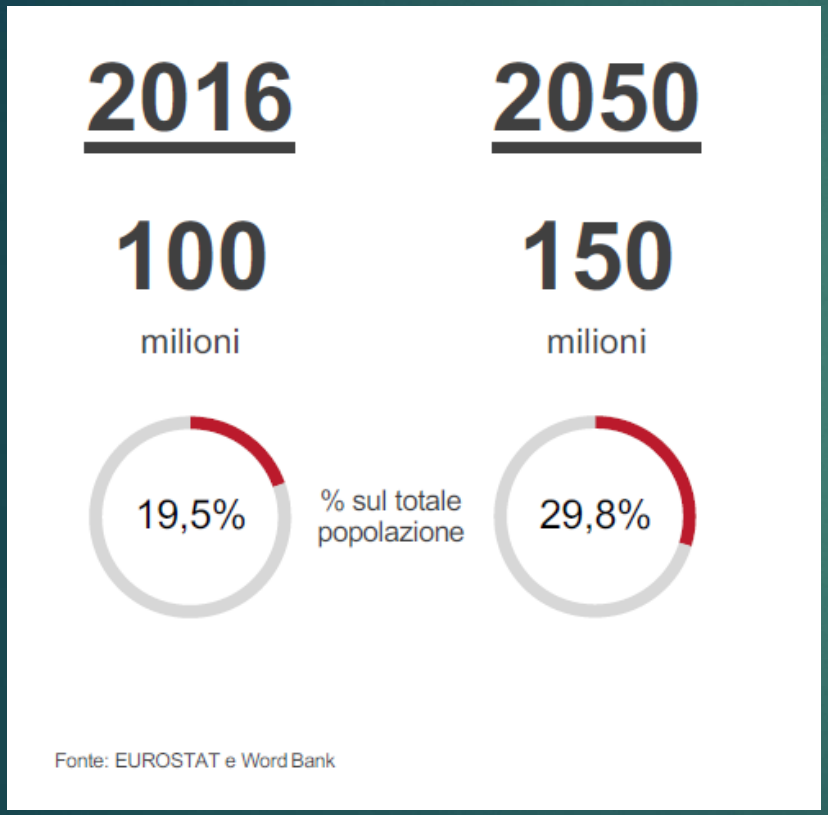
La Silver Economy

AMERI COMMUNICATIONS

Mercoledì 14 gennaio 2020

LA SILVER ECONOMY A LIVELLO GLOBALE

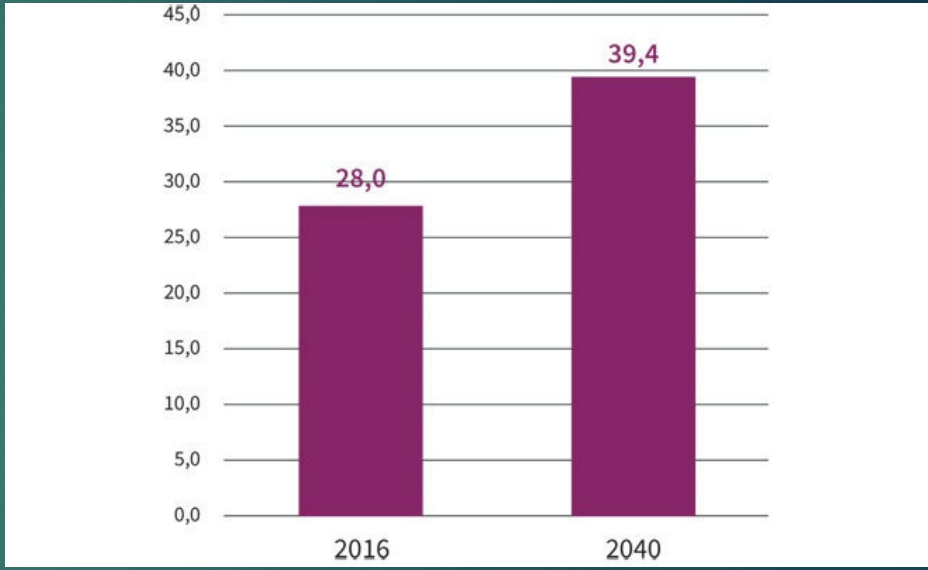


- Il volume di affari della **Silver Economy** a livello globale è stimato in **7 trilioni di dollari all'anno** e **in Italia** si attesta intorno ai **620 miliardi di euro** in termini di prodotto interno lordo.
- **Nel 2020**, la spesa privata per questo segmento di popolazione raggiungerà i **15 trilioni di dollari** a livello globale.
- In Europa vale circa il **25% del PIL.**

IL MERCATO DELLA SILVER ECONOMY

Secondo i dati Istat, indicati nel " Rapporto Annuale sulla Situazione del Paese" aggiornati al primo gennaio 2018, **l'Italia**, seconda solo al Giappone, **ha la popolazione più anziana al mondo** con **168,7 anziani ogni cento giovani**.
Secondo le proiezioni del Centro Studi e Ricerche di Itinerari Previdenziali, nel 2040 i senior arriveranno a 23,3 milioni (39,4% della popolazione).

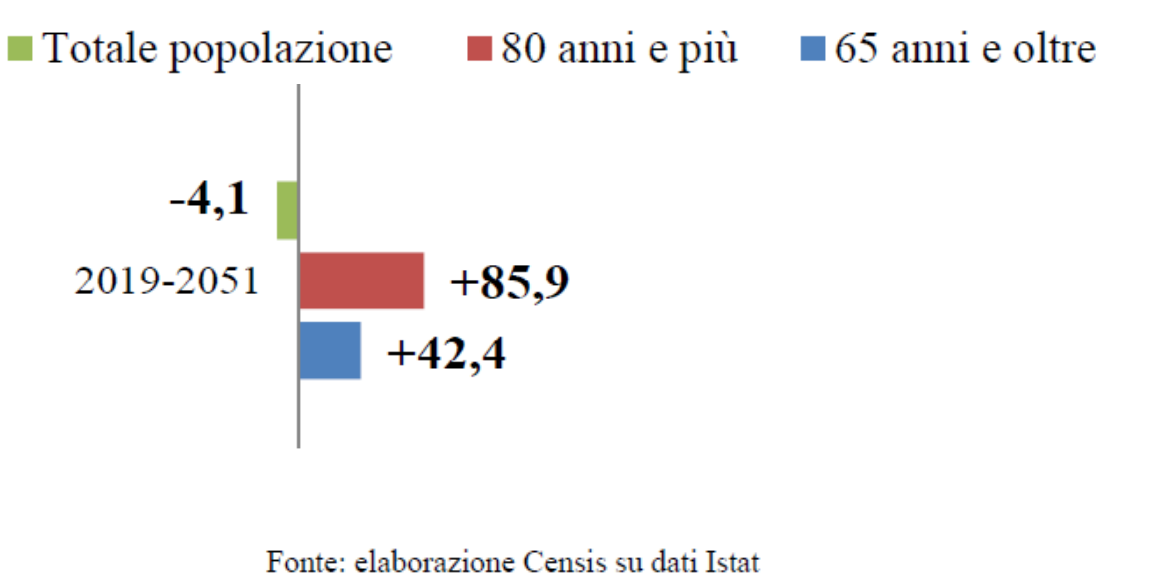
Un focus a cura del Servizio Studi BNL mette in luce come questa categoria presenti una **situazione reddituale e patrimoniale migliore rispetto alla media**: tra i 55 e i 64 anni il 40% delle famiglie dispone di una ricchezza netta superiore a 250 mila euro, percentuale che resta superiore al 30% per le famiglie i cui componenti hanno da 65 anni in su.



Fonte: Elaborazioni Itinerari Previdenziali su dati Istat

L'ASCESA DELLA SILVER DEMOGRAPHY

Andamento degli anziani in Italia, 2019-2051 *(var.%)*



Fonte: elaborazione Censis su dati Istat

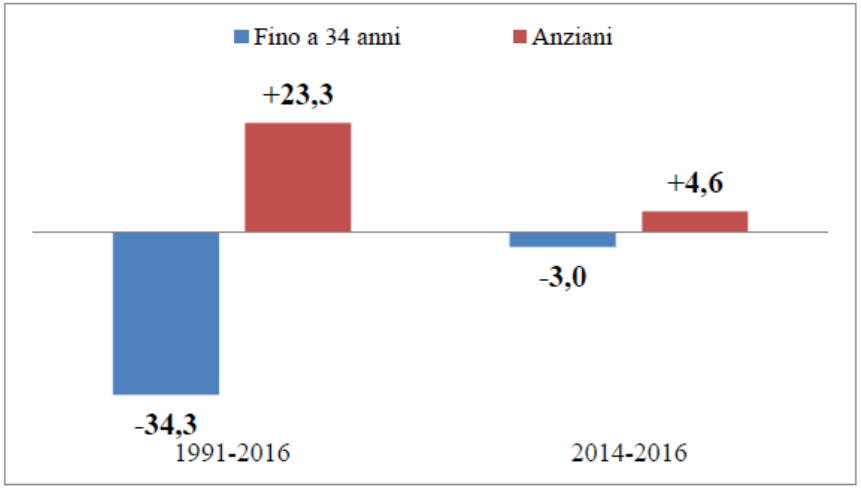
Le previsioni per il **2051** annunciano che:

si passerà dagli attuali 13,7 milioni di anziani, a **19,6 milioni**.

Questo determinerà quindi un incremento percentuale del **+42,4%** della popolazione **over 65**, più del doppio cioè **l'85,9%** per la popolazione over80, mentre si registrerà una diminuzione delle nascite del -4,1%.

LA NUOVA POTENZA ECONOMICA

In venticinque anni la ricchezza degli anziani è aumentata in termini reali del **+77%,** mentre quella dei *millennial* segna -34,6%.
In definitiva, il **62,7% degli anziani dichiara di avere una situazione economica solida**, le spalle coperte, contro il 36,2% del totale della popolazione.



Fonte: elaborazione Censis su dati Banca d'Italia

Andamento dei consumi medi familiari di millennial e anziani negli ultimi 25 anni (var.%)

I consumi degli italiani soffrono, quelli dei senior no.
In 25 anni si è ridotta del -14% reale la spesa dei consumi familiari, **+23,3% quella degli anziani**, -34,3% quella dei millennial.
Nell'ultimo biennio la spesa degli italiani per consumi segna +3,6%, quella degli anziani +4,5% e quella dei millennial -3%.

LA SILVER ECONOMY IN LIGURIA

Dal punto di vista territoriale il fenomeno dell'invecchiamento varia per intensità, ma di certo riguarda tutto il nostro Paese.
La Liguria è la regione più longeva d'Italia con il 28,5% degli anziani: seguono Friuli Venezia Giulia (26,2%) e Umbria (25,6%).

La Liguria "spicca" anche nella classifica provinciale: l'età media più alta è quella di Savona (48,8 anni), seguita da Genova (48,6 anni).

A Genova gli over 65 sono poco più di 242 mila (il 28,4% del totale), a Savona se ne contano 80.649, il 28,7%. A Imperia quasi 59.600 (il 27,7% degli abitanti complessivi), alla Spezia sono poco più di 60.800 (il 27,6%).

Importanti anche i dati sul **turismo over 50** nella nostra regione che tra gli stranieri **pesa mediamente per il 24,8%.** In prevalenza francesi (33,7% dei turisti stranieri dai 50 anni in su, quota più elevata della media dei turisti stranieri che soggiornano nella regione pari al 26,7%), seguiti a distanza da svizzeri (12,7%) e tedeschi (12,2%), spagnoli (9,9%), britannici (5,7%) e olandesi (5,3%).

AMERI COMMUNICATIONS

SILVER ECONOMY FORUM

Palazzo Ducale
GENOVA, 10-13 GIUGNO 2020
www.silvereconomyforum.it

COSA È IL SILVER ECONOMY FORUM

Il forum si posiziona come il **primo evento sul territorio nazionale** a dare voce a tutti i settori di business che concorrono a **delineare l'economia** che ruota intorno al mondo **degli over 50**.

Il format prevede una serie di incontri, conferenze, workshop **per comprendere i cambiamenti e tracciare una roadmap** con esperti, economisti, aziende, pubblica amministrazione, associazioni sull'effetto delle trasformazioni demografiche in atto al fine di intercettare e soddisfare la domanda del target.

ECONOMIA

La rivoluzione del mercato, settori particolarmente coinvolti, trend, prospettive

TERRITORIO

I cambiamenti delle politiche territoriali, sviluppo, nuove opportunità di crescita, nuovi bisogni

SOCIETA

Le trasformazioni sociali e colturali determinate dall'aumento e dalla qualità delle prospettive di vita

BUILDING TOGETHER THE SILVER FUTURE

1. MISSIONE: uno sguardo a tutto tondo alla **longevità come risorsa e come fonte di nuove opportunità di investimento** per parlare, dare visibilità e incrementare il mercato che deriva dal settore della silver economy al fine di istituire un **contenitore specializzato per l'approfondimento della filiera integrata**.

2. VISIONE: mettere a fattor comune e creare uno **spazio di dialogo** tra le realtà che gravitano intorno alla silver economy sia **a beneficio delle imprese del comparto** che dell'esigente consumatore finale.

3. OBIETTIVI: stimolare l'opinione pubblica e decisori ad approfondire gli scenari per **progettare pezzi del futuro** e aiutare le aziende a posizionarsi come **realtà di riferimento del target senior** presentando servizi dedicati, vantaggi, novità atte a soddisfare il pubblico di riferimento.

4. PROGETTO: **un forum dedicato** alle tematiche di spicco del mondo dell'economia d'argento con relatori di pregio, istituzioni, professionisti, aziende, esperti e academici per dare visibilità **al mondo dei senior e ai servizi ad esso connessi**.

NOVITÀ PER L'ANNO 2020

AMERI COMMUNICATIONS

Pianificazione di momenti dedicati al B2B e al networking

Incremento degli spazi dedicati a sostenitori, ordini professionali, associazioni per l'organizzazione all'interno del forum di eventi e workshop

Presentazione della «Silver Card» con promozioni e convenzioni dedicate

Internazionalizzazione dell'evento: presenza di relatori e sostenitori stranieri e coinvolgimento come ospite di una nazione estera

Inserimento all'interno del calendario della manifestazione di convegni internazionali ed ECM curati direttamente dai partner del forum

Organizzazione di eventi collaterali durante i giorni dell'evento dedicati alla cittadinanza

Istituzione del Premio «Silver dell'Anno» alla personalità che meglio rappresenta lo spirito silver

Premiazione della call for idea per le start-up innovative nel campo della Silver Economy

AREE TEMATICHE

AMERI COMMUNICATIONS

TURISMO

L'evoluzione del settore turistico: territorio e ricettività a favore dei senior d'Europa

LAVORO

Nuove opportunità di lavoro, ricollocamento e nuove figure professionali

ECONOMIA E FINANZA

Fondi di investimento dedicati, mercato assicurativo e bancario

INNOVAZIONE E DOMOTICA

Domotica, nuove piattaforme, start-up e tecnologie a portata di senior

HEALTH CARE

L'allungamento della vita media determina l'importanza della prevenzione, delle cure precoci e dell'assistenza sanitaria

BENESSERE

Il tema della qualità della vita per un invecchiamento attivo in salute, benessere e bellezza

CONSUMI

Le abitudini di consumo dei senior, le scelte di acquisto e il potere di spesa

CULTURA E INTRATTENIMENTO

La disponibilità di tempo e quella economica determinano un interesse e una crescita costante del settore dell'intrattenimento