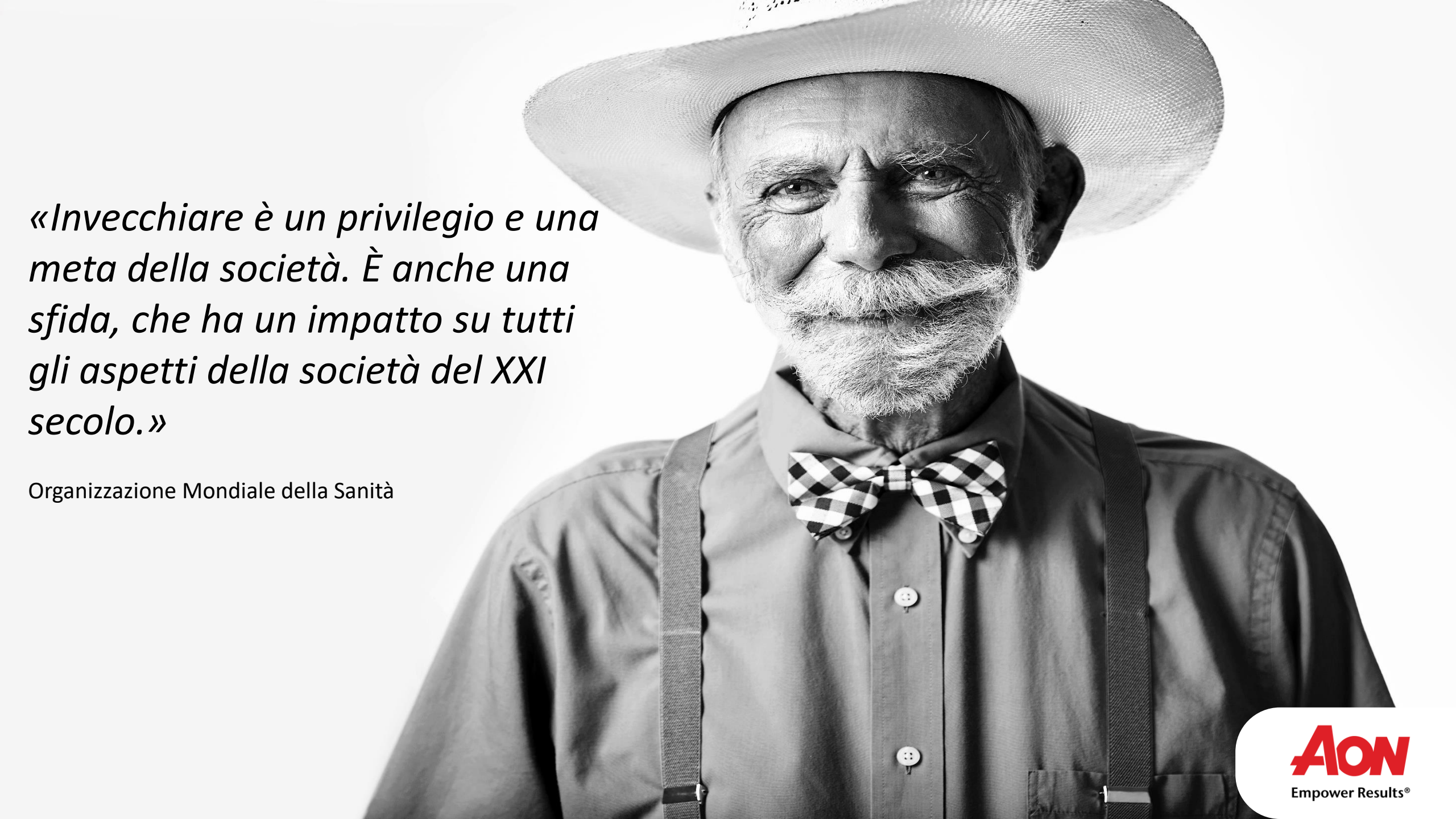




Ageing society: la longevità come nuovo motore della crescita economica

Erica Nagel

Marketing & Communication Chief Officer - Aon
Italia



«Invecchiare è un privilegio e una meta della società. È anche una sfida, che ha un impatto su tutti gli aspetti della società del XXI secolo.»

Organizzazione Mondiale della Sanità



Una nuova rivoluzione demografica

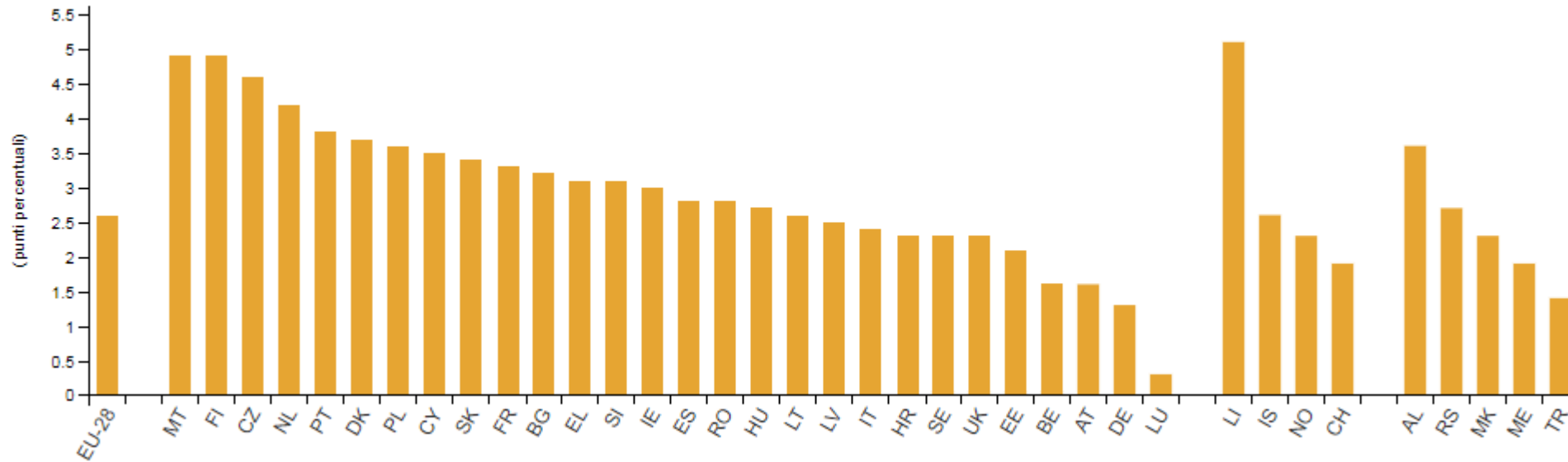
Stiamo vivendo una nuova **RIVOLUZIONE DEMOGRAFICA**, con un costante **INVECCHIAMENTO** della popolazione, che si conferma una tendenza a lungo termine.

L'indice demografico dell'Unione Europea rileva che la struttura della popolazione sta avendo un cambiamento rilevante, dettato da:

- maggiore **LONGEVITÀ** e aumento dell'**ASPETTATIVA** di vita;
- aumento delle **PERSONE ANZIANE** e in età **PENSIONABILE**;
- invecchiamento della **POPOLAZIONE LAVORATIVA**;
- livelli costantemente bassi di **FECONDITÀ**.

La popolazione dell'Unione Europea

Aumento della quota della popolazione di età pari o superiore ai 65 anni tra il 2008 e il 2018



A inizio gennaio 2018 la popolazione dell'Unione Europea contava **512,4 milioni** di persone*, di cui:

15,6% di giovani (0 -14 anni);

64,7% di persone in età lavorativa (15-64 anni);

19,7% di anziani (65 o > 65 anni)**

Previsioni

In 10 anni si è verificato un aumento del **+2,6% della popolazione anziana. Secondo le proiezioni la percentuale di persone con **età uguale o maggiore di 80 anni** si moltiplicherà del **2,5%** entro il **2100**, passando dal **5,6%** al **14,6%.***

*Fonte Eurostat, ultima rilevazione



Gli italiani: longevi sì, ma sofferenti

Il fatto che l'Italia sia il Paese con il più alto tasso di over 65 può essere un aspetto positivo per evidenziare l'aumento dell'aspettativa di vita.

Tuttavia, secondo il «**Rapporto Osservasalute**» del 2018, molte persone degli over 65 presentano alcune **LIMITAZIONI:**

- il **9%** ha difficoltà a vedere;
- il **19%** ha difficoltà a sentire;
- il **35%** ha difficoltà a camminare per più di 500 metri e non riesce a scendere una rampa di scale.

Tra coloro che hanno una qualche limitazione, l'**11,2%** non è in grado di svolgere le attività quotidiane di cura della propria persona, come mangiare, vestirsi od altro.



Il gap del Paese tra Nord e Sud

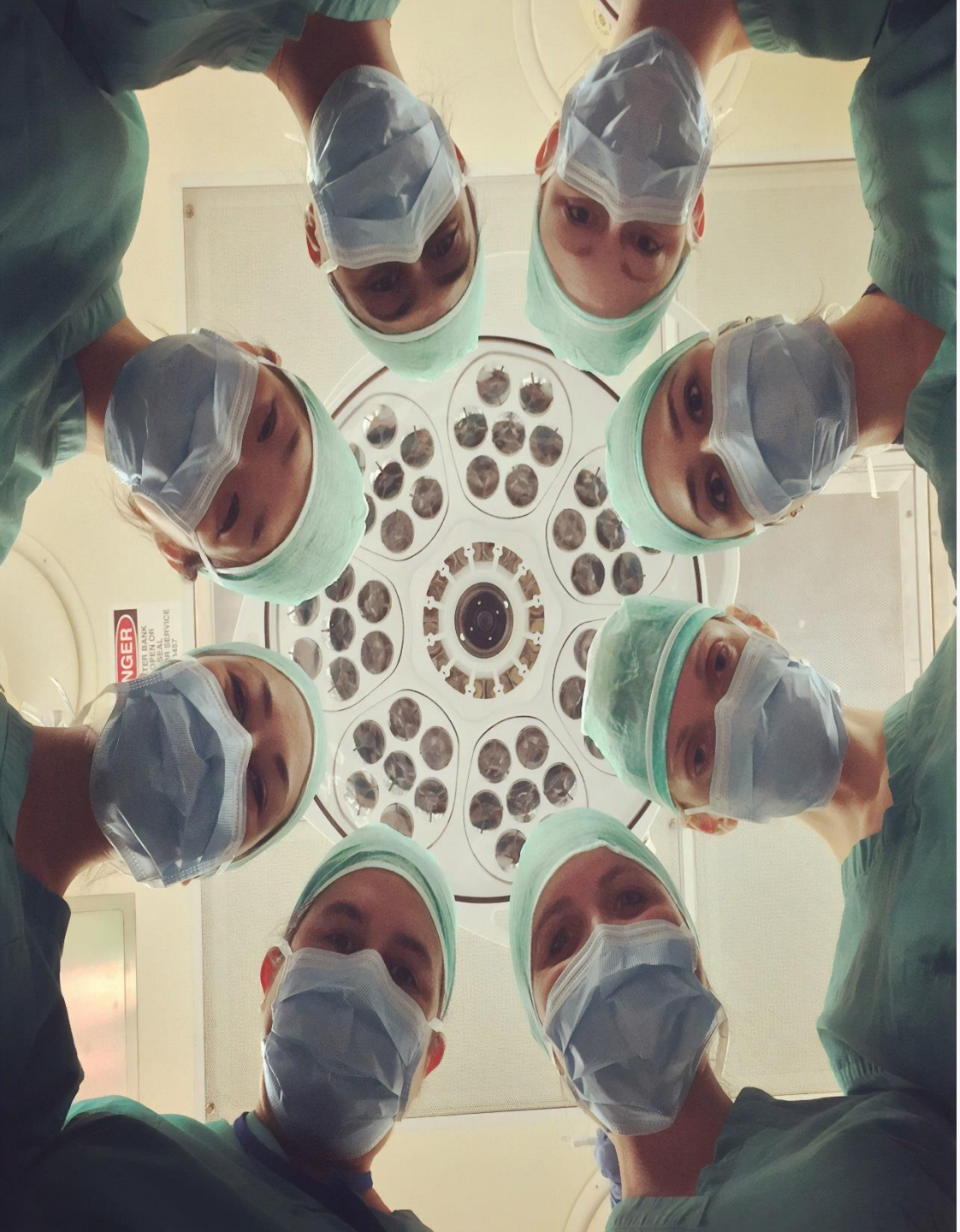
Gli over 65 che dichiarano di avere qualche limitazione fisica sono così suddivisi:

- **9%** al Nord;
- **12,7%** al centro;
- **14%** al Sud.*

Differente la situazione tra le zone nazionali anche per quanto riguarda la **MEDIA DELLE PENSIONI**:

- **€ 1.018,00** al Nord;
- **€ 908,00** al Centro;
- **€ 709,00** al Sud.*

*Rapporto Annuale ISTAT 2019



I sistemi sanitari

La **PRESSIONE** sul sistema sanitario mondiale è quindi in aumento e le malattie croniche impongono alla popolazione anziana un peso elevato in termini di **SALUTE** e di **SPESA ECONOMICA**.

Dall'ultimo rapporto «**Stato di salute e prestazioni sanitarie nella popolazione anziana**» del Ministero della Salute, la popolazione over 65 determina oggi in Italia:

- il **37%** dei **RICOVERI OSPEDALIERI**;
- il **49%** delle giornate di **DEGENZA**.

La sfida è la gestione dell'invecchiamento in modo sostenibile per i Sistemi Sanitari, superando il concetto di ospedale come unica soluzione diagnostica e terapeutica.





Il paradosso

Invecchiamo

ma

siamo poco tutelati

Cosa fare?

1

Investire sul tema della **PREVENZIONE**

2

Creare una **RETE** di modelli **SOCIALI, ORGANIZZATIVI** e **FINANZIARI** che possano fornire tutela e assistenza agli over 65

3

Fare in modo che il **COMPARTO ASSICURATIVO** fornisca un'adeguata copertura sul fronte delle polizze

Perché?

Nella prevenzione c'è la componente determinante del **PRENDERSI CURA DI SÈ.**

INVESTIRE NELLA PREVENZIONE PREMIA!

I dati indicano che, dove le azioni di prevenzione vengono svolte in maniera **INCISIVA**, i risultati sono evidenti:

- **2,7%** l'anno i tumori al polmone per gli uomini;
- **4,1%** l'anno i tumore alla cervice uterina;
- **20%** le morti per malattie croniche come diabete e problemi cardiovascolari.*

Ma da dove partire? Dagli **STILI DI VITA!**

Lo stile di vita

Se per molte patologie non si conoscono **MISURE PREVENTIVE** efficaci, di molte sono già note:

- condurre uno stile di vita sano;
- fare attività fisica regolare;
- avere una sana alimentazione;
- evitare alcool e fumo;
- sottoporsi a costanti visite di prevenzione (screening per il tumore al seno, al colon retto, per il diabete e molto altro).

Ma non va dimenticata la **PARTE SOCIALE!** Perché:

- la salute è composta da parte fisica e psichica;
- le emozioni fanno parte della salute;
- la prevenzione è fondamentale anche per il **MENTAL HEALTH.**

Invecchiare attivamente

Per la salute e il benessere mentale, per invecchiare attivamente è necessario creare un **AMBIENTE FAVOREVOLE**.

Come fare?

- Creare un **SISTEMA DI RELAZIONI** il più ampio possibile;
- coltivare **INTERESSI** culturali ed artistici;
- incrementare la **PARTECIPAZIONE SOCIALE**, come attraverso il volontariato;
- aumentare le occasioni di **APPRENDIMENTO** e di **FORMAZIONE**.

Il tutto per preservarsi da condizioni di **SOLITUDINE** e per mantenere vivo l'**INTERESSE CONOSCITIVO**.

Dallo tsunami all'economy

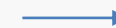


È vero che la popolazione invecchia, ma allo stesso tempo molte persone anziane:

- restano a lungo in **SALUTE**;
- sono **INTRAPRENDENTI**;
- hanno **TEMPO LIBERO** a disposizione;
- hanno disponibilità di **RISORSE ECONOMICHE**.

Ecco che allora il target degli over 65 condiziona non solo l'offerta finanziaria e assicurativa, ma quella di molti settori.

SILVER TSUNAMI



SILVER ECONOMY

La risposta delle aziende

Dopo il settore della sostenibilità, i **CONSUMI** degli over 65 saranno la nuova **FRONTIERA DELL'ECONOMIA**.

Cosa cambierà?

MODIFICA DEL
MINDSET
DELLE AZIENDE

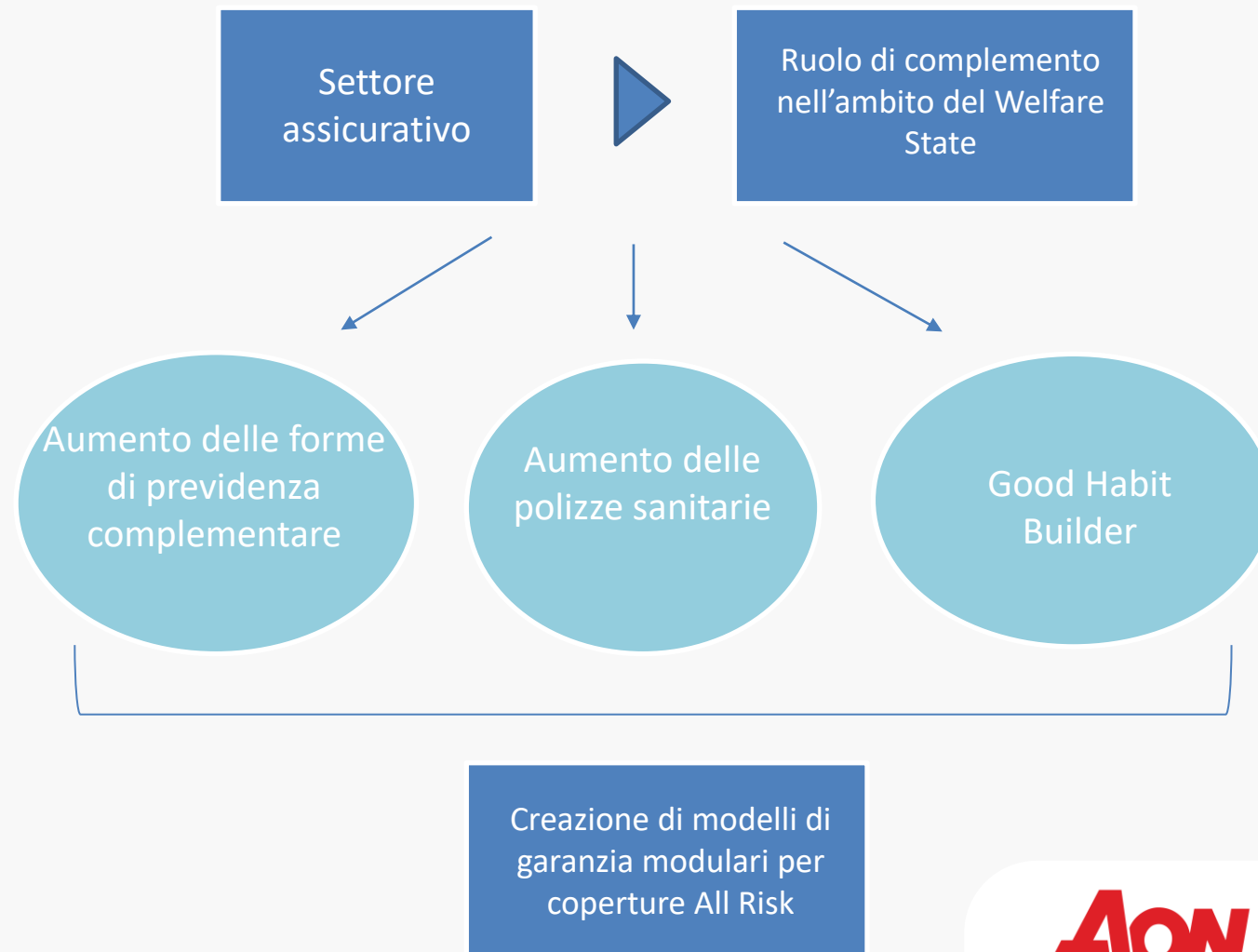
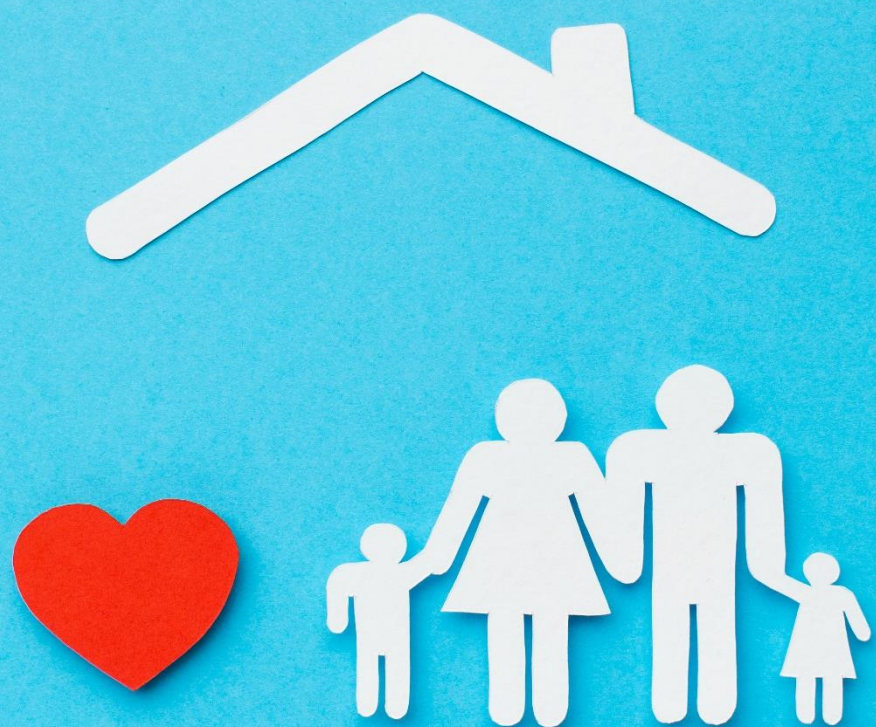
NUOVA OFFERTA
COMMERCIALE

Nuove potenzialità

CRESCITA ECONOMICA



Il settore assicurativo



La cultura assicurativa

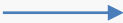
Ma ancora di più le Compagnie Assicurateive dovranno svolgere attività di **SENSIBILIZZAZIONE** e di **EDUCAZIONE ALLA CULTURA ASSICURATIVA!**

ASSICURAZIONE



Necessaria un'EVOLUZIONE!

STRUMENTO DI
GESTIONE DELLE
EMERGENZE



STRUMENTO DI
PIANIFICAZIONE
LUNGO IL CICLO
DI VITA





Grazie per l'attenzione!

Contatti

Erica Nagel

Marketing & Communication Chief Officer - Aon Italia

Email: erica.nagel@aon.it

Tel: 335/6025452



About Aon

Aon è il primo gruppo in Italia e nel mondo nella consulenza dei rischi e delle risorse umane, nell'intermediazione assicurativa e riassicurativa.

Aon Italia è la branch italiana di Aon Plc, capogruppo quotata al NYSE che ha il suo quartiere generale a Londra ed è presente in più di 120 Paesi con 50.000 dipendenti. Aon, da sempre attenta all'innovazione nel dinamico mercato assicurativo, fornisce supporto e competenze specifiche nella definizione delle strategie che consentono di gestire e controllare i diversi rischi aziendali. Il Gruppo è presente in Italia con 28 uffici principali e si avvale di oltre 1.600 dipendenti per fornire alle PMI, ai grandi Gruppi industriali e finanziari, agli Enti Pubblici e ai professionisti soluzioni su misura per una adeguata gestione dei rischi. Nel 2019 il Gruppo ha realizzato in Italia ricavi complessivi per 258 milioni di euro e ha intermediato premi per quasi 3,6 miliardi di euro.