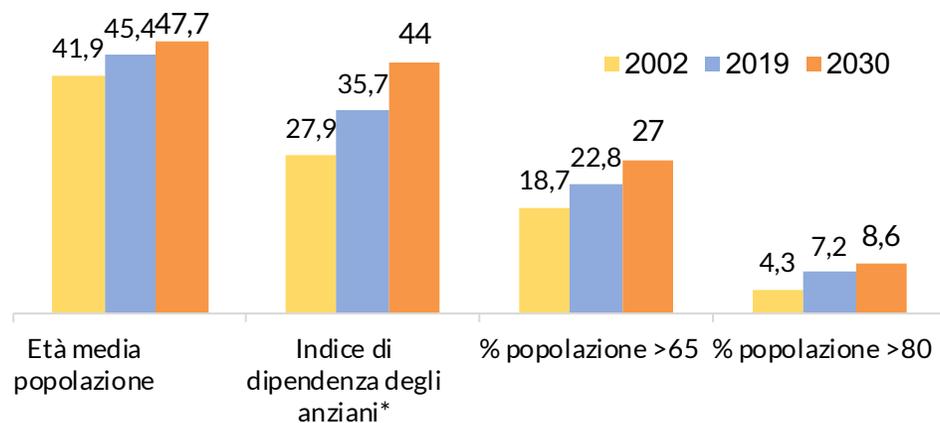
- ❑ Cos'è la Silver Economy e perché è ESG
- ❑ **La demografia: invecchiamento della popolazione, aspettativa di vita e vita in buona salute in confronto con l'Europa**
- ❑ Il potere d'acquisto dei Silver
- ❑ La ricchezza dei Silver
- ❑ La spesa sociale
- ❑ I bisogni e l'impatto dei Silver



La demografia: l'invecchiamento della popolazione

CATEGORIA	2001	OGGI	2030
Popolazione >65	10.646.000	13.783.580	16.252.256
di cui Popolazione >80	2.476.000	4.330.074	5.218.503

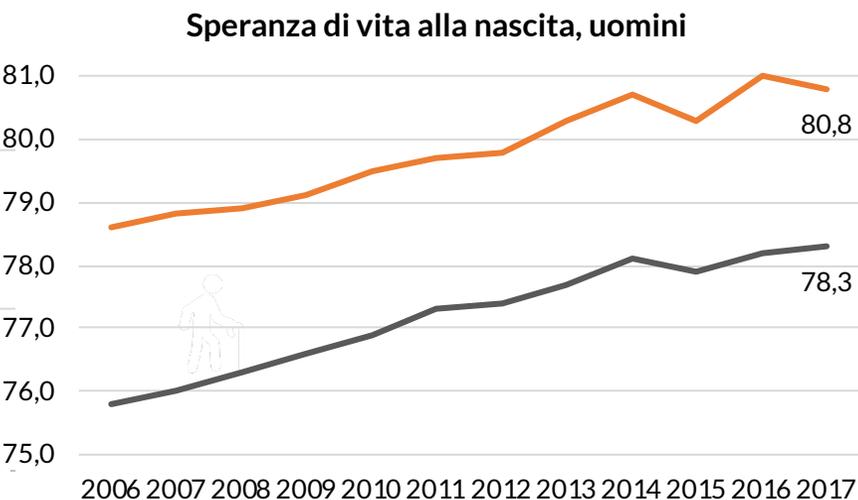
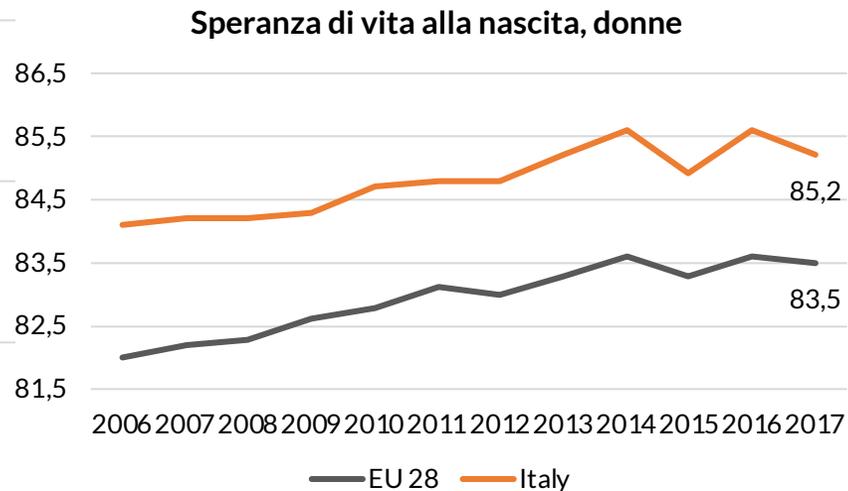
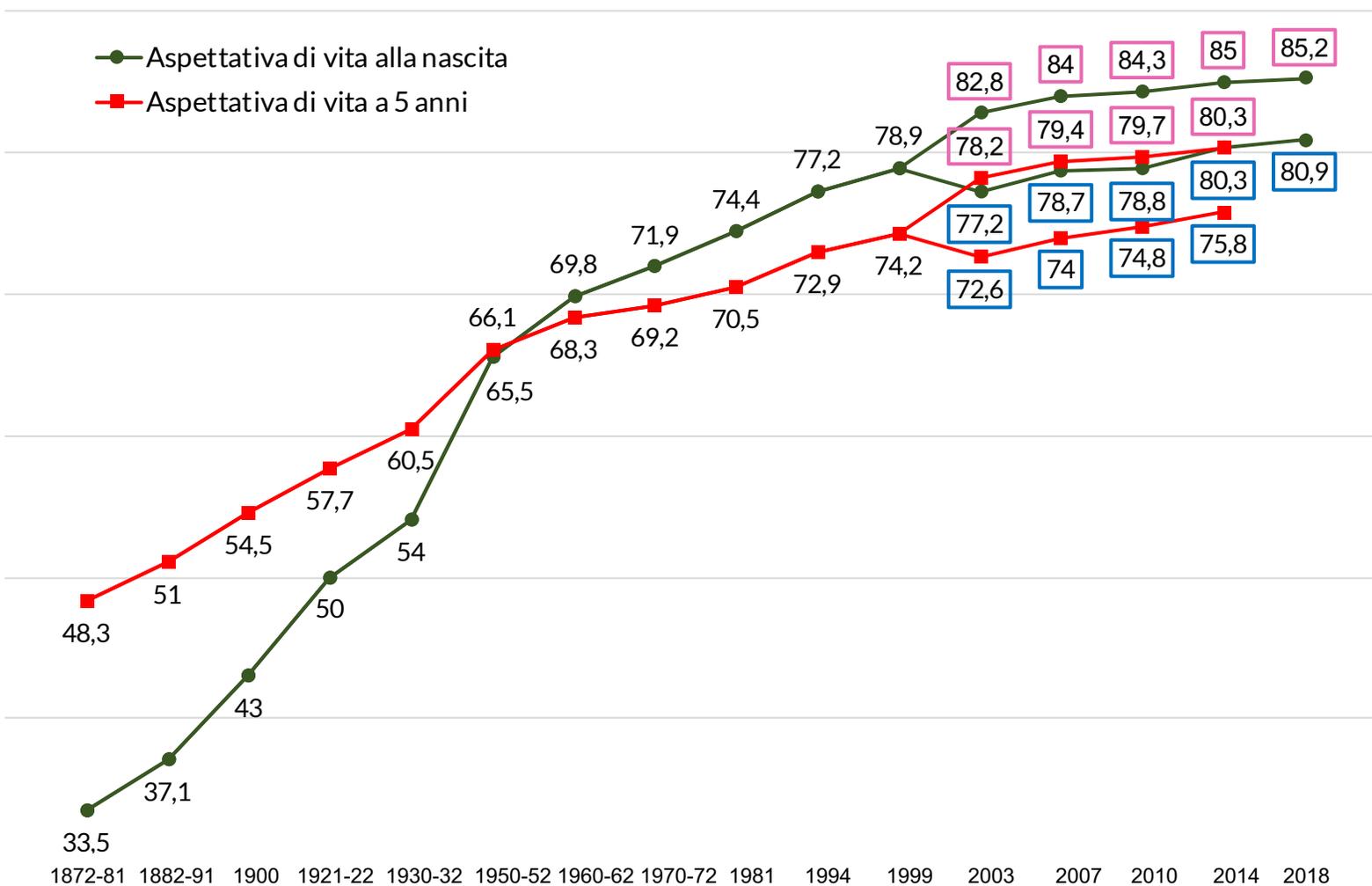
POPOLAZIONE (IN MILIONI) E % OVER 65 E 80			
	OGGI	2030	2050
Popolazione	60,5	60	57,8
di cui over 65	22,6%	27%	34%
di cui over 85	3,7%	4,4%	7,3%



Fonte: elaborazioni Centro Studi e Ricerche Itinerari Previdenziali su dati Istat. * rapporto tra popolazione di 65 anni e più e popolazione in età attiva (15-64 anni), moltiplicato per 100.



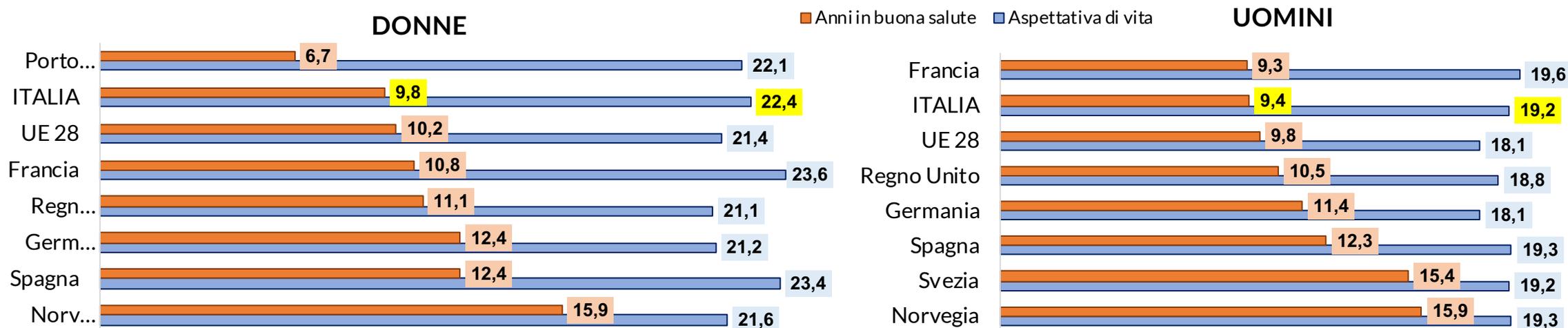
La demografia: aumenta l'aspettativa di vita



Fonte: elaborazioni Centro Studi e Ricerche Itinerari Previdenziali su dati Eurostat e OMS



La demografia: la vita in buona salute



Questo è il primo obiettivo in una società che invecchia: incrementare l'aspettativa di vita in buona salute

Come?

- Attraverso l'offerta di prodotti e servizi adeguati ai bisogni e alle necessità dei Silver: ad esempio, pacchetti salute – turismo (quando la qualità dell'aria in certi periodi dell'anno affligge le popolazioni delle grandi città), iniziative che stimolano uno stile di vita salutare:
- Progetti specifici per la vita salutare e in movimento; cibi pensati per le esigenze nutrizionali, check-up preventivi, supporto alla mobilità, ecc....

INSOMMA UN'OFFERTA CHE AUMENTI LA VITA IN BUONA SALUTE



AGENDA

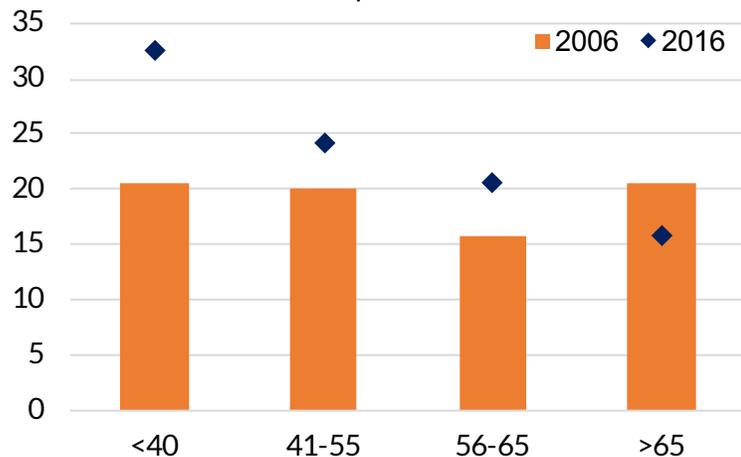
- ❑ Cos'è la Silver Economy e perché è ESG
- ❑ La demografia: invecchiamento della popolazione, aspettativa di vita e vita in buona salute in confronto con l'Europa
- ❑ Il potere d'acquisto dei Silver
- ❑ La ricchezza dei Silver
- ❑ La spesa sociale
- ❑ I bisogni e l'impatto dei Silver



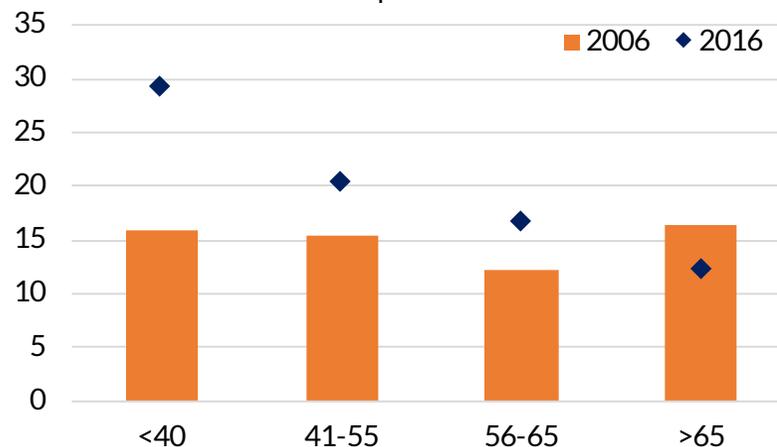
LA RICCHEZZA DEI SILVER nel periodo della grande crisi

Gli anziani hanno una ricchezza che è sopravvissuta meglio di quella delle altre fasce della popolazione alla crisi economica: è l'unica classe il cui rischio di povertà e la cui povertà sono diminuiti negli ultimi 10 anni.

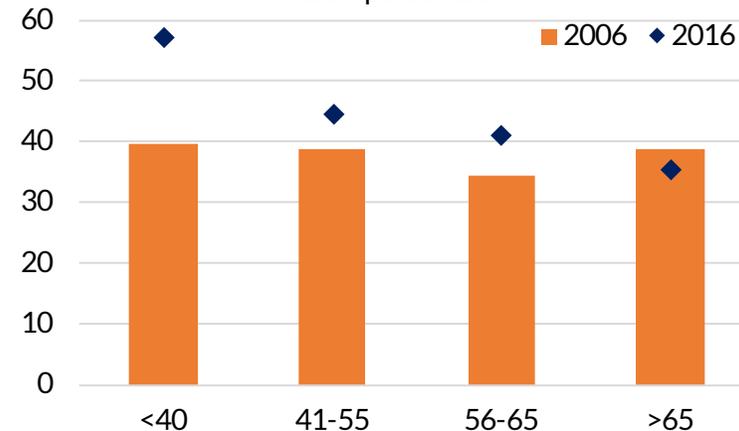
A rischio povertà
Valori percentuali



Entrambe le condizioni
Valori percentuali



Finanziariamente poveri
Valori percentuali



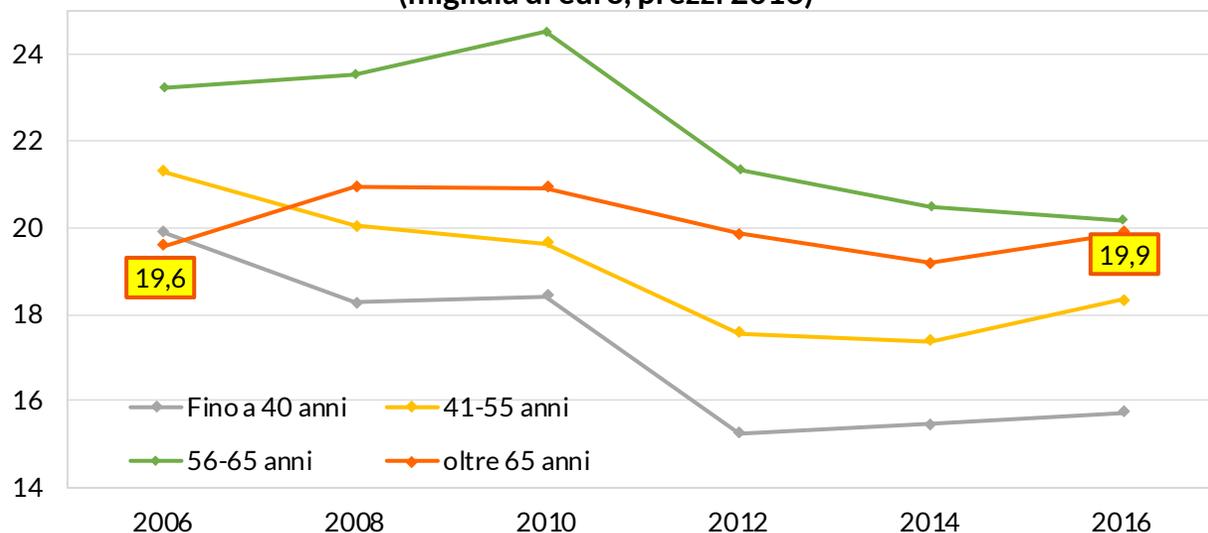
Il quadro economico

Per diversi motivi, i Senior si contraddistinguono per una **condizione economica migliore** rispetto alle altre fasce d'età.

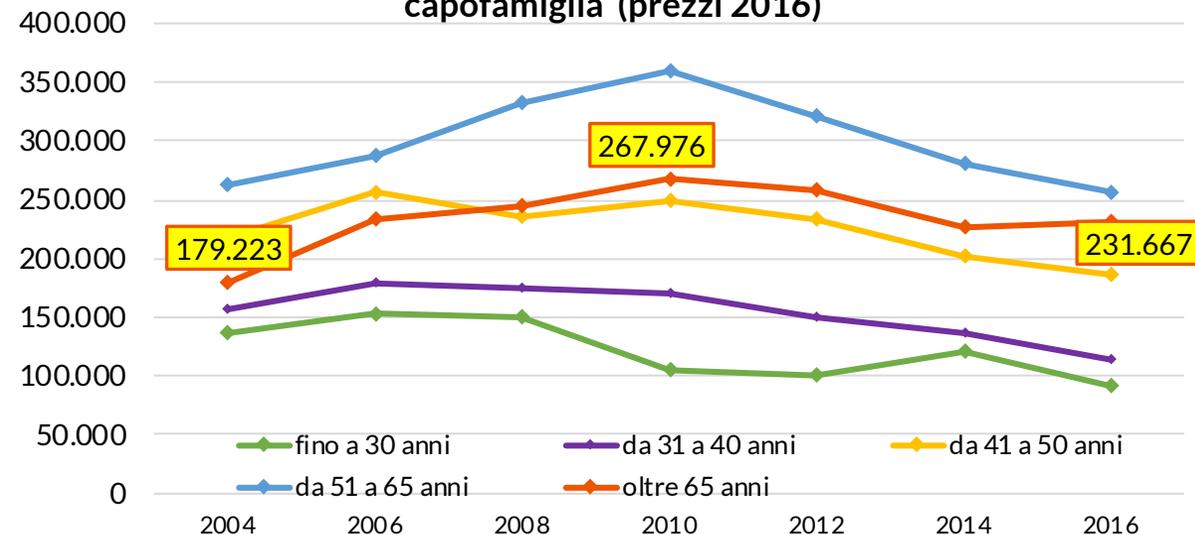
La Commissione Europea ha stimato che **l'economia della Silver Economy europea sia inferiore solo a USA e Cina**. La platea considerata dall'UE (over 50) ha consumato **3,7mila miliardi di euro in beni e servizi**, contribuendo per **4,2mila miliardi di euro al PIL europeo** e sostenendo **78 milioni di posti di lavoro** in tutta l'Unione. Numeri che conoscono un'inesorabile crescita: 100,3 milioni di over 65 nel 2025.

La popolazione over 65, dal 2006 al 2016 è l'unica a vedere aumentato il reddito medio equivalente per caratteristiche del capofamiglia; inoltre le famiglie over 65 sono le uniche ad aver invertito il trend di decrescita della ricchezza netta media, vedendo un rialzo dopo il 2014.

Reddito medio equivalente per caratteristiche del capofamiglia
(migliaia di euro, prezzi 2016)



Ricchezza netta familiare media per caratteristiche del capofamiglia (prezzi 2016)



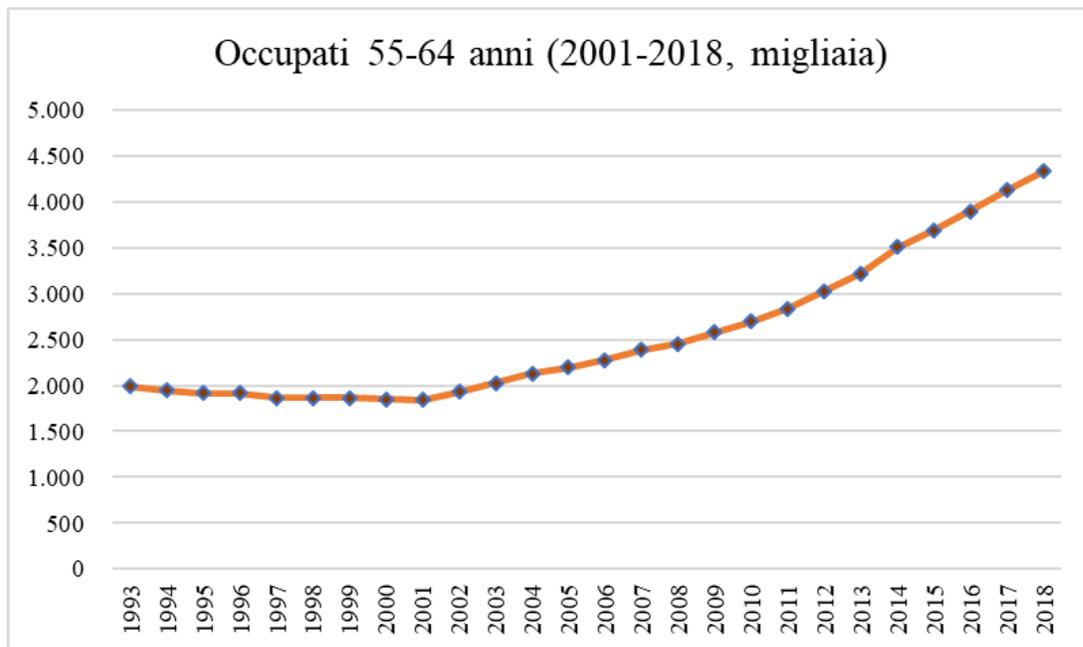
Fonte: Banca d'Italia, La ricchezza delle famiglie e delle società non finanziarie italiane: 2005-2017



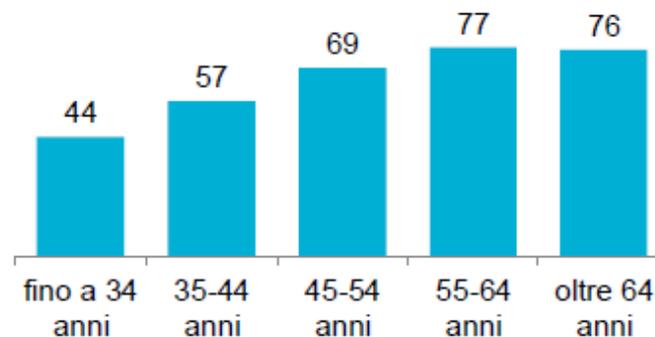
LA RICCHEZZA DEI SILVER: occupazione, reddito medio e casa

Negli ultimi anni assistiamo ad un allungamento della vita lavorativa: questo comporta una crescita della ricchezza (per le ridotte propensioni alla spesa nelle fasce più anziane), **che spesso viene accantonata in vista di un suo trasferimento ai più giovani o per se stessi.**

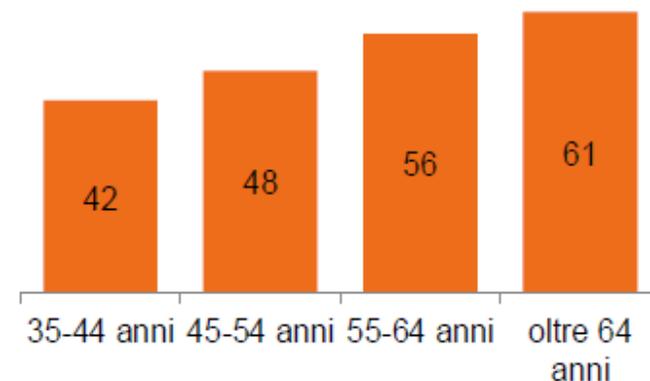
Molti over 65, soprattutto le persone sole, vivono in case grandi; potenziale per recuperare flessibilità nei propri piani finanziari o per ripensare gli spazi in ottica più funzionale alle mutate esigenze dell'età (ristrutturazione, nuove attrezzature, domotica, confort, salute,...)



% di famiglie che vivono in casa di proprietà
(età della persona di riferimento familiare, anno 2014)



% di persone sole che vivono in abitazioni con almeno 4 stanze
(escluso bagno e cucina, anno 2011)



Fonte: elaborazioni Prometeia su dati Banca d'Italia e Istat

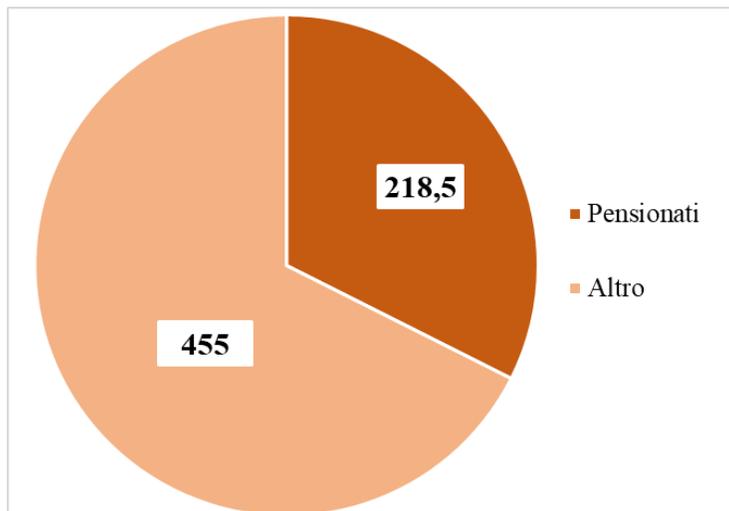
Fonte: Elaborazioni Centro Studi e Ricerche Itinerari Previdenziali su dati Istat



IL POTERE D'ACQUISTO DEI SILVER ITALIANI

I **redditi annuali netti** da pensioni e prestazioni sociali sono **218,5** miliardi, ossia il **32,44%** del totale dei redditi netti dichiarati nel nostro Paese che ammontano a 673,5 miliardi.

Reddito medio di una famiglia italiana con la persona di riferimento over 65 pari a **20.350 €**.
Gli over 65 sono circa **13.800.00**



Utilizzando la metodica di calcolo della UE i nostri over 65 generano **5,642 milioni di posti di lavoro** e un PIL (compresi gli occupati) di **417 miliardi**.

Fonte: Sesta indagine conoscitiva sui dati delle dichiarazioni dei redditi ai fini Irpef 2017, a cura del Centro Studi e Ricerche Itinerari Previdenziali

Se sommiamo anche i redditi da lavoro dei circa 690 mila pensionati che continuano a lavorare, i proventi netti da patrimonio mobiliare (**1.501 miliardi di euro**) e quelli da patrimonio immobiliare (**2.558 miliardi di euro**) e supponendo, cosa molto probabile, che l'intero reddito sia destinato ai consumi, possiamo stimare uno spendibile di **304,7 miliardi**.



AGENDA

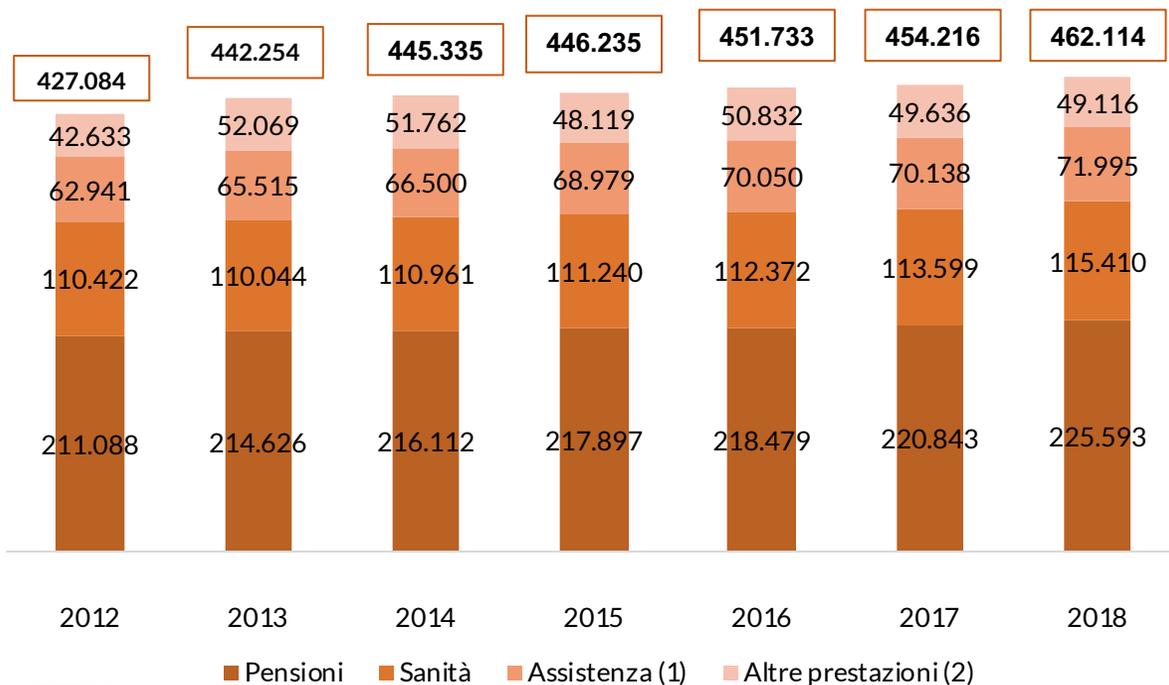
- ❑ Cos'è la Silver Economy e perché è ESG
- ❑ La demografia: invecchiamento della popolazione, aspettativa di vita e vita in buona salute in confronto con l'Europa
- ❑ Il potere d'acquisto dei Silver
- ❑ La ricchezza dei Silver
- ❑ **La spesa sociale**
- ❑ I bisogni e l'impatto dei Silver



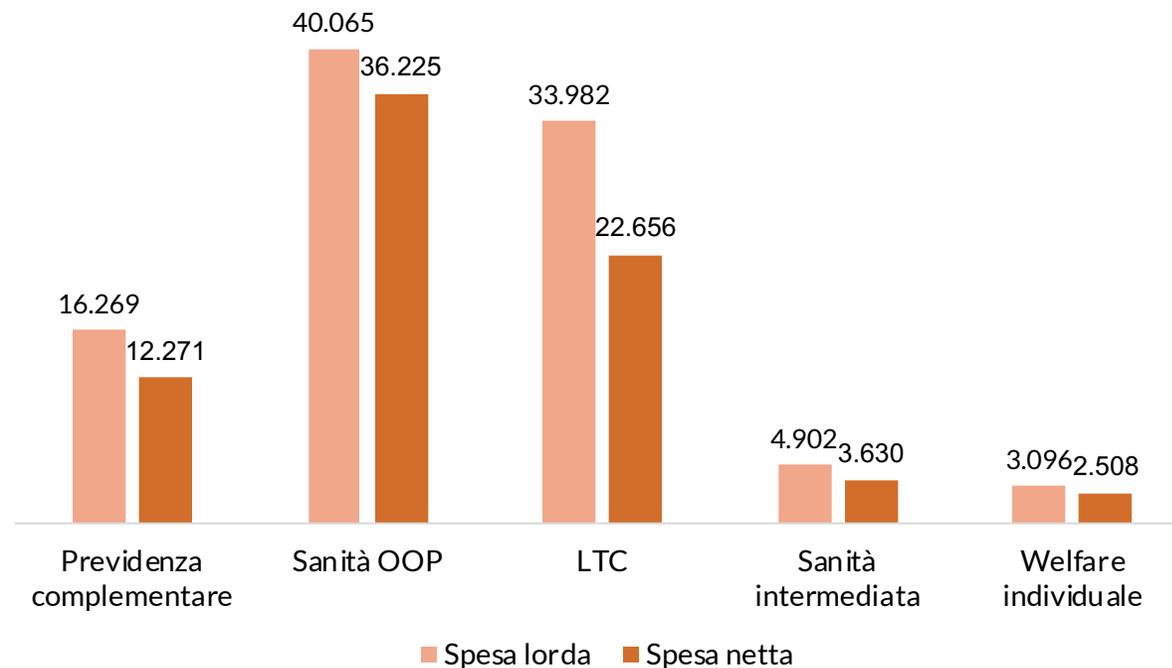
La spesa per il welfare

Analizziamo quanto già oggi il pubblico offre per i settori maggiormente influenzati dal fenomeno dell'invecchiamento demografico e quanta parte di questa spesa è già intercettata dal mercato privato: ciò costituisce la base da cui il complesso delle attività della *Silver Economy* può partire per soddisfare gli ulteriori bisogni dei *Silver*.

SPESA PUBBLICA



SPESA PRIVATA



Fonte: Settimo Rapporto su "Il Bilancio del Sistema Previdenziale italiano"



AGENDA

- ❑ Cos'è la Silver Economy e perché è ESG
- ❑ La demografia: invecchiamento della popolazione, aspettativa di vita e vita in buona salute in confronto con l'Europa
- ❑ Il potere d'acquisto dei Silver
- ❑ La ricchezza dei Silver
- ❑ La spesa sociale
- ❑ I bisogni e l'impatto dei Silver

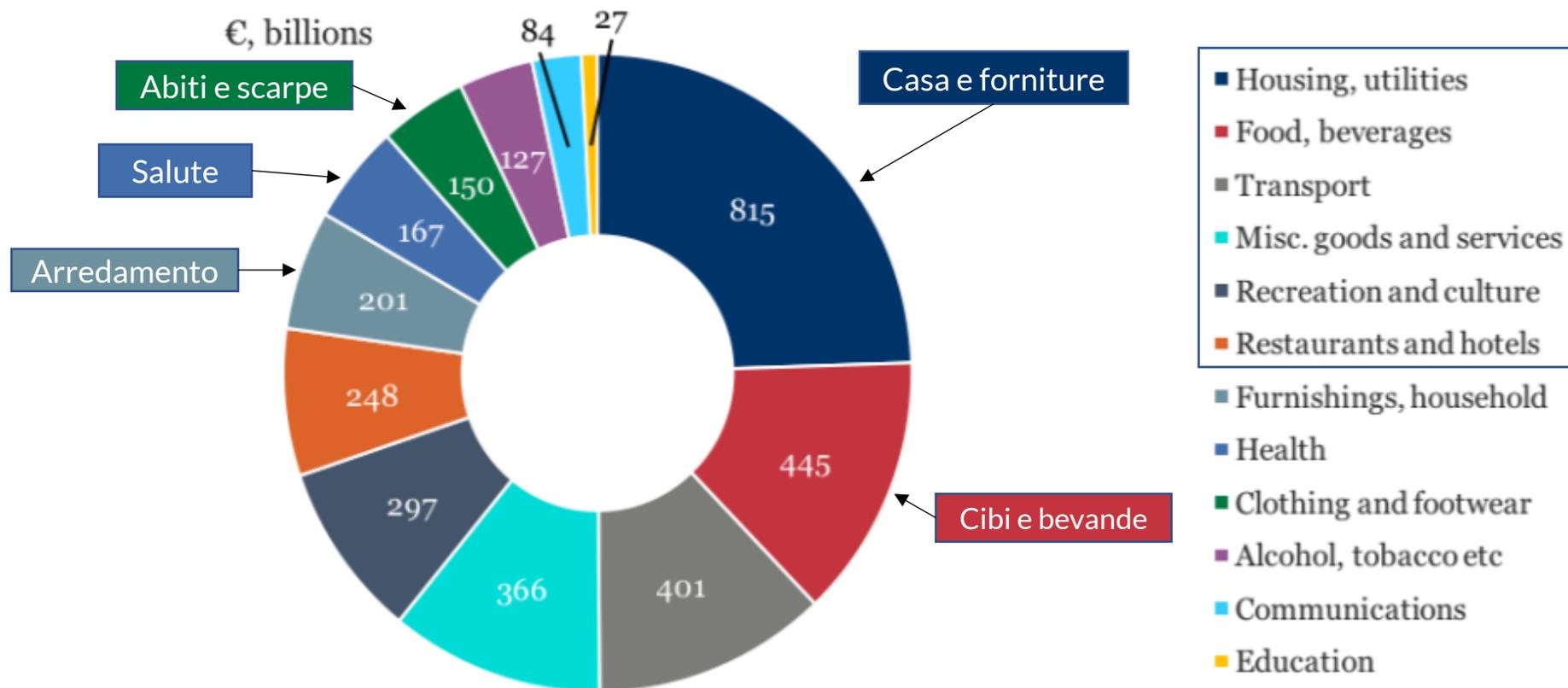


Il nuovo assetto della Silver Economy

1. **Distribuzione al dettaglio:** meno ipermercati e più *negozi di prossimità*; mestieri che sostituiranno l'usa e getta e *nell'economia circolare*.
2. **Settore degli alimentari e dei prodotti per la casa:** meno imballi, meno rifiuti e meno costi.
3. **Mobilità:** sia all'interno della propria abitazione (montascale, ascensori, ausili alla mobilità...) sia all'esterno (taxi, *car sharing*, motocarrozze...).
4. **Servizi alla persona, sanità con le nuove applicazioni a distanza, telemedicina:** attrezzature sempre più economiche, sviluppo dell'*E-Health* per le visite a distanza, non autosufficienza e programmi di assistenza sanitaria personalizzata.
5. **Dove e come si vive:** centri di aggregazione che non ghettizzino gli anziani, ma che permettano un elevato interscambio sociale e professionale anche con i più giovani. Conseguente nuova edilizia votata al recupero edilizio, al risparmio del suolo e alle ristrutturazioni di immobili.
6. **Tecnologie, robotica e domotica:** accompagnamento dei Senior nelle attività giornaliere e monitoraggio della salute con comunicazione a distanza a parenti/assistenti.
7. **e-commerce e e-learning:** integrazione di beni e servizi.



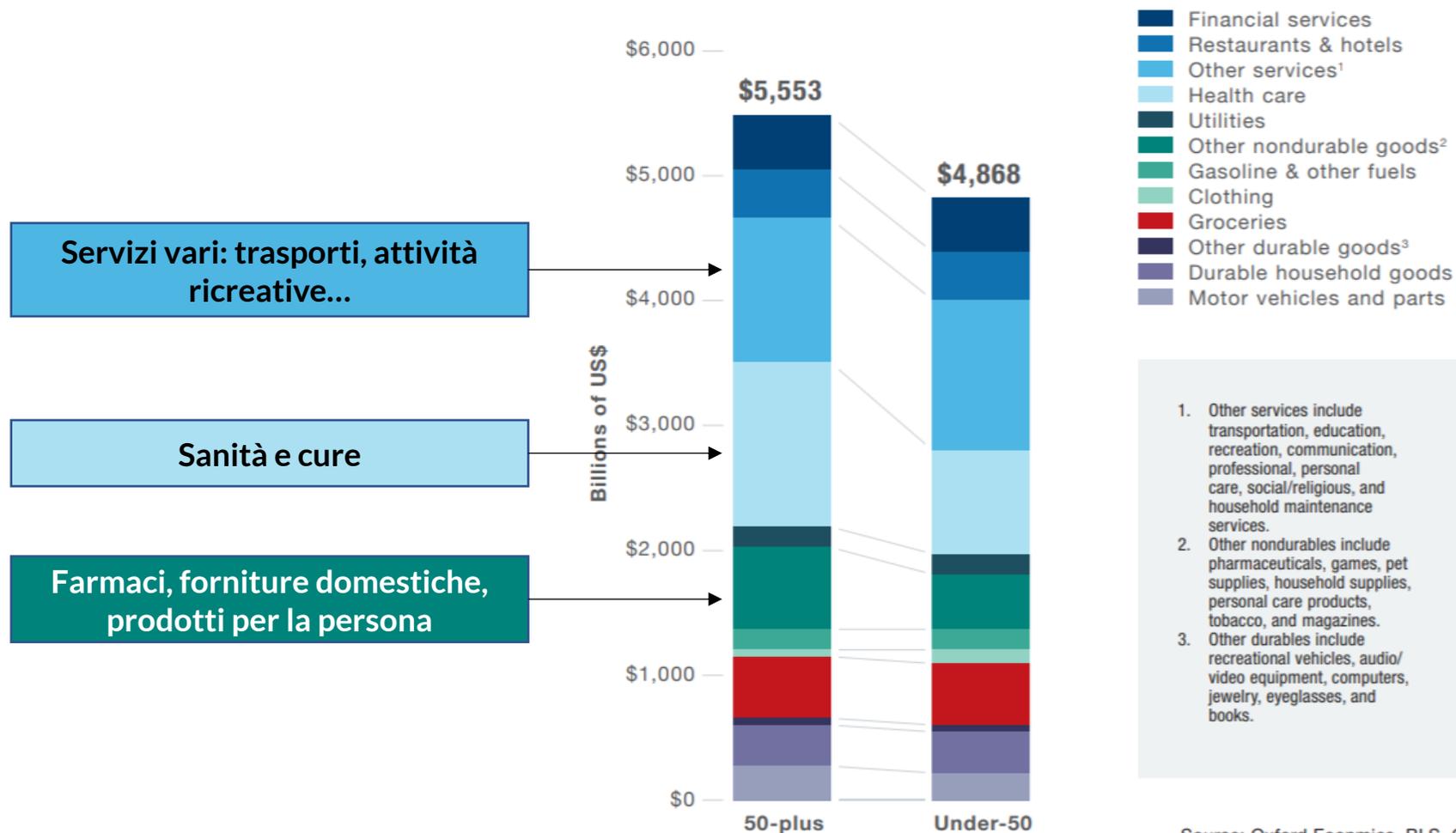
I BISOGNI E L'IMPATTO DEI SILVER: DISTRIBUZIONE DELLA SPESA NELLA SE EUROPEA (DATI 2015)



Fonte: Commissione Europea, The Silver Economy - Final report, aprile 2018.



CAMBIANO LE ABITUDINI DI SPESA COMPARAZIONE DELLA SPESA TRA <50 E >50 (DATI 2015)



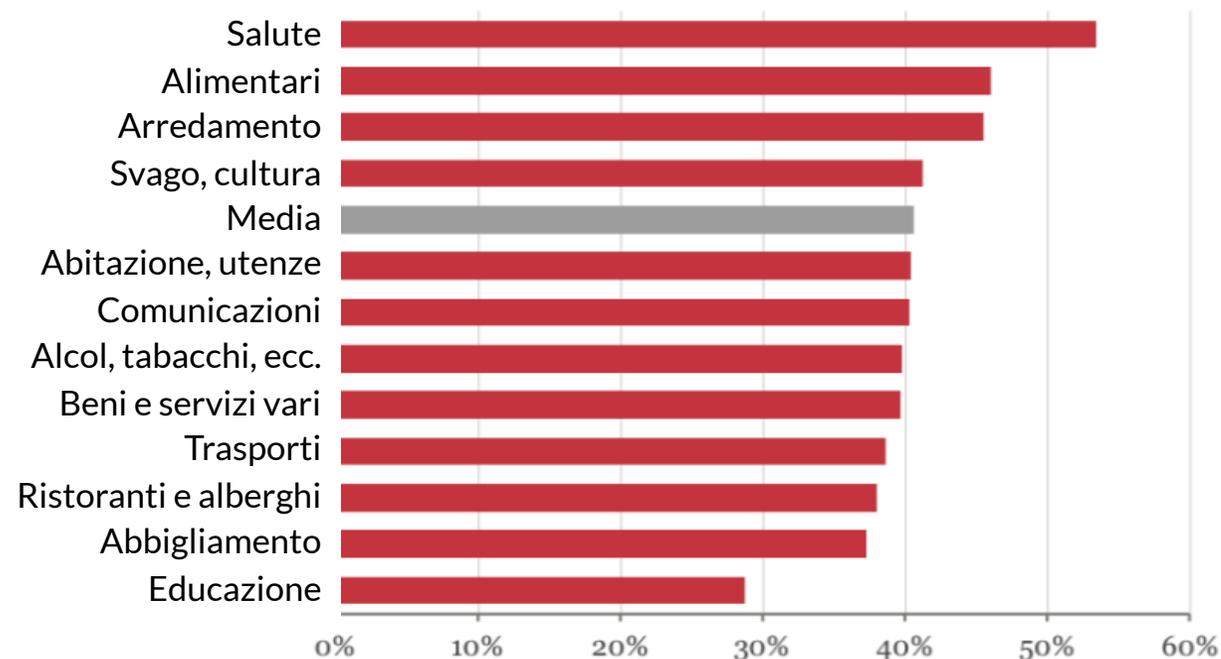
Source: Oxford Economics, BLS, CMS



IL MERCATO DELLA SILVER ECONOMY I SETTORI DI MAGGIORE CRESCITA (2015-2025)

Tra il 2015 e il 2025 la struttura dei consumi, nel suo complesso, non dovrebbe cambiare sensibilmente. Tuttavia, le modifiche maggiormente rilevanti dovrebbero proprio attenersi allo sviluppo della **Silver Economy**. La crescita delle quote di consumi della **Silver Economy** dovrebbe riguardare la **salute** (oltre il 50%) e la spesa per **alimentazione e bevande (+45%)**, nonché quella per **arredamento domestico (adattato)** e **attività ricreative e culturali**.

Percentuale di consumo di beni e servizi da parte della **Silver Economy** per settori



Fonte: Commissione Europea, *The Silver Economy - Final report*, aprile 2018.



SETTORI E SERVIZI: COSA E COME CAMBIA

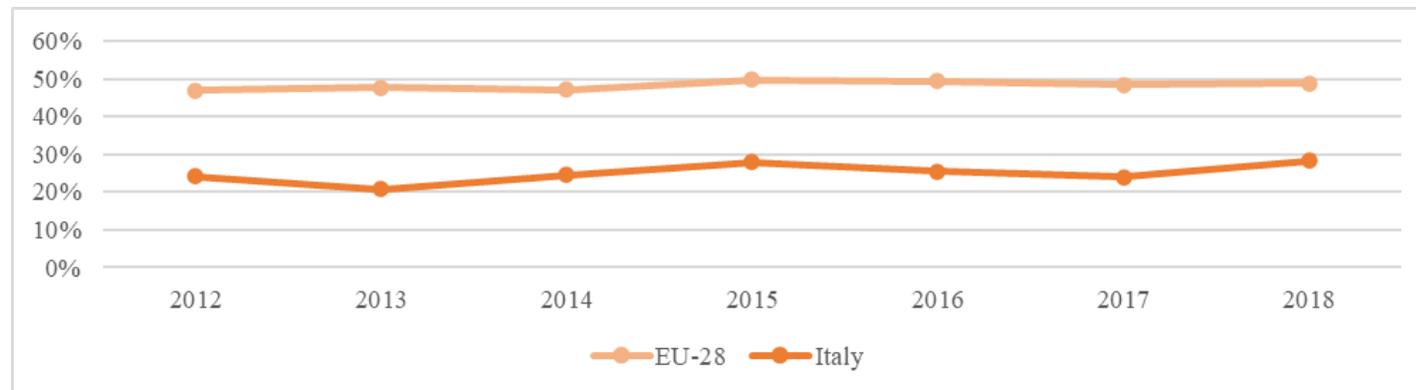
INDUSTRIE ALIMENTARI	Produzione di pasti razionati, preparati omogeneizzati, alimenti dietetici...
SANITÀ E FARMACEUTICA	Fabbricazione di strumenti e forniture mediche e dentistiche (protesi dentarie e ortopediche, lenti...), di medicinali e di altri preparati farmaceutici. Sviluppo dell' <i>e-health</i> , oltre a servizi online, dispositivi intelligenti e app. Fabbricazione prodotti elettromedicali e altre apparecchiature elettroterapeutiche.
ELETTRONICA	Fabbricazione di prodotti elettromedicali, di altri strumenti per irradiazione e altre apparecchiature elettroterapeutiche, apparecchi di misurazione e orologi, di strumenti che coniugano tecnologia e caratteristiche fisiche degli anziani (smartphone, strumenti musicali, ecc.).
MOBILITÀ	Fabbricazione veicoli per invalidi e persone con ridotta capacità motoria, servizi di <i>sharing</i> e di assistenza personalizzata (es.: trasporti diretti verso cliniche, ospedali, ambulatori).
SERVIZI ABITATIVI E DOMOTICA	Dispositivi mobili e applicativi per il monitoraggio delle persone più anziane (prevenzione) e per attivare servizi di allarme (specialmente nel caso di anziani soli o affetti da patologie croniche).
ASSISTENZA SANITARIA E SOCIALE (RESIDENZIALE E NON)	Servizi ospedalieri, servizi degli studi medici e degli studi medici specialistici, attività dei centri di radioterapia e di dialisi, laboratori di analisi cliniche, fisioterapia. Strutture di assistenza infermieristica residenziale per anziani e disabili.
TURISMO E SERVIZI CULTURALI E RICREATIVI	Programmi specifici per caratteristiche (mobilità ridotta) e interessi (musei, teatri...) del pubblico over 65, che nel 2016 rappresentava oltre il 15% dei vacanzieri. Per la Commissione Europea, nel 2030 il settore raggiungerà i 548 mld di euro (+169% dal 2010).
FASHION	Prodotti dedicati, come vestiti comodi e semplici da indossare, calzature specifiche, ecc.
SERVIZI BANCARI E ASSICURATIVI	Gestione della grande ricchezza, assistenza contro truffe e contro il declino cognitivo...



I casi di turismo e tecnologia

L'Istat conferma che, pur rimanendo gli over 65 il segmento di popolazione che viaggia di meno, nel corso degli anni ha segnato un aumento, in particolare tra il 2017 e il 2018. Dal 2012 a oggi il numero di viaggiatori over 65 è aumentato sia in Italia che in Europa, anche se la differenza è ancora ampia.

Partecipazione turistica, popolazione over 65
 (Dato percentuale, turisti che hanno pernottato almeno una notte - anno 2018)



Fruizione di servizi on line dei senior, per età nel 2018 (dati in migliaia)

	65-74	75 e più	Totale
Hanno usato Internet negli ultimi 3 mesi	2.460	704	34.443
Hanno ordinato o comprare merci o servizi su web:			
si	825	186	19.257
si negli ultimi 3 mesi	432	83	11.710
Vendere merci o servizi (es. aste online, eBay)	131	17	3.724
Usare servizi bancari via Internet	987	223	15.364
Usare servizi di pagamento (es. paypal) per acquistare su Internet	529	102	13.511
Eeguire operazioni finanziarie (es. azioni, polizze, mutui) via Internet	229	36	3.493

Il potenziale sviluppo della *Silver Economy* passa anche per un diverso utilizzo della **tecnologia** da parte degli over 65: questo riguarda diversi ambiti della vita, dall'informazione, all'acquisto di beni e servizi, all'assistenza sanitaria.



Conclusioni

La grande domanda da porsi dunque è: che cosa desiderano i Silver? Potremmo riassumere con: “sfruttare la libertà ritrovata”, dedicarsi ad attività da sempre rimandate e “vivere in buona salute”, per non vanificare la conquista di una vita allungata perdendo salute, autosufficienza, vivendo da soli.

Lo sviluppo dei Silver, comporterà inevitabilmente il fiorire di molte attività commerciali, industriali, di servizio e sanitarie orientate verso questa platea di soggetti; iniziative che si prospettano molto profittevoli proprio per la numerosità e la capacità finanziaria dei Silver. Vincere la sfida dell'invecchiamento significa capire questo cambiamento di stili di vita, investire sul welfare integrato nei nuovi bisogni dei Silver e trasformarli in un'offerta mirata, anche attraverso una sempre più fondamentale sinergia tra pubblico e privato, favorendo l'invecchiamento attivo e la massima partecipazione sociale di questa grande e importante fascia di popolazione.

E a questa domanda potrà certamente rispondere l'insieme di attività che abbiamo definito “Silver Economy”.

