

PUNTO DI VISTA

A PAG. 19

La Golden Age e il business della terza età

Le società moderne stanno andando verso un invecchiamento della popolazione. Nel 2050 gli ultrasessantenni saranno oltre 2 miliardi. Una svolta epocale per gli investitori: la popolazione crescente della «Golden Age» rappresenterà molto presto una grossa fetta di mercato che le imprese cercheranno in ogni modo di soddisfare con prodotti e servizi appropriati.

PUNTO DI VISTA

La Golden Age e il business della terza età

AZIZ NAHAS*

Nel 2001 Theodore Roszak, storico e sociologo americano nato nel 1933, pubblicava *The Longevity Revolution: As Boomers Become Elders*, un libro visionario scritto dopo un grave problema di salute. «Quando sono uscito da una crisi che avrebbe annientato i nostri genitori e i nostri nonni, ho capito che avrei certamente potuto vivere ancora venti o trent'anni», confessò a uno dei suoi familiari. Un'esperienza non unica nel suo genere, ma rappresentativa di una generazione in divenire: quella delle persone che entrano nella terza età fermamente decise a vivere a fondo e in modo positivo questa loro nuova fase di vita. Non è un caso che Ros-

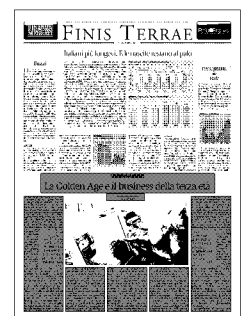
zak, una volta superata la malattia, si sia occupato dell'invecchiamento della generazione dei «baby boomer», nati tra il 1946 e il 1964, che stanno per affacciarsi ora alla pensione. Osservatore attento e lungimirante, l'autore americano ha saputo coeliere i profondi

Il graduale invecchiamento delle società moderne può diventare una grossa chance per le aziende e gli investitori

mutamenti che avrebbero trasformato la realtà del XXI secolo, dovuti alla contrazione del tasso di natalità a livello mondiale nell'ultimo mezzo secolo e all'allungamento della speranza di vita, raddoppiata in 150 anni grazie soprattutto ai progressi della medicina. Qualche cifra significativa: se nel 2010 gli ultrasessantenni sono circa 750 milioni, nel 2050 saranno oltre due miliardi, vale a dire un essere umano su cinque. A quel punto la popolazione con più di 60 anni sarà più numerosa di quella con meno di 25 anni. Una svolta epocale la cui portata è al momento ancora sottovolutata. Il fenomeno costituisce una prima mondiale non soltanto in termini quantitativi, ma anche qualitativi: i *baby boomer* sono probabilmente la generazione con il grado d'istruzione più elevato, quella più attiva e intenzionata a restare in forma, quella più abituata a un alto tenore di vita legato alle nuove tecnologie. Senza dimenticare che, essendo nata nel periodo delle cosiddette «trenta gloriose», diventerà la classe di pensionati meglio dotata finanziariamente. Il desiderio di mantenersi dinamici e in buona salute in vecchiaia non appare più un'incongruenza, ma al contrario offre l'opportunità di una seconda vita, e non certo virtuale. In tale contesto, gli investitori vedono schiudersi ampie prospettive, dato

che la popolazione crescente della «Golden Age» rappresenterà molto presto un mercato dalle esigenze specifiche che le imprese cercheranno in ogni modo di soddisfare con prodotti e servizi appropriati. Senza dubbio, il settore maggiormente interessato è quello della salute, nel senso ampio del termine (industria biofarmaceutica, tecnologie e servizi sanitari). In questo universo, molte aziende si sono già perfettamente inserite nella scia di questa evoluzione avendo sviluppato prodotti e tecnologie destinati a combattere le infermità legate alla vecchiaia, quali le malattie croniche, neurologiche, l'osteoporosi o la perdita di funzioni sensoriali. Progressi considerevoli sono stati compiuti in particolare nel settore della chirurgia mini-invasiva (destinata soprattutto alle persone anziane che non possono più tollerare l'anestesia generale), delle protesi (sempre più miniaturizzate) e della cardiologia. Che l'intero comparto della salute e delle tecnologie mediche per le persone

che la popolazione crescente della «Golden Age» rappresenterà molto presto un mercato dalle esigenze specifiche che le imprese cercheranno in ogni modo di soddisfare con prodotti e servizi appropriati. Senza dubbio, il settore maggiormente interessato è quello della salute, nel senso ampio del termine (industria biofarmaceutica, tecnologie e servizi sanitari). In questo universo, molte aziende si sono già perfettamente inserite nella scia di questa evoluzione avendo sviluppato prodotti e tecnologie destinati a combattere le infermità legate alla vecchiaia, quali le malattie croniche, neurologiche, l'osteoporosi o la perdita di funzioni sensoriali. Progressi considerevoli sono stati compiuti in particolare nel settore della chirurgia mini-invasiva (destinata soprattutto alle persone anziane che non possono più tollerare l'anestesia generale), delle protesi (sempre più miniaturizzate) e della cardiologia. Che l'intero comparto della salute e delle tecnologie mediche per le persone



anziane abbia un ruolo trainante è incontestabile: nel suo rapporto 2008, *Smith & Nephew* sottolinea il fatto di operare su mercati in forte crescita focalizzati sull'invecchiamento demografico e sui dispositivi medici che permettono ai pazienti di vivere meglio e più a lungo. Medica conferma la tendenza: da oltre dieci anni la società francese che recentemente ha fatto il suo debutto in borsa, specializzata nell'accoglienza e nel ricovero delle persone anziane in case di riposo e di cura, «registra una crescita media annua a due cifre della sua attività (+24%) dal 2000 a oggi, con prospettive positive in un campo molto promettente». Tali dichiarazioni dimostrano chiaramente che la terza età non è più considerata un'incognita inquietante, ma un traguardo ricco di opportunità sia per gli anziani che per i fornitori di beni e servizi e per gli investitori. A medio termine numerosi altri settori economici dovrebbero essere favoriti da questa evoluzione, ad esempio i servizi finanziari, l'immobiliare, il tempo libero e le nuove tecnologie. Già adesso alcune imprese finanziarie si occupano esclusivamente di una clientela senior, proponendo piani previdenziali e soluzioni fiscali ad hoc. La telefonia mobile, che finora ha proposto le sue prestazioni funzionali quasi esclusivamente ai giovani, ha scoperto le potenzialità di un pubblico più avanti negli anni. A riprova di ciò, è bastato che una piccola azienda svedese adattasse i suoi cellulari alle esigenze di utenti anziani ingrandendo semplicemente i tasti per spiccare il volo in borsa.

I servizi per gli anziani si avviano verso un vero e proprio boom: Nel 2050 gli over 60 saranno 2 mld

L'operatore francese SFR ha in programma d'introdurre sul mercato dei telefonini dotati di un tasto di emergenza, il «panic button», collegato a infrastrutture mediatiche. In commercio esistono già apparecchi, a metà strada tra telefonia e assistenza medica, che offrono la geolocalizzazione e il monitoraggio a distanza delle funzioni vitali: una vera rivoluzione per le persone che si trovano lontane dai centri medici o per i malati di Alzheimer. Non ci sono dubbi che si tratta delle prime manifestazioni di un movimento di fondo destinato a proseguire. Le aziende che saranno in grado di conquistare una posizione esclusiva sui diversi mercati avranno le chance più propizie per assicurarsi un futuro di crescita. Se è vero che i nuovi ritrovati medici e i progressi tecnologici rappresentano formidabili occasioni per contribuire al benessere degli anziani, è altrettanto vero che anche gli investitori ne trarranno profitto.

**Responsabile Investimenti azionari e gestore del Fondo LO Funds – Golden Age, di Lombard Odier*