

NUOVI SENIOR

L'invecchiamento demografico è uno dei processi di maggiore rilievo in corso nei Paesi industrializzati. L'attenzione posta oggi al fenomeno è giustificata non solo dalle conseguenze strettamente demografiche che avrà sulla struttura e sulla composizione delle popolazioni interessate, ma anche e soprattutto dalle sue implicazioni di natura sociale ed economica. Il grado di problematicità derivante dal processo di invecchiamento dipenderà in maniera forte da come i governi e i soggetti economici saranno in grado di guardare agli effetti del processo stesso, mitigando quelli indesiderati attraverso l'attuazione di strumenti ad hoc e cogliendo, invece, le eventuali opportunità.

1. La "Transizione Demografica" è un modello che descrive il passaggio delle popolazioni da una condizione di equilibrio a livelli alti di natalità e mortalità, ad una condizione di equilibrio a livelli bassi dei medesimi indicatori. In mezzo vi è una fase di squilibrio, quella transizionale appunto, nella quale la popolazione cresce a causa dello scarto esistente tra la natalità, che resta relativamente alta, e la mortalità che, invece, si riduce in ragione dei progressi medico-scientifici. Si ritiene che ciascuna popolazione attraversi le varie fasi

della Transizione Demografica quando si evolve, come spiega M. Natale, "passando da una condizione di tipo premoderno (rurale, agricola, analfabeta) ad una molto più avanzata (urbanizzata, industrializzata, scolarizzata)." (Natale M., 1990, pag. 45).

2. Le tre macroclassi d'età considerate corrispondono alle tre fasi della vita degli individui. Pertanto il gruppo 0 - 14 anni indica la popolazione giovane, quello 15 - 64 la popolazione adulta, quello 65+ la popolazione anziana.

I processi di invecchiamento e di declino che interessano i paesi sviluppati rappresentano, infatti, un fenomeno neutrale, "senza connotazioni in negativo o in positivo" (De Sarno Prignano e Natale, 1990), ma diventano un problema se l'adeguamento del sistema economico ai mutamenti demografici non è abbastanza rapido. Appare, dunque, necessario individuare un punto di equilibrio tra l'inevitabilità di alcune dinamiche demografiche e le necessità imprescindibili dei sistemi economici (Stranges, 2006, p. 123).

Il processo di invecchiamento demografico in Italia

Con il termine invecchiamento demografico si indica l'aumento, in termini assoluti e percentuali, della fascia anziana rispetto agli altri gruppi che compongono la popolazione e al suo totale. Le cause di questo processo sono sostanzialmente due: l'allungamento della vita (*longevità*) e la riduzione delle nascite (*denatalità*). Se la longevità è di per sé una conquista, l'invecchiamento demografico è una sua conseguenza ineluttabile che pone, però, diversi problemi di ordine sociale, culturale ed economico. Il numero sempre crescente di anziani si tradurrà in richieste sempre maggiori in termini previdenziali, assistenziali, di fornitura di servizi socio-sanitari e di cura. Oltre a ciò, lo squilibrio che s'ingenererà tra le classi economicamente produttive e le classi anziane, che percepiscono la pensione e hanno livelli di spesa sanitaria più elevati, mette a dura prova la sostenibilità dei sistemi di welfare contemporanei (Stranges, 2007a, p. 102).

L'invecchiamento che interessa la popolazione italiana ha avuto origine già nel corso del XX secolo, a seguito della conclusione del processo di Transizione Demografica¹ che ha interessato tutti i paesi a sviluppo avanzato, e si è progressivamente acuito a mano a mano che vi è stato un allungamento della vita media dovuto, in particolare, al miglioramento delle condizioni sociali e igienico-sanitarie e all'introduzione di cure e terapie più efficaci. Tale "invecchiamento dall'alto" è accompagnato anche da un "invecchiamento dal basso", causato dalla contrazione delle nascite, che ha contribuito a squilibrare i rapporti tra i diversi gruppi di popolazione. Per comprendere l'origine del processo di invecchiamento può essere utile osservare l'evoluzione di alcuni indicatori demografici dal secondo dopoguerra ad oggi. La componente anziana² della popolazione, il cui valore percentuale rappresenta un indice di invecchiamento della popolazione, è passata da 8,2% nel 1951 a 18,7% nel 2001, valore che, come vedremo in se-

TAB 1. PRINCIPALI INDICATORI DEL PROCESSO DI INVECCHIAMENTO DEMOGRAFICO IN ITALIA. DATI AI CENSIMENTI DELLA POPOLAZIONE (1951-2001)

Valori in percentuale

Anni	Struttura per età della popolazione (valori percentuali)			Indici di struttura (valori percentuali)			Speranza di vita a 60 anni (in anni)	
	0 - 14	15 - 64	65 +	Vecchiaia	Dipendenza anziani	Dipendenza strutturale	Maschi	Femmine
1951	26,1	65,7	8,2	31,4	12,5	52,2	16,0	17,5
1961	24,5	66,0	9,5	38,8	14,4	51,5	16,7	19,3
1971	24,4	64,3	11,3	46,3	17,6	55,5	16,7	20,2
1981	21,5	65,3	13,2	61,4	20,2	53,1	17,0	21,4
1991	15,9	68,8	15,3	96,2	22,2	45,3	18,7	23,2
2001	14,2	67,1	18,7	131,4	27,9	49,1	20,4	24,9

Fonte: nostre elaborazioni su dati Istat, Censimenti della Popolazione

guito, si è ulteriormente accresciuto negli anni successivi. Parallelamente è diminuito il peso della componente adulta della popolazione e, ancor più marcatamente, quello della componente giovanile, pari al 26,1% del totale della popolazione italiana al censimento del 1951 e solo al 14,2% a quello del 2001. L'indice di vecchiaia (che misura quanti anziani ci sono ogni 100 giovanissimi) si è più che quadruplicato nel cinquantennio 1951-2001, mentre l'indice di dipendenza anziani (che misura quanti anziani ci sono ogni 100 persone comprese nella fascia produttiva 20-64 anni) è cresciuto dal 12,5 al 27,9%.

L'allungamento della vita che si è registrato è messo in evidenza dalla crescita della speranza di vita³ a 60 anni, il cui valore è aumentato di 4,4 anni per gli uomini e di 7,4 anni per le donne nel periodo considerato. Nonostante si sia recentemente registrata una lieve ripresa del tasso di fecondità totale (che è pari oggi a 1,41 figli per donna in età feconda), l'invecchiamento demografico continua ad aumentare in ragione della crescita della speranza di vita alla nascita, oggi pari a 78,8 anni per i maschi e 84,1 per le femmine (tabella 2). La percentuale di ultrasessantacinquenni (tabella 2) è ulteriormente cresciuta negli ultimi anni, passando dal 18,69%

TAB 2. PRINCIPALI INDICATORI DEL PROCESSO DI INVECCHIAMENTO DEMOGRAFICO IN ITALIA (2002-2008)

Valori in percentuale

Anni	Numero medio di figli per donna	Speranza di vita alla nascita (in anni)		Struttura per età della popolazione (valori percentuali)			Indici di struttura (valori percentuali)				età media (in anni)
		Maschi	Femmine	0 - 14	15 - 64	65 +	Vecchiaia	Dipendenza strutturale	Dipendenza anziani	Ricambio	
2002	1,27	77,1	83,0	14,23	67,08	18,69	131,39	61,55	30,20	98,34	41,43
2003	1,29	77,2	82,8	14,21	66,77	19,02	133,79	62,02	30,81	95,93	41,68
2004	1,33	77,7	83,7	14,15	66,63	19,22	135,87	62,23	31,19	96,29	41,82
2005	1,33	78,1	83,7	14,12	66,41	19,46	137,84	62,68	31,66	97,85	41,97
2006	1,35	78,4	84,0	14,10	66,17	19,73	139,94	63,35	32,23	100,09	42,14
2007	1,38	78,6	84,0	14,07	65,98	19,94	141,71	63,91	32,69	94,46	42,34
2008*	1,41	78,8	84,1	14,03	65,93	20,04	142,77	64,13	32,89	90,48	42,49

* stima

Fonte: nostre elaborazioni su dati Istat, 2009a

del 2002 al 20,04% del 2008. Gli anziani “guadagnano” terreno non tanto a scapito dei giovanissimi, la cui quota nei medesimi anni è solo leggermente diminuita, ma soprattutto a svantaggio della popolazione adulta la cui diminuzione è stata pari a 1,15 punti percentuali. Tale dato conferma le preoccupazioni riguardo al crescente scapito tra componenti produttive ed improduttive della popolazione (Stranges, 2009, *forthcoming*). L'indice di vecchiaia, oggi pari a 143 anziani per 100 giovanissimi, e l'indice di dipendenza anziani, pari a 33 anziani per ogni 100 persone tra 20 e 64 anni, esprimono appieno la rapidità di progressione del fenomeno. L'indice di ricambio, calcolato per gli ultimi anni osservati, consente di valutare quante unità di popolazione entrano a far parte del gruppo potenzialmente produttivo rispetto a quante ne escono⁴: il valore italiano del 2008, dopo alcune oscillazioni, si attesta sul 90%, il che vuol dire che la sostituzione tra chi entra e chi esce non è garantita. La situazione non è destinata a migliorare in futuro, anzi tenderà a peggiorare: le previsioni recentemente rilasciate dall'Istat (2009b) stimano un aumento della quota di anziani fino ad un valore del 33% della popolazione totale nel 2050 (scenario centrale⁵). È possibile, inoltre, notare (figura 1) che, in linea con quanto osservato in precedenza, la parallela diminuzione percentuale del resto della popolazione riguarderà in misura maggiore gli adulti, il cui peso scenderà dall'attuale 65,9% al 54,1%, che i giovani, che passeranno dal 14 al 12,9%.

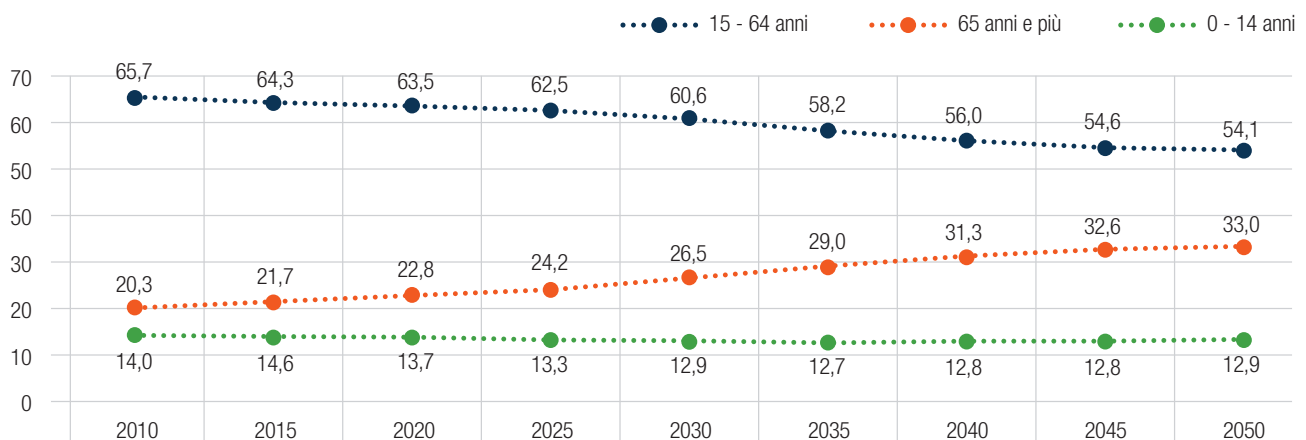
3. La speranza, o aspettativa, di vita è il numero di anni che mediamente le persone (in questo caso di 60 anni) si attendono ancora di vivere. I valori sono ricavati da una tavola di mortalità, costruita tenendo conto dell'intensità e della distribuzione dei decessi registrati in una certa popolazione.

4. Si misura, infatti, come rapporto tra la popolazione 20-24 anni e quella 60-64 e fornisce, quindi, una stima del ricambio tra quanti entrano e quanti escono dal mondo del lavoro.

5. Le previsioni rilasciate dall'Istat sono articolate secondo tre distinti scenari. Lo scenario centrale si fonda su ipotesi plausibili relativamente all'andamento futuro di fecondità, mortalità e migrazioni (i tre fenomeni sulla base dei quali viene calcolata la futura consistenza della popolazione). Lo scenario alto e quello basso prevedono, rispettivamente, un aumento o una diminuzione dei tre fenomeni. Si è scelto di usare lo scenario centrale poiché, essendo basato su ipotesi maggiormente realistiche, fornisce stime “verosimili” e quindi più attendibili. Occorre, peraltro, sottolineare che le previsioni demografiche sono progressivamente meno affidabili a mano a mano che ci si allontana dalla base di partenza. Pertanto, le stime qui riportate valgono solo come indicazione di ciò che potrebbe ragionevolmente succedere al verificarsi delle ipotesi sottostanti l'esercizio previsivo.

FIG 1. PREVISIONI DELLA DISTRIBUZIONE PERCENTUALE DELLA POPOLAZIONE ITALIANA (2010- 2050)

Valori in percentuale



TAB 3. EQUILIBRI GENERAZIONALI NELLA POPOLAZIONE ITALIANA. PREVISIONI (2010 - 2050)

Classi d'età	2010	2020	2030	2040	2050
≥ 65	1 ogni 5	1 ogni 4	1 ogni 4	1 ogni 3	1 ogni 3
≥ 75	1 ogni 10	1 ogni 9	1 ogni 7	1 ogni 6	1 ogni 5
≥ 85	1 ogni 37	1 ogni 26	1 ogni 21	1 ogni 17	1 ogni 13
≥ 100	1 ogni 4.161	1 ogni 2.658	1 ogni 966	1 ogni 588	1 ogni 393

Fonte: nostre elaborazioni su dati Istat, 2009b

Attraverso l'analisi della piramide⁶ della popolazione (figura 2) è possibile comprendere in maniera intuitiva come il profilo e la struttura per sesso ed età della nostra popolazione stia rapidamente cambiando. La forma della piramide italiana, a salvadanaio nel 2010, diverrà presto riduttivo: la base stretta rimarrà tale, come conseguenza della denatalità, mentre la parte alta tenderà ulteriormente ad allargarsi, grazie all'accresciuta longevità. La parte più scura della piramide rappresenta la popolazione potenzialmente produttiva (classi

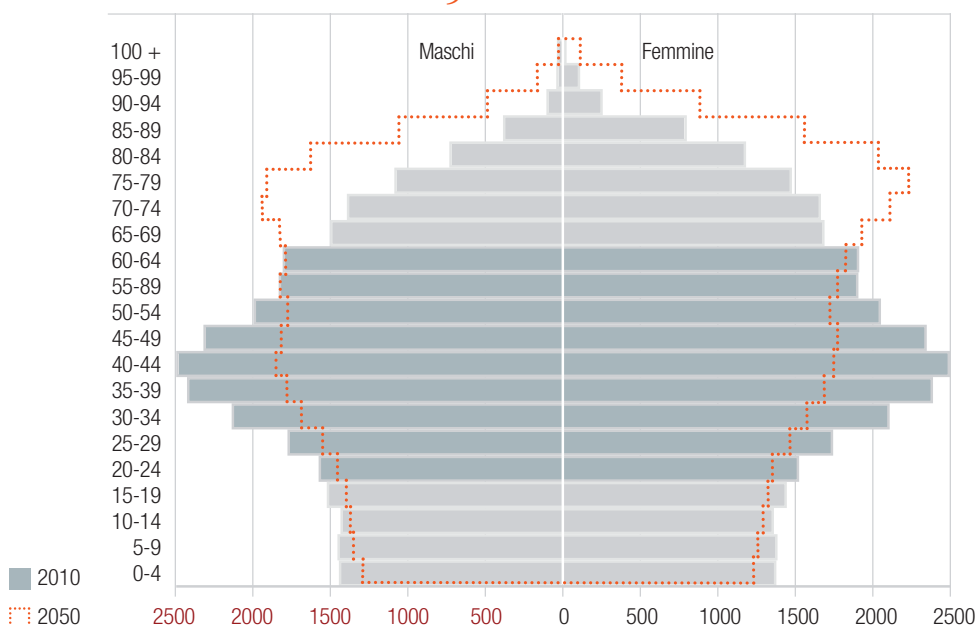
d'età 20-64 anni): è evidente come tale segmento di popolazione sia destinato a ridursi progressivamente sia in termini assoluti, sia in termini relativi rispetto agli altri segmenti di popolazione, soprattutto nelle classi d'età tra i 30 e i 49 anni. La crescita della popolazione anziana interesserà anche e soprattutto il gruppo dei grandi vecchi, termine con cui intendiamo le persone over 75: guardando alle proporzioni di ciascun gruppo per età (tabella 3) è possibile osservare che se al 2010 vi è un ultrasessantacinquenne ogni cinque italiani, ve ne sarà uno su tre nel 2050.

La proporzione degli over 75, invece, raddoppierà, passando da 1 ogni 10 ad 1 ogni 5 abitanti, mentre quella degli over 85 da 1 ogni 38 ad 1 ogni 13 abitanti.

Nel giro di quaranta anni, poi, il numero degli ultracentenari è destinato a decuplicare, tanto che se oggi gli over 100 sono circa 1 ogni 4.161 abitanti, nel 2050 ne avremo 1 ogni 393 abitanti. I problemi connessi alla sostenibilità dei sistemi di welfare diverranno, allora, ancor più rilevanti, in considerazione del fatto che le fasce di popolazione più estreme sono quelle effettivamente improduttive alle quali sono connessi non solo i costi pensionistici, ma anche maggiori costi sanitari ed assistenziali (Stranges, 2009, forthcoming).

6. Benché ciascuna popolazione presenti un proprio profilo peculiare, vengono solitamente individuati tre profili tipici di piramide: espansivo, riduttivo e stazionario. Il primo è quella a base larga, segno di un'alta natalità, e parte alta più stretta, segno di un'altrettanto elevata mortalità. La seconda tipologia di profilo è, invece, quello in cui la parte bassa, dove vi sono le classi d'età più giovani, è più stretta rispetto alla parte centrale e alta, segno di denatalità e bassa mortalità. Questo profilo è tipico delle popolazioni che invecchiano. Infine, il profilo stazionario si riscontra in quelle popolazioni che hanno mediamente lo stesso ammontare di popolazione in tutte le classi d'età.

FIG 2. LA PIRAMIDE DELLA POPOLAZIONE ITALIANA. CONFRONTO 2010 - 2050





Le conseguenze socio-economiche più rilevanti

Il problema principale connesso al processo di invecchiamento è, dunque, la sproporzione che si ingenera tra i diversi gruppi che compongono la popolazione, in particolare tra le classi centrali, economicamente produttive, e le altre improduttive. Le conseguenze più forti del processo di invecchiamento saranno avvertite all'interno del mercato del lavoro, dove il numero di persone che compongono la forza lavoro scenderà drasticamente nei prossimi anni, come conseguenza della denatalità che caratterizza ormai da decenni il nostro paese (Stranges, 2008, p.196), mentre si assisterà a un parallelo aumento del numero di pensionati. Ciò creerà uno scompenso tra chi contribuisce attivamente al sistema economico e chi ne è fuori e assorbe risorse che è destinato a peggiorare ulteriormente in futuro.

Anche in questo caso gli elementi contestuali giocano un ruolo fondamentale: sulla partecipazione dei lavoratori agisce, infatti, l'azione concomitante di rilevanti fattori di spinta (*push factors*) all'uscita dal mercato del lavoro e di fattori attrattivi (*pull factors*) verso il pensionamento (Stranges, 2006, pp. 127-132; Stranges, 2007a, p.114).

Dal lato della domanda vanno analizzati i fattori che influenzano la scelta del datore di lavoro di assumere o mantenere persone mature o anziane all'interno della propria azienda, spesso basati più su stereotipi e pregiudizi che su fatti concreti. Tra questi: l'idea della rapida obsolescenza delle competenze e delle capacità dei lavoratori anziani, le presunte ridotte performance lavorative, l'avversione ai cambiamenti e agli spostamenti. A questi fattori, la cui reale esistenza non è supportata da studi scientifici, si unisce il maggior costo legato ai criteri di avanzamento in carriera per anzianità che spesso si traducono in salari più elevati per i dipendenti più maturi, facendo così lievitare i costi relativi alla loro assunzione o al loro mantenimento. Tutto ciò invoglierebbe i datori di lavoro ad assumere personale più giovane, che può rappresentare un costo minore rispetto a quello di età più elevata. La correlazione positiva tra età e stipendio è, infatti, confermata anche da numerosi studi internazionali (Stranges, 2007a, p. 114).

Dal lato dell'offerta, invece, vanno considerati tutti i fattori che spingono le persone ad abbandonare la propria attività lavorativa. Tali ragioni sono sia di tipo espulsivo dal mercato

del lavoro e sia di tipo attrattivo verso i sistemi pensionistici. Si pensi, ad esempio, all'eccessivo uso di strumenti assistenziali che determina negli individui una diminuzione dell'attaccamento al lavoro e stimola l'idea di poter uscire prima dal mercato avvalendosi di tali strumenti, o ancora ai vari tipi di disincentivi fiscali che potrebbero scoraggiare chi decide di continuare a lavorare anche una volta raggiunta l'età pensionabile. Tra i fattori da tenere in considerazione non vanno dimenticati quelli psico-sociali, ad esempio il senso di inadeguatezza ai sistemi economici in continua trasformazione (che richiedono adattamenti spesso repentini delle proprie competenze e abilità) che potrebbe maturare nei lavoratori anziani. Proprio riguardo a quest'ultimo punto, si delinea con forza l'importanza di un processo formativo distribuito su tutto l'arco della vita lavorativa degli individui, che favorisca la loro idoneità continua al mercato del lavoro, incoraggiando anche l'attaccamento lavorativo e disincentivando l'uscita prematura (*ivi*, p. 115). Un'altra questione fortemente dibattuta è l'impatto del processo di invecchiamento demografico sulla spesa sanitaria. Secondo molti studiosi, infatti, l'aumento numerico della popolazione più anziana determinerà un sensibile incremento della domanda di salute ed assistenza, in ragione della maggiore incidenza di malattie, patologie e non autosufficienza in età avanzata. In realtà, come sottolineato da diversi studiosi, bisognerebbe cercare di capire se i guadagni in termini di longevità che si realizzeranno in futuro saranno in buona o in cattiva salute. Le ipotesi al riguardo possono essere ricondotte a due filoni principali: uno più ottimista, detto della "compressione della

NELL'ANALISI DELLA CRESCITA DELLA SPESA SANITARIA ATTRIBUIBILE ALL'INVECCHIAMENTO OCCORRE ANCHE TENERE CONTO DEL MAGGIORE RICORSO ALLE CURE MEDICHE DELLE FUTURE GENERAZIONI DI ANZIANI RISPETTO A QUELLE ATTUALI, CONSEGUENZA PROBABILMENTE DI UN DIVERSO MODO DI GUARDARE ALLA MEDICINA E ALLA SCIENZA.

morbilità", secondo il quale le prospettive sono estremamente buone, con un aumento della longevità che si accompagnerà ad una riduzione del tasso di disabilità e istituzionalizzazione; un altro più pessimista, detto "fallimento del successo", secondo il quale l'aumento dell'età media si tradurrà anche in un aumento delle disabilità cumulative, con conseguenti ricadute in termini di aumento della spesa sanitaria e declino complessivo della qualità della vita (Stranges, 2007b, p. 594). Allo scopo di valutare l'impatto di lungo periodo dell'invecchiamento della popolazione sulla spesa sanitaria è stato istituito in sede europea l'A.W.G. (Working Group on Ageing Populations), un gruppo di lavoro costituito dall'Economic Policy Committee (E.P.C.). L'A.W.G. ha presentato proprio nel 2006 nuove simulazioni della spesa sanitaria fino al 2050, correggendo le prime proiezioni effettuate nel 2001 basate solo sulla valutazione delle variabili demografiche.

Lo scenario di riferimento elaborato è relativamente prudente e combina più ipotesi sullo stato di salute e la futura evoluzione demografica. Secondo le proiezioni dell'AWG, la spesa sanitaria crescerà al crescere dell'incidenza della popolazione anziana sul totale, poiché la domanda e i consumi sanitari crescono proporzionalmente al crescere dell'età. Ma non è l'aumento numerico della popolazione anziana in sé a determinare l'aumento della spesa sanitaria, bensì il mutamento di tutta una serie di fattori connessi alle nuove coorti di anziani. Sull'evoluzione della spesa sanitaria incidiranno, ad esempio, i diversi scenari del tasso di morbilità, il verificarsi dell'ipotesi della "compressione della morbilità" o della sua espansione. Nell'analisi della crescita della spesa sanitaria attribuibile all'invecchiamento occorre anche tenere conto del maggiore ricorso alle cure mediche delle future generazioni di anziani rispetto a quelle attuali, conseguenza probabilmente di un diverso modo di guardare alla medicina e alla scienza.

Numerose ricerche hanno permesso di mostrare come gli anziani di oggi, essendo più istruiti rispetto alle precedenti generazioni, presentino un interesse maggiore in relazione ai problemi connessi alle tematiche della salute e del benessere con implicazioni importanti in termini di tassi di utilizzo di farmaci e cure. Quindi, quando le generazioni giovani di oggi raggiungeranno la vecchiaia, il loro diverso atteggiamento psicologico e le aspettative nei confronti della medicina contribuiranno a determinare l'aumento della domanda sanitaria (*ivi*, p. 595).



Altri studiosi sostengono che, oltre all'atteggiamento psicologico, un altro fattore che ha un impatto abbastanza forte sulla domanda sanitaria degli anziani è la configurazione della struttura familiare: se, infatti, nel momento in cui subentra una malattia per un anziano, la famiglia è in grado di prendersene cura, l'aggravio per il sistema sanitario potrebbe essere minore rispetto alla situazione in cui la famiglia non è in grado di assumersi alcuna responsabilità in tal senso.

Poiché l'assistenza a un malato non autosufficiente richiede uno sforzo fisico, psicologico, emotivo e, spesso, anche economico per le famiglie, lo stress a cui queste ultime sono sottoposte potrebbe essere alle volte insopportabile. L'assistenza agli anziani ammalati, quindi, viene delegata a istituti preposti o, in generale, a soggetti esterni, facendo divenire le famiglie stesse soggetti di domanda sanitaria, anche se in questo caso in maniera indiretta.

Ciò può determinare una crescita della componente sia pubblica sia privata della spesa sanitaria. Le grandi trasformazioni subite dalle strutture familiari, la progressiva dissoluzione delle reti di solidarietà parentali, che in Italia hanno sempre rappresentato la principale fonte di cura per le persone anziane fragili o non autosufficienti, determineranno un maggiore esternalizzazione delle attività di cura, con conseguenze abbastanza forti sul sistema sanitario (ivi, p. 596).

Infine, non bisogna dimenticare gli effetti sociali che l'aumento della quota di anziani può ingenerare. Le modificazioni nel rapporto tra gli anziani e la famiglia (e il conflitto intergenerazionale che spesso lo caratterizza) e l'abbandono da parte degli anziani dei ruoli sociali, con conseguente diminuzione della rete relazionale, pongono nuove sfide sociali e culturali. La famiglia, sia quella nucleare sia più in generale la parentela, rappresenta ancora oggi l'ambiente che maggiormente influenza e contribuisce a definire la qualità della vita dell'anziano, determinandone le connotazioni in positivo o in negativo. Da sempre culla di legami, d'appartenenza, di logica continuazione delle generazioni, la famiglia oggi si è evoluta, privatizzandosi.

Ciò ha determinato l'indebolimento dei rapporti di parentela e, a causa della crescente incapacità della famiglia di rispondere alle esigenze dei membri più vecchi, l'aumento della delega della loro cura all'esterno. La rete di relazioni sociali (amici, colleghi di lavoro o semplici conoscenti), invece, rappresenta l'anello di congiunzione tra la persona anziana e il resto del mondo ed è, quindi, anch'essa di fondamentale importanza nel processo di ridefinizione della sua posizione e delle sue funzioni all'interno della società. Tale rete tende, però, a smagliarsi a mano a mano che l'anziano abbandona i diversi ruoli sociali ricoperti nel corso della vita.

Nelle società tradizionali alle carenze relazionali da ciò derivanti sopperiva in parte la rimodulazione del ruolo dell'anziano all'interno del nucleo familiare, cosa che non accade nelle società moderne a causa della progressiva deparentalizzazione (Stranges, 2007c, p. 161).

È necessario, pertanto, avviare un processo di *risocializzazione* degli anziani, che possa favorirne la permanenza attiva all'interno della società. Un concetto fondamentale oggi è, infatti, quello di *active ageing* (ossia di invecchiamento attivo), secondo il quale, attraverso il mantenimento della partecipazione degli individui alla vita sociale ed economica, si può migliorare notevolmente anche la qualità della loro vita, evitando tante problematiche sociali e umane connesse all'abbandono dei ruoli sociali (*ivi*, p. 172).

ALL'INTERNO DEL GRUPPO DEGLI ANZIANI OCCORRE FARE UNA NECESSARIA DISTINZIONE TRA I "GIOVANI VECCHI" (TERZA ETÀ), TERMINE CON CUI CI SI RIFERISCE ALLE PERSONE DI ETÀ COMPRESA TRA I 65 E 74 ANNI, E I "GRANDI VECCHI" (QUARTA ETÀ), CON CUI INDICHIAMO LE PERSONE OVER 75

Gli anziani, nuovo target di consumo esperto

Nonostante i demografi vadano parlando ormai da decenni del processo di invecchiamento demografico, non tutti i soggetti economici si sono accorti per tempo di cosa stava accadendo. Negli ultimi anni la presa di coscienza dell'esistenza di tale processo ha, invece, portato le aziende a guardare con occhi nuovi al segmento degli anziani che, dopo essere stato ritenuto per anni poco interessante, assume oggi, alla luce di quanto sta accadendo, una nuova valenza. Al di là dei problemi socio-economici connessi al processo, di cui si è precedentemente discusso, l'invecchiamento può rappresentare anche una fonte di opportunità produttive per le aziende, se saranno capaci di cogliere per tempo i segnali di cambiamento e di trasformare questi segnali in strategie aziendali mirate e consapevoli. Il punto di partenza per fare ciò è la presa di coscienza che gli anziani di oggi sono fundamentalmente diversi da quelli di ieri e consumano, perciò, beni diversi in quantità diverse.

Diceva lo psicanalista Cesare Musatti: *"I nostri nonni erano*

molto più vecchi di noi alla nostra età. E facevano una vita da vecchi, mentre noi no. La qualità della vita è cresciuta sia grazie ai progressi della scienza medica, sia, e forse di più, grazie a questi cambiamenti di prospettiva verso la vita: cambiamenti sociali e mutamenti legati agli sviluppi scientifici e tecnologici." (Pedemonte E. e Tagliasco V., p.86).

Ovviamente, all'interno del gruppo degli anziani occorre fare una necessaria distinzione tra i "giovani vecchi" (terza età), termine con cui ci si riferisce alle persone di età compresa tra i 65 e 74 anni, e i "grandi vecchi" (quarta età), con cui indichiamo le persone over 75.

Questi due gruppi hanno caratteristiche e specificità diverse e sono, pertanto, portatori di esigenze e necessità differenti. Ad esempio, per il primo gruppo i livelli di autosufficienza di gran lunga superiori consentono loro una maggiore autonomia anche per quanto riguarda gli acquisti, i viaggi, ... Mentre, nelle classi di età comprese tra i 75 e gli 84 anni, e ancor di più quelle superiori, vi è un numero più elevato di persone che, in ragione della riduzione del grado di autonomia e del concomitante aumento di patologie e malattie, presenta esclusivamente bisogni legati all'assistenza, alla cura e alla sussistenza. Per tali ragioni, mentre gli anziani della terza età sono ancora un segmento di mercato interessante per le imprese, in virtù delle maggiori potenzialità come acquirenti di prodotti e servizi, quelli della quarta età non presentano, invece, grosse attrattive per le aziende, se si escludono chiaramente quelle di prodotti medicinali, presidi medico-chirurgici e para-sanitari. I motivi alla base di questo disinteresse delle aziende per le età più elevate sono molteplici:

- innanzitutto i grandi vecchi investono poco in beni durevoli (come l'arredamento, le automobili, gli elettrodomestici...);
- potrebbero, inoltre, avere disponibilità economiche più ridotte, spesso legate solo alla pensione percepita;
- spesso la riduzione dell'autosufficienza si traduce anche in una riduzione del potere decisionale relativamente agli acquisti;
- infine i "grandi vecchi", come emerge da diverse ricerche, sono meno sensibili dei "giovani vecchi" (e in generale alle persone delle altre classi di età) ai fattori di moda. Anche le leve promo-pubblicitarie hanno minore impatto sugli anziani, meno sensibili ai mass-media e, quindi, gli eventuali investimenti delle aziende in comunicazione e promozione mirata a questo specifico segmento di popolazione potrebbero non avere un grande ritorno economico.

I comportamenti d'acquisto di queste due fasce di età sono, quindi, fondamentalmente diversi, e l'individuazione delle specificità è perciò essenziale nella predisposizione di azioni di marketing efficaci. Le differenze tra i due gruppi emergono chiaramente se si osservano, ad esempio, i dati relativi ai consumi culturali (tabella 4). Tutte le attività culturali indicate presentano valori nettamente superiori per il gruppo 65-74 anni rispetto a quello 75+, talvolta più che doppi: ad esempio, la percentuale di quelli che nei 12 mesi precedenti l'intervista hanno visitato monumenti e siti archeologici è stata pari nel 2007 al 13,6% per i primi, mentre il valore è di solo il 5,1% per i secondi. Il 6% dei giovani vecchi ha ascoltato almeno un concerto di musica non classica, contro il 2,5% degli over 75. Per quanto riguarda il rapporto con le nuove tecnologie, gli anziani utilizzano oramai con sempre maggiore frequenza il cellulare (tabella 5): se nel 2000 solo il 22,6% dei giovani vecchi e il 9% dei grandi vecchi utilizzava il cellulare, nel 2006 la percentuale è di oltre 2,5 volte superiore per il primo gruppo (58,5%) e quasi tre volte tanto per il secondo (26,6%). Ovviamente tali percentuali aumenteranno di molto in futuro, a mano a mano che diventeranno anziane le attuali coorti di adulti, già avvezze all'uso del cellulare (basti pensare che nella classe d'età 60-64, prossima alla vecchiaia, la percentuale di quelli che lo utilizzano è pari al 75%). Se l'uso dei cellulari è praticamente esploso nel giro di pochi, anche in ragione della diffusione via via crescente di questo mezzo di comunicazione e della progressiva riduzione del suo costo, altrettanto non può dirsi dell'utilizzo del computer, posseduto da solo il 7,1% delle famiglie di anziani, contro un valore medio del 50,1% del totale delle famiglie italiane (Istat, 2009e). Valori ancora più bassi si registrano per quanto riguarda la connessione ad Internet: solo il 5,5% delle famiglie di anziani nel 2008 ha accesso alla rete dalla propria abitazione, contro un valore medio nazionale del 42%. Poiché Internet ha acquisito nella nostra società un ruolo importante per la ricerca e la condivisione di materiale e, più in generale, per la comunicazione, è diminuita nel tempo la quota di quelli che dichiarano di esserne sprovvisti a casa perché lo ritengono inutile: in particolare, tra le famiglie di anziani, tale valore è praticamente crollato nel giro di qualche anno, passando dal 44,3% del 2006 al 29,1% del 2008. Parallelamente, però, è aumentata la quota di coloro che dichiarano di non possedere Internet a casa per mancanza di capacità (dal 51,3% al 61,2%) (Istat, 2009e). Resta, dunque, un forte pro-

TAB 4. PERSONE CHE HANNO EFFETTUATO LE AZIONI INDICATE NEI 12 MESI PRECEDENTI L'INTERVISTA PER CLASSE D'ETÀ. ANNO 2007 (PER 100 PERSONE DELLA STESSA ETÀ)

Valori in percentuale	Classi d'età	
	65-74	75 e più
Visitato monumenti e siti archeologici	13,6	5,1
Letto almeno un libro	30,7	21,0
Ascoltato almeno un concerto di musica non classica	6,0	2,5
Ascoltano la radio	45,5	34,7
Assistito a spettacoli sportivi dal vivo	9,7	3,0

Fonte: nostre elaborazioni su dati Istat, 2009c

blema di competenze che è necessario affrontare per ridurre il *Digital Divide* che si è venuto a creare tra gli anziani e il resto della popolazione, in particolare i giovani. Sarebbe, pertanto, auspicabile che l'alfabetizzazione informatica non fosse esclusivamente rivolta ai giovani, come accade oggi in Italia, ma coinvolgesse, con iniziative specifiche, anche gli altri segmenti di popolazione, anziani compresi.

Le strategie aziendali di fronte alla nuova struttura demografica

Di fronte ai mutamenti demografici, che influiscono sulla risposta del mercato ad un certo prodotto, determinandone il successo o l'insuccesso, le imprese possono avere fondamentalmente due tipi di reazioni: di necessità oppure di opportunità. La reazione di necessità nasce da una situazione di bisogno, in cui l'azienda, messa di fronte alla riduzione dei potenziali consumatori o ad altri fattori che possano mettere in dubbio la competitività del prodotto o dell'azienda stessa, è

TAB 5. ANZIANI CHE UTILIZZANO IL CELLULARE PER CLASSE DI ETÀ. ANNI 2000 E 2006 (PER 100 PERSONE DELLA STESSA ETÀ)

Classi d'età	2000	2006
65 - 74	22,6	58,5
75 e più	9,0	26,6

Fonte: Istat, 2008

7. La percentuale è leggermente più bassa se si considerano i viaggi e non il numero di notti. Questo perché gli anziani sembrano preferire viaggi di durata mediamente più lunga, in controtendenza rispetto al turismo “mordi e fuggi” preferito dalle altre fasce d’età.

8. Riferendosi alla difficoltà di trovare un paio di scarpe di suo gradimento, una delle anziane intervistate nel servizio di Smargiassi (2007) si chiese: «Ma perché quelle comode devono essere per forza brutte? Costa forse di più fare scarpe belle per chi ha un problemino di deambulazione?».

costretta a modificare le proprie strategie. La reazione di opportunità comporta anch’essa una modificazione delle strategie aziendali che nasce, però, dall’osservazione di un determinato fenomeno che prefigura, appunto, un’opportunità per l’impresa (sia essa di ampliamento del mercato, di diversificazione produttiva, di introduzione di nuovi prodotti), stimolandola, perciò, a reagire per poterla cogliere. Le aziende oggi, consapevoli dell’importanza di individuare per tempo i fenomeni di necessità o di opportunità per rimanere competitive, sono molto attente, nelle loro analisi di mercato, agli andamenti demografici, in modo da essere in grado di correre ai ripari o di sfruttare un’opportunità rapidamente.

Nell’ambito del quadro di analisi sin qui delineato appare chiaro che l’invecchiamento demografico può costituire un fenomeno di necessità per alcune categorie di imprese e un fenomeno di opportunità per altre categorie, in particolare per quelle che saranno in grado di adattarsi alla nuova strutturazione del mercato e di fornire beni e servizi mirati per questo segmento della popolazione in costante crescita. Come si chiarirà meglio in seguito, i rischi legati a questa impostazione sono notevoli, perché la classe anziana non è un target di mercato così facile da conquistare. Pur consapevoli delle disponibilità talvolta ridotte degli anziani, gli stereotipi che li vogliono persone in quotidiana lotta per la sopravvivenza sono stati ormai superati, a favore di una visione che li vede invece consumatori in grado anche di soddisfare alcuni tra i bisogni più sofisticati tipici della società post-industriale. Una volta individuate le opportunità legate a questo “nuovo” segmento di mercato, però, alle imprese tocca fare un ulteriore passo avanti: devono essere in grado di riconoscere le caratteristiche tipiche di questo mercato, per riuscire ad individuare con successo la domanda di consumi che da esso perviene. Per le aziende è, dunque, necessario elaborare nuove strategie per cercare di “fare breccia” nel cuore (e nelle tasche) dei potenziali acquirenti più anziani. Al centro di questo sforzo di marketing vi è l’insieme di decisioni che riguardano il posizionamento del prodotto nella mente del

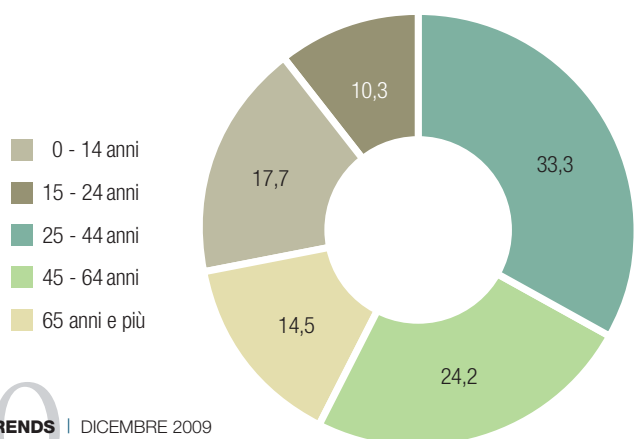
consumatore senior (Collesei e Casarin, 2005). Un elemento oramai accertato al riguardo, come sottolineano psicologi, sociologi e ancor di più gli esperti di marketing, è che i prodotti mirati in maniera specifica agli anziani hanno su di loro uno scarso impatto. Molti sono, infatti, gli esempi di prodotti che si sono rivelati veri e propri fallimenti perché, rivolgendosi in maniera eccessivamente esplicita al segmento degli anziani, apparivano “discriminanti” nei loro confronti, mettendo in evidenza fragilità, criticità e problematicità dell’età anziana che spesso gli anziani stessi vorrebbero tenere nascosti (un nutrito elenco di questi fallimenti si può leggere in Pedemonte E. e Tagliasco V., 1996, pag.74-75).

I prodotti e i servizi dovrebbero essere, pertanto, progettati e realizzati per far fronte alle esigenze anche dei senior, senza però rivolgersi direttamente o esclusivamente a loro per non ingenerare l’effetto “ghettizzazione” che tante ricerche di diversi ambiti disciplinari hanno mostrato essere il primo deterrente all’acquisto da parte dei senior stessi.

Tra i settori, invece, che per primi hanno “fiutato” l’affare anziani vi è il turismo. Il boom del turismo *aged* è travolgente: un turista su quattro oggi ha più di 55 anni quando nel 1965 erano appena il 5% (Smargiassi, 2007). Gli over 65 rappresentano, complessivamente, quasi il 15% dei turisti totali (Figura 3). Ma anche in questo caso, le proposte, i pacchetti e le offerte dovrebbero essere costruiti sulla base delle reali esigenze di questo target di viaggiatori, non considerandoli come “tappabuchi” da bassa stagione in mancanza di altri clienti (Smargiassi, 2007).

FIG 3. DISTRIBUZIONE PERCENTUALE DEI TURISTI PER ETÀ (MISURA CALCOLATA CON RIFERIMENTO AL NUMERO DI NOTTI⁷), ANNO 2006

Valori percentuali



Conclusioni

Per rispondere positivamente alla “sfida” dell’invecchiamento demografico l’elemento fondamentale a disposizione delle imprese è l’innovazione, intesa come cambiamento, apprendimento e individuazione di nuove soluzioni organizzative e tecnologiche. L’invecchiamento della popolazione può rappresentare un grosso problema per alcune aziende, ma anche una grossa opportunità per quelle che saranno in grado di cogliere i segnali di mutamento e di predisporre delle strategie “ad hoc” per adeguarsi alla nuova strutturazione del mercato. Tenendo conto dell’aumento della quota di anziani, e soprattutto del fatto che questi anziani sono fondamentalmente diversi rispetto a quelli del passato, le aziende dovranno rivedere le proprie strategie aziendali. Ad esempio, tenendo conto dei più alti livelli di scolarizzazione, le future coorti di anziani dovrebbero manifestare consumi culturali, ma anche tecnologici, più elevati rispetto ai loro predecessori. Inoltre, se gli adulti di oggi sono maggiormente attenti ai temi della salute e della bellezza, ne dovrebbero risultare favorevolmente condizionati i loro consumi futuri di prodotti per la cura del corpo e della persona e, più in generale, di tutti i prodotti e i servizi inerenti la sfera del benessere.

È plausibile, ancora, che essendo cresciuti in una società maggiormente attenta ai fattori di moda, gli anziani di domani spenderanno di più anche per abbigliamento e calzature. Anche il turismo, il cui trend è già oggi decisamente positivo, potrà contare su un numero sempre crescente di anziani che, con sempre maggiore frequenza, decideranno di impegnare il proprio tempo libero viaggiando. Le imprese dovranno perciò essere in grado di valutare tutti questi fattori, creando prodotti adatti alle persone anziane (stando però attente, come si sottolineava prima, a non ghezzizzarli per non ottenere l’effetto opposto), che sappiano coniugare la praticità e i contenuti di moda⁸. Che i vecchi di oggi siano molto diversi da quelli di ieri lo confermano i dati. Indubbiamente qualcosa sta cambiando nelle abitudini, nello stile di vita e nei comportamenti di consumo degli anziani. Le aziende che per prime guarderanno alla vecchiaia come una risorsa saranno in grado di trasformare le sfide dell’invecchiamento demografico in opportunità di business.

Manuela Stranges*

* Ricercatore Universitario in Demografia presso il Dipartimento di Economia e Statistica dell’Università della Calabria

RIFERIMENTI BIBLIOGRAFICI

- Collesei U. (1990), *Positioning the product: how to reconcile image and reality*, Economia Aziendale, volume IX, n°2
- Collesei U. (1988), *La strategia di posizionamento. Un approccio multidimensionale*, in AA.VV., Scritti in onore di Luigi Guatri, Milano, Bocconi Comunicazione
- Collesei U., Casarin F. (2005), *Posizionamento e domanda senior: un’analisi empirica*, Paper presentato al Congresso Internazionale “Le tendenze del marketing”, Ecole Supérieure de Commerce de Paris ESCP-EAP, 21-22 Gennaio 2005
- De Sarno Prignano A., Natale M. (1990), *Il processo di invecchiamento della popolazioni a sviluppo avanzato e le sue implicazioni*, in Natale M. (a cura di), “Economia e Popolazione. Alcuni aspetti delle interrelazioni tra sviluppo demografico ed economico”, Franco Angeli, Milano
- Istat (anni vari), dati ai Censimenti della Popolazione
- Istat (2009a), *Popolazione residente per età, sesso e stato civile al 1° gennaio. Anni 2008, 2007, 2006, 2005, 2004, 2003, 2002*. Dati disponibili on line sul sito <http://demo.istat.it> alla sezione Popolazione residente
- Istat (2009b), *Previsioni della popolazione, aggiornamento 2007*. Dati disponibili on line sul sito <http://demo.istat.it> alla sezione Previsioni
- Istat (2009c), *Statistiche culturali. Anno 2007*, Serie Annuari, n. 47 - 2009
- Istat (2009d), *I viaggi in Italia e all'estero nel 2006*. Indagine multiscopo sulle famiglie “Viaggi e vacanze” - Anno 2006, Serie Informazioni n. 2 - 2009
- Istat (2009e), *Cittadini e nuove tecnologie*. Anno 2008, Serie Statistiche in breve, 27 febbraio 2009
- Istat (2008), *L’uso dei media e del cellulare in Italia*. Indagine multiscopo sulle famiglie “I cittadini e il tempo libero” Anno 2006, Serie Informazioni, n°2 - 2008
- Natale M. (a cura di) (1990), *Economia e Popolazione. Alcuni aspetti della interrelazioni tra sviluppo demografico ed economico*, Franco Angeli, Milano.
- Smargiassi M. (2007), *Anziani, la rivolta del consumo slow. Ignorati dagli spot, basta pregiudizi*, Repubblica, 09 giugno 2007, sezione cronaca, p. 20
- Stranges M. (2009), *Il cammino della “vecchia” Italia verso il raggiungimento degli obiettivi di Lisbona*, La Rivista delle Politiche Sociali, n°4/2009, forthcoming
- Stranges M. (2008), *Dinamiche demografiche e mercato del lavoro in Italia*, Quaderni Europei sul Nuovo Welfare, n°10, pp. 192 - 209
- Stranges M. (2007a), *Longevità, salute e spesa sanitaria in Italia*, Tendenze Nuove, Nuova Serie, Fondazione Smith Kline, Il Mulino, Bologna, n°06/2007, pp. 575 - 604
- Stranges M. (2007b), *L’invecchiamento demografico in Italia: verso un miglioramento della relazione tra età e lavoro*, Quaderni Europei sul Nuovo Welfare, n°7, Istituto del Rischio, Trieste-Ginevra, pp.102 - 118
- Stranges M. (2007c), *Le sfide sociali della longevità umana: anziani, rapporti intergenerazionali e reti sociali*, Sociologia e Politiche Sociali, vol. 10, n°1/2007, Franco Angeli Editore, Milano, pp. 161 - 173
- Stranges M. (2006), *Invecchiamento demografico e mercato del lavoro: il ruolo dei processi di lifelong learning*, Affari Sociali Internazionali, n°1/2006, Franco Angeli, Roma, pp. 123 - 144