La longevità come nuovo motore della crescita economica

In una recente dichiarazione, Standard & Poor's ha lanciato l'allarme sull'impatto futuro dell'invecchiamento della popolazione: «Nessun'altra forza è destinata a influire sul futuro della sanità pubblica, dell'economia e della politica come il tasso irreversibile d'invecchiamento della popolazione mondiale». Secondo il McKinsey Institute, il fenomeno è destinato a diventare nel prossimo futuro una «forza globale che distruggerà tutte le tendenze attuali». Nell'ottobre 2015, l'OMS ha pubblicato il suo primo rapporto mondiale su invecchiamento e salute, allo scopo di stabilire una strategia per il prossimo quinquennio. Ma a parlare di più sono i dati stessi. Stando alle previsioni, entro il 2050 gli over-60 supereranno gli under-15 in tutto il mondo, con oltre due miliardi di persone, e questo scenario diventerà realtà molto prima in diversi paesi OCSE. Il segmento degli over-60 già oggi controlla una quota significativa della ricchezza mondiale. Negli Stati Uniti entro il 2017 il 70% del reddito disponibile sarà nelle mani delle persone con più di sessant'anni.
Sulla scorta di queste previsioni, il World Economic Forum ha deciso di avviare un'iniziativa volta a individuare le *best practices* che potrebbero riuscire a trasformare il problema dell'invecchiamento della popolazione in un'opportunità per lo sviluppo economico dei prossimi decenni. I primi spunti sono stati ora pubblicati in un report dal titolo *How 21st-Century Longevity Can Create Markets and Drive Economic Growth*. Il rapporto cita diversi casi che stanno dimostrando come sia possibile trasformare la longevità in un business. Per esempio, i centri di ricerca che diverse multinazionali stanno mettendo in piedi per sviluppare e lanciare sul mercato nuovi prodotti di benessere che vadano incontro alla crescente domanda da parte degli over-60, come lo Skin Health Investigation, Education and Longevity Development (SHIELD) fondato dal gruppo Nestlé e concentrato proprio sulla ricerca di prodotti per la longevità. Ma non solo. Una strategia vincente per il business associato alla *ageing society* può essere per esempio quella di personalizzare linee di prodotti di consumo per adattarli alle generazioni più anziane. È il caso della linea di cellulari Raku-Raku della Fujitsu, destinata specificamente agli over-60, più semplice da usare rispetto ai normali cellulari ma soprattutto con funzionalità di lettura e di ascolto aumentate e semplificate. Dal 2001 a oggi, ben venti milioni di cellulari Raku-Raku sono stati venduti in tutto il mondo e nel 2012 la Fujitsu ha lanciato anche uno smartphone rivolto a utenti che non si trovano a proprio agio con la tecnologia *touchscreen* ma che non vogliono rinunciare alle funzionalità dei cellulari di nuova generazione. Un altro degli esempi più

interessanti analizzati dal World Economic Forum è quello del gigante del *retail* giapponese Aeon, che ha iniziato a trasformare i propri punti di vendita e centri commerciali allo scopo di renderli più confortevoli per i clienti più anziani. Non è un caso che entrambi gli esempi provengano dal Giappone: qui infatti gli over-65 detengono circa la metà di tutto il potere d'acquisto, con un trend in evidente crescita nei prossimi anni. Nel rapporto, il World Economic Forum suggerisce anche alcune strategie da adottare nel prossimo futuro per trasformare il fenomeno della longevità in un motore di crescita e sviluppo: rendere l'ambiente di lavoro *age-neutral,* riconoscendo il valore degli impiegati di tutte le età ed evitando di estromettere i più anziani o creare gap generazionali sul posto di lavoro; sostenere attività di *life-long learning* e garantire continue opportunità lavorative con il procedere dell'età; migliorare la conoscenza degli strumenti finanziari al fine di programmare al meglio le strategie di previdenza sociale; incoraggiare e sostenere uno stile di vita attivo; consentire agli impiegati di svolgere i propri compiti di assistenza familiare; introdurre politiche fiscali aggressive per garantire incentivi ai lavoratori che desiderano continuare a lavorare anche dopo aver superato l'età pensionabile; modificare il tipo di impiego del lavoratore con il procedere dell'età, per ottimizzare il suo contributo e migliorare la sua qualità di vita; una completa rivoluzione dei programmi di previdenza contributiva per adattarli alle mutate condizioni demografiche del XXI secolo.

Il report completo su: http://tinyurl.com/pqgdwz7

Roberto Paura

