

# IL BUON VALORE DELLA LONGEVITÀ

Dagli scenari alle soluzioni



Roma, 17 novembre 2015



## Il contesto

- Gli oltre 13 milioni di longevi che attualmente vivono in Italia rappresentano una variegata popolazione che esprime una **articolazione di consumi, stili di vita, desideri, esigenze**. Protagonisti dei propri anni e della propria quotidianità, i longevi hanno definitivamente rotto la membrana della visione collettiva e mediatica che li voleva fragili e marginali, esclusi dai più importanti processi sociali.
- Il peso che essi assumeranno nei prossimi anni (al 2030 aumenteranno del 23%, mentre la popolazione crescerà dell'1,3%) obbliga a misurarsi fin d'ora con questa popolazione attraverso **nuovi strumenti di analisi**, per definire visioni strategiche e iniziative che **mettano a valore**, in termini economici, sociali e culturali, i diversi volti della longevità.
- La longevità, inoltre, è fenomeno totale nel senso che **coinvolge tutte le classi di età** (per gli incroci intergenerazionali), i territori e le dimensioni di vita.
- È essenziale dunque **concentrare l'attenzione sulle sue potenzialità**: la longevità è una risorsa e un giacimento di opportunità per aziende, istituzioni e organismi sociali purché decidano di adottare scelte strategiche coerenti con il nuovo scenario della longevità.

## L'offerta

- Il Censis e Future Concept Lab mettono a disposizione di aziende, organismi pubblici e privati la propria competenza ed il pluriennale patrimonio di ricerca ed interpretazione delle dinamiche sociali per ragionare sugli scenari futuri e per delineare soluzioni ad hoc per ogni soggetto.
- I due Istituti presentano oggi in anteprima il Programma *Il buon valore della longevità* che prevede attività di ricerca, consulenza strategica e formazione, con l'obiettivo di orientare in modo innovativo le attività produttive, commerciali, culturali destinate ai longevi del futuro.

# La chiave di lettura di Censis e Future Concept Lab

- A partire dal ricco giacimento conoscitivo dei due Istituti, e con **particolare riferimento alle ricerche sugli anziani realizzate negli ultimi dieci anni**, sono stati enucleati processi e dinamiche che riguardano gli anziani, incluso il rapporto con le altre generazioni o, ancora, il rapporto degli adulti con il proprio invecchiamento.
- Sono quindi state costruite alcune “rappresentazioni tipologiche” che aiutano a **definire l’ormai evidente articolazione della condizione longeva** e anche del rapporto soggettivo che gli italiani hanno con la longevità propria e altrui.
- Il valore delle tipologie è quello di far emergere una analisi originale della loro condizione vitale **per attivare soluzioni concrete utili a operatori economici, istituzionali e del sociale**.

I quattro profili di senior che seguono tracciano **uno spaccato della loro vita quotidiana**, di grande potenza nel focalizzare sfide e opportunità legate alla condizione longeva. Sono la chiave di lettura comune di Censis e FCL per **avviare laboratori personalizzati** che costituiscono il nucleo della lettura della longevità, dagli scenari alle soluzioni.



## Rappresentazioni Tipologiche | 4 profili

### Edonisti maturi

‘Finalmente penso a me stesso’



### Attivisti della famiglia

‘Do molto più che una mano’



### Sfidanti della salute

‘Non chiedo solo assistenza’



### Cavalieri del lavoro

‘Io voglio ancora lavorare’



## Edonisti maturi

‘Finalmente penso a me stesso’



### In sintesi

Questa tipologia fa riferimento ai longevi che, liberato il proprio tempo dagli impegni gravosi dell'età adulta, scelgono - e hanno la possibilità - di avere una vita piena, ricca di **progetti e attività gratificanti per il proprio benessere psicofisico**. Non solo nuovi consumatori, ma portatori di una riprogettazione di vita che può costituire un riferimento sociale per i longevi del futuro. Gli *Edonisti Maturi* dedicano molto tempo ed energia alla **dimensione relazionale**, non solo a quella del consumo soggettivo.



## Attivisti della famiglia

‘Do molto più che una mano’



### In sintesi

Questo gruppo di longevi è segnato da **una priorità esistenziale che possiamo definire “attivismo quotidiano”**. Nella loro esperienza emerge infatti con forza un contributo umano, psicologico e culturale nell’offrirsi gratuitamente in ambito familiare (e/o delle comunità più prossime), impiegando le proprie risorse di tempo, capacità e denaro per **sostenere le altre generazioni e i coetanei non autosufficienti**. Gli *Attivisti della Famiglia* rilanciano in questo modo il ruolo dei nonni per gli adolescenti. Il consolidamento di questo gruppo sembra segnare la fine della marginalità familiare e sociale degli anziani, in nome di una nuova responsabilità attiva.

## Sfidanti della salute

‘Non chiedo solo assistenza’



### In sintesi

È questo il gruppo di longevi per i quali la salute costituisce una sfida quotidiana. Si fa qui riferimento al crescente numero di anziani che vivono **una condizione di ridotta autonomia e di dipendenza da altre persone**. Una condizione che non può appiattirsi sulle - pur necessarie - esigenze di assistenza medico - infermieristica. La direzione da intraprendere è quella **della valorizzazione delle capacità di ogni singolo soggetto** sia nelle strutture residenziali per anziani, che hanno in Italia un mercato potenzialmente espandibile, sia per coloro che scelgono di restare nella propria abitazione. A tutti dovrà essere garantita una maggiore **cura negli aspetti più umani e relazionali**, che non riguarda solo una domanda di case di riposo rinnovate, ma coinvolge i **nuovi modelli di abitabilità individuale o collettiva**.

## Cavalieri del lavoro

‘Io voglio ancora lavorare’



### In sintesi

Il quarto gruppo traccia il profilo dei tanti longevi ancora **attivi nel mondo del lavoro o che hanno in programma di rientrarci**, magari intraprendendo un'attività autonoma. Per loro il lavoro è una ragione di vita: più della famiglia o della gratificazione del consumo. Questi soggetti rappresentano una forza lavoro competente, qualificata, in grado di **giocare ancora un ruolo nel mondo dei mestieri e delle professioni**, spesso non nella forma difensiva di preservare il proprio posto a scapito delle giovani generazioni. Trovare nuove collocazioni professionali e immaginare un loro ruolo nel trasferire talenti e competenze diventa oggi una sfida rilevante, tenendo anche conto del contributo decisivo che questi longevi possono dare nel rapportarsi con altri anziani.



# L'offerta

## I laboratori sulla longevità

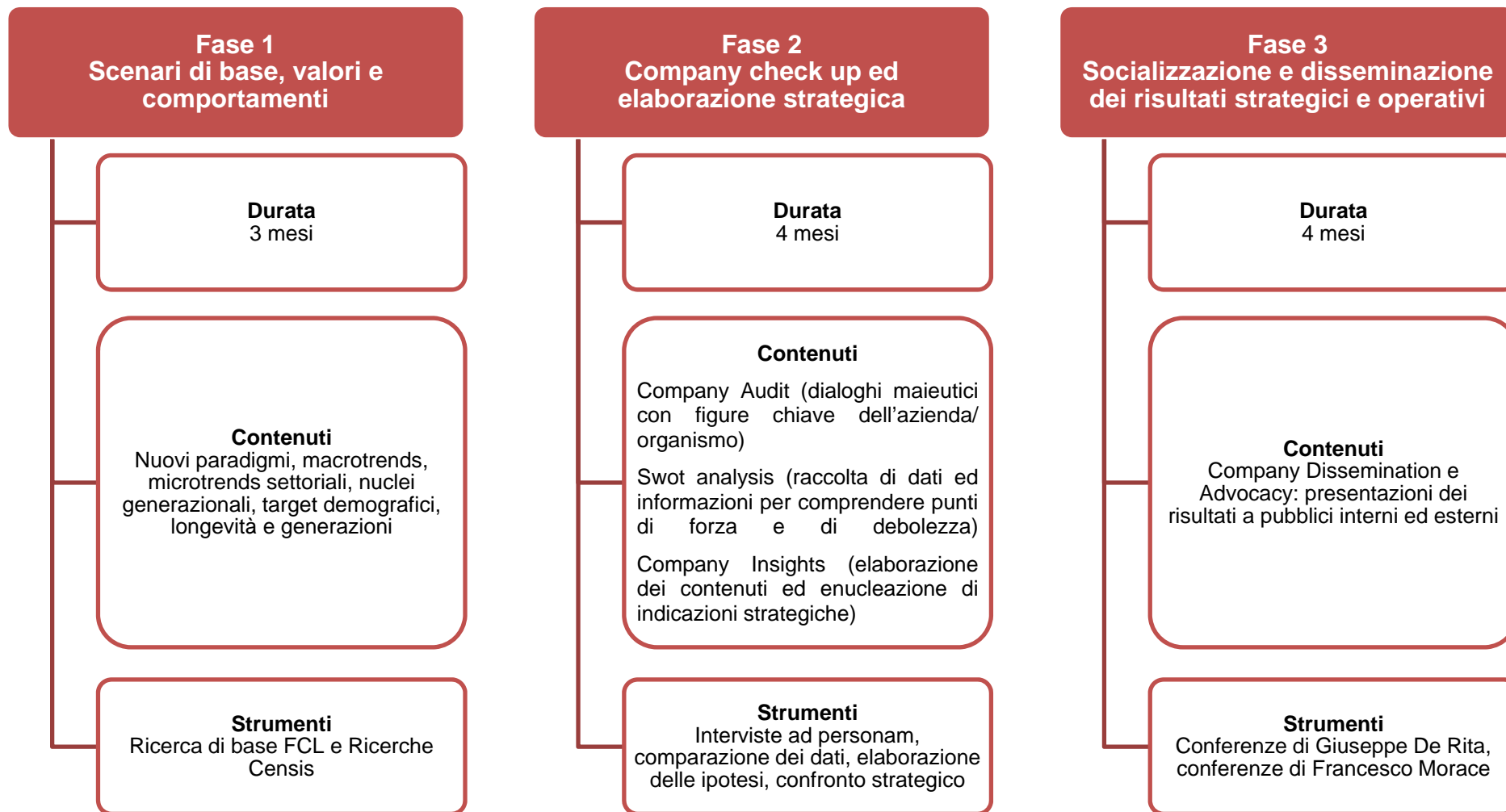
### Percorso e contenuti

Lo strumento attraverso cui verrà realizzato l'accompagnamento specifico al nuovo contesto sarà ***Il laboratorio sulla longevità*** che individuerà per ciascuna azienda soluzioni ad hoc.

L'**obiettivo** che ci poniamo è quello di offrire ad aziende e organismi pubblici e privati un servizio innovativo basato su un mix di attività di ricerca, consulenza e formazione che, attraverso laboratori ***su misura***, offrano un quadro strategico ed esclusivo di:

1. **Scenario**, indicando le direzioni in cui la società si muove, i processi in atto e le trasformazioni che ci aspettano nel prossimo futuro, con particolare riguardo allo specifico settore di interesse dell'organismo/azienda.
2. **Posizionamento** dell'organismo/azienda rispetto a questi processi.
3. **Innovazioni strategiche e operative** per trasformare le conoscenze acquisite in valore per l'organismo/azienda.

# Fasi del progetto





### **Censis**

Centro Studi Investimenti Sociali  
Istituto di ricerca socio-economica

---

Censis  
Piazza di Novella 2  
00199, Roma, Italy

[censis@censis.it](mailto:censis@censis.it)  
<http://www.censis.it>



### **Future Concept Lab**

Istituto di ricerca internazionale  
sulle tendenze sociali e di mercato

---

Future Concept Lab  
Via Benedetto Marcello 4  
20124, Milano, Italy

[info@futureconceptlab.com](mailto:info@futureconceptlab.com)  
<http://www.futureconceptlab.com>