

# SILVER & THE CITY



PIÙ CONSUMI, PIÙ TURISMO, PIÙ CRESCITA:

LA TERZA ETÀ "RINGIOVANISCE" L'ECONOMIA



1234 5678 9012 3456

Genova, 7 febbraio 2020

## L'ECONOMIA SILVER: UN MERCATO CHE BRILLA

Sono 14 milioni, sono cresciuti di oltre mezzo milione dal 2015 a oggi, hanno una ricchezza media più alta del 13,5% di quella degli italiani, i loro consumi vanno a gonfie vele, spendono per musei, mostre, cinema e viaggi, il 17,4% di loro lavora e il 40% addirittura sostiene i figli e le loro famiglie, non vogliono essere chiamati vecchi o anziani, ma "persone mature": sono gli over 65 in Italia. Intorno a loro e per loro c'è un complesso di attività economiche, la cosiddetta *Silver Economy*, che offre servizi materiali e immateriali, beni e prodotti di consumo o investimento e varie forme di assistenza psicologica, riabilitativa e sanitaria: insomma, tutto ciò di cui i cosiddetti "silver" hanno bisogno.

In Italia nel 2001 c'erano tra 10 e 11 milioni di over 65, oggi ce ne sono quasi 14 milioni e nel 2030 ce ne saranno più di 16; gli over 80 passano dai 2,4 milioni di inizio millennio agli oltre 5 del 2030. In percentuale sulla popolazione totale, nel 2050 gli over 65 saranno il 34%. Grande incidenza in questo processo ha l'aumento della speranza di vita: negli ultimi 40 anni gli uomini hanno "guadagnato" oltre 11 anni e le donne 9, dati che collocano l'Italia tra i Paesi più longevi al mondo. Da considerare però che oltre 2,8 milioni sono gli anziani non autosufficienti in Italia.

Gli over 65 sono l'unica classe d'età il cui rischio di povertà e la cui effettiva povertà sono diminuiti negli ultimi 10 anni. Ciò è motivato da tanti fattori: l'allungamento della vita lavorativa, i risparmi di una vita, minori spese personali e familiari, l'estinzione dei mutui, dei debiti e così via. Ad esempio, solo il 44% delle famiglie under 34 vive in casa di proprietà, contro il 76% delle over 65. Inoltre il 40% dei 61-75enni fornisce aiuti economici ai figli adulti fuori casa e il 34% ai nipoti tra i 18 e i 34 anni (oltre ovviamente ai nipoti tra 0 e 5 anni), per un ammontare complessivo superiore ai 10 miliardi di euro annui, cui si aggiungono gli aiuti di tipo non economico attraverso la messa a disposizione del proprio tempo.

### I consumi dei silver

Alta e crescente è la propensione degli anziani per i consumi di qualità, culturali e di leisure, che li rende veri interpreti del modello di consumo della neosobrietà, improntato ad una rigorosa selezione dei consumi a vantaggio di quelli che più migliorano la qualità della vita.

Così, ad esempio, gli anziani secondo il Censis spendono in un anno 2,3 miliardi di euro per musei e mostre (+47% periodo 2008-2018), 2,2 miliardi per il cinema (+58,2%), 2 miliardi di euro (+74,2%) per monumenti e siti archeologici, 1,6 miliardi di euro per teatro (+29,1%), 1,6 miliardi (+13,3%) per concerti musicali, quasi 600 milioni per discoteche e balere (+12,3%).

## Il turismo dei silver

Il valore economico del turismo senior è molto rilevante: secondo dati Censis, risulta che nel 2018 i consumi degli over 65 per viaggi e vacanze hanno superato i 4,9 miliardi di euro (con un incremento del 38,9% sul 2014-2018), di cui 2,2 miliardi destinati a vacanze con soggiorni di 2-3 notti e 2,6 miliardi per vacanze di 4 o più notti. Oggi l'over 65 è un turista attento e informato, in grado di vagliare, autonomamente, tra le molteplici proposte, la vacanza più adatta a lui. Presta attenzione al prezzo finale del pacchetto turistico, ma tiene conto anche della sua qualità e della sua sicurezza, verifica se ci sono valori aggiunti e controlla l'affidabilità del tour operator. Naturalmente non tutti gli over 65 si affidano al web. Molti, soprattutto coloro che hanno un'età che va oltre i 70-75 anni, si rivolgono alla propria agenzia turistica di fiducia.

## Come cambieranno i consumi?

Entro il 2025, le modifiche maggiormente rilevanti nella struttura dei consumi dovrebbero riguardare la salute (oltre il 50%) e la spesa per alimentazione e bevande (+45%), nonché per l'arredamento domestico e le attività ricreative e culturali. Ma anche la domotica, l'assistenza ad anziani sempre più liberi da impegni e bisognosi di vincere la solitudine. Avendo in parallelo meno nascite, cambierà anche la struttura dei consumi delle famiglie (meno baby-sitter e asili nido, meno prodotti per la prima infanzia); di contro, più prodotti per la terza età.

## Silver occupati in Italia vs Europa

Per quanto riguarda il lavoro va tenuto presente che le persone di 65 anni e oltre che risultano occupate sono in Italia il 17,4% contro il 21,3% dell'Europa (a 15), ma la Germania arriva al 26,7% e l'Inghilterra al 35,6%. In realtà questa situazione sbilanciata si proietta su tutte le fasce di età, visto che i 15-64enni italiani occupati sono il 58,5% a fronte di una media europea (a 15) del 68,7%, con ampi spazi di un necessario recupero.

## Popolazione di 65 anni e più - 1 gennaio 2019

	maschi	femmine	totale
<b>Italia</b>	<b>5.994.884</b>	<b>7.788.696</b>	<b>13.783.580</b>
--Nord-ovest	1.662.678	2.194.626	3.857.304
--Nord-est	1.187.307	1.543.944	2.731.251
--Centro	1.221.951	1.605.018	2.826.969
--Mezzogiorno	1.922.948	2.445.108	4.368.056

Dati Istat

Sono i dati più rilevanti che emergono dal convegno **"Silver & The City. Più consumi, più turismo, più crescita: la terza età 'ringiovanisce' l'economia"** organizzato da **Confcommercio in collaborazione di Confcommercio Genova e 50&Più** l'associazione di Confcommercio per la rappresentanza sindacale, la tutela e l'assistenza dei propri soci a sostegno dell'invecchiamento attivo, dell'affermazione e della valorizzazione del ruolo della persona anziana. (fonti: Istat, Centro Studi Itinerari previdenziali, Censis, società Ermeneia, 50&piu).