



# **LE NUOVE SFIDE DEI SENIOR**

## **REPORT**

**Ricerca di Osservatorio Senior  
in collaborazione con AstraRicerche su**

**Invecchiamento Attivo  
Rapporti tra Generazioni  
Silver Ecology: tra Silver Economy  
e Sostenibilità**

**Milano, settembre 2023**

## **Indice**

<b>Executive Summary</b>	<b>pag. 3</b>
<b>Report</b>	<b>pag. 7</b>
<b>Introduzione – Nuove sfide e nuove opportunità</b>	<b>pag. 7</b>
<b>La Ricerca</b>	<b>pag. 9</b>
<b>1. Invecchiamento attivo</b>	<b>pag. 10</b>
<b>2. Rapporto con le giovani generazioni</b>	<b>pag. 17</b>
<b>3. Silver economy e Sviluppo sostenibile</b>	<b>pag. 22</b>
<b>4. Una lettura trasversale dei risultati</b>	<b>pag. 32</b>
<b>L’importanza delle differenze tra classi socio – economiche</b>	<b>pag. 32</b>
<b>Età, genere e livello di istruzione pesano?</b>	<b>pag. 33</b>
<b>Allegati</b>	<b>pag. 35</b>

## Executive Summary

La rivoluzione demografica e sociale cui stiamo assistendo richiede ai Senior di affrontare nuove sfide. Tra queste tre sono determinanti perché i Senior interpretino appieno il loro ruolo nella società: **l’Invecchiamento attivo, la Valorizzazione dei rapporti tra generazioni, la Silver Ecology** (vale a dire i consumi, gli investimenti e i comportamenti che rientrano nella Silver Economy e nello Sviluppo Sostenibile).

Con l’indagine **“Le nuove sfide dei Senior”**, promossa e realizzata da Osservatorio Senior in collaborazione con AstraRicerche nel corso del 2023, si è indagato, attraverso 1000 interviste condotte su un campione rappresentativo, cosa pensano di queste sfide le persone di età ricompresa tra i 60 e i 75 anni e in che modo le stanno affrontando.

### INVECCHIAMENTO ATTIVO

La ricerca evidenzia come sia oramai acquisita, con riconoscimento quasi universale (97%), l’importanza di essere e rimanere attivi (intendendo, oltre al lavoro, anche l’impegno sociale, l’attività fisica, gli aiuti familiari, ecc) in età matura. Il 92,7% si riconosce nell’affermazione che la qualità della vita delle persone oltre i 60 anni e il loro contributo alla società passa innanzitutto da una vita attiva in senso lato e da una partecipazione alla vita sociale.

**Vi è consapevolezza della sfida qualitativa che offre questa fase della vita rispetto alle generazioni precedenti e se ne riconosce l’importanza sia a livello personale che in termini di contributo nella società.**

Più di 4 senior su 5 (esattamente l’81,1%) ritengono di condurre già oggi una vita attiva.

**Tra gli ambiti in cui sono maggiormente coinvolti c’è quello familiare:** quasi il 70% dichiara di avere un ruolo molto rilevante al suo interno e tra le attività più praticate c’è il **prendersi cura di figli e nipoti** e (soprattutto sul versante femminile) il fornire aiuto domestico.

**Le attività svolte vanno però sempre più oltre questo ruolo tradizionale.** Il tenersi informati attraverso i media e la lettura è indicata dal 71,4%, seguono sport, bricolage e giardinaggio, turismo e viaggi attorno al 50%. Ma in buona posizione sono anche le attività culturali (43,6%). Oltre uno su quattro svolge attività che vanno oltre gli interessi personali e l’aiuto ai familiari, dedicandosi all’impegno sociale, in particolare il 27,7% dichiara di fare attività di volontariato. Valori apprezzabili ma che potrebbero migliorare.

**Tra le attività che si vorrebbero rafforzare in futuro ci sono, però, soprattutto quelle dedicate al piacere personale e al benessere relazionale (turismo, viaggi, vedersi e stare con amici).** Va, inoltre, segnalato che chi ha meno risorse socio-culturali tende ad avere anche più bassi livelli di benessere relazionale, con rete sociale più centrata sulle relazioni familiari.

**Riguardo al lavoro remunerato, vi si dedica “molto” o “abbastanza”** circa 1 senior su 4, ovviamente in misura fortemente decrescente all'avanzare dell'età (è “molto” o “abbastanza” intensamente praticato da **più del 40% delle persone tra i 60 e i 65 anni**, e solo da circa il 10% dei 70-75enni).

## **VALORIZZAZIONE DEI RAPPORTI TRA GENERAZIONI**

**I senior intervistati ritengono che le differenze tra generazioni siano una ricchezza da valorizzare** in tutti gli ambienti lavorativi, associativi e familiari (82% di consenso), ma anche **che la qualità delle relazioni intergenerazionali abbia un ruolo decisamente importante** sia per sé stessi (67% di consenso) sia per la società (77%).

Due senior su tre sono convinti **che l'impegno di farsi parte attiva per favorire un buon rapporto tra generazioni debba ricadere in egual misura tra la propria generazione e quelle più giovani**. Ad attribuire la responsabilità di tale impegno prevalentemente alla propria generazione è circa 1 su 4 (molti meno coloro che pensano, al contrario, che tale responsabilità debba prima di tutto essere manifestata dai giovani).

**L'ottimismo sulla possibilità che vi sia effettiva realizzazione di un buon rapporto tra generazioni è prevalente sul pessimismo, ma con ampi margini di incertezza:** infatti, il 53,7% ritiene che il realizzarsi di un buon rapporto sia “possibile” o “altamente possibile” e meno del 5% non lo crede realizzabile o ritiene che sia “normale e inevitabile il conflitto tra generazioni”; d'altro canto, un buon 41,7% si colloca in una posizione intermedia.

**Nel dibattito pubblico i baby boomers sono spesso accusati di essere poco attenti alla giustizia tra generazioni** ed egoisti verso le generazioni più giovani (ad esempio con riferimento allo sfruttamento dell'ambiente, al lavoro, alla spesa pubblica per le pensioni, ecc.). La maggioranza relativa dei senior (44,4%) si ritrova “poco” o “per niente” in tale giudizio negativo, ma **più di 1 su 4 (il 28%) lo condivide** “molto” o “abbastanza”. La parte restante risponde “così così”.

Vi è quindi un pensiero diffuso (soprattutto tra chi ha livello di istruzione più alto), anche se non maggioritario, che porta i senior ad interrogarsi sul proprio livello di egoismo verso le generazioni più giovani.

**Tra le attività con cui i senior contribuiscono a valorizzare i rapporti tra generazioni**, le più praticate sono: **“insegno il mio saper fare e trasmetto le mie competenze ai più giovani”, “aiuto e sollecito i più giovani a far emergere le loro idee, abitudini, stili di vita”, “cerco di attribuire responsabilità e potere decisionale ai più giovani quando svolgo attività con loro”**. Poco praticato invece **l'aiuto finanziario dato a giovani non della propria famiglia**.

**La trasmissione di competenze e lo stimolo all'emergere di idee e approcci anche diversi dai propri sono tra le attività che si desidera svolgere maggiormente in futuro**.

## **SILVER ECOLOGY: TRA SILVER ECONOMY E SOSTENIBILITÀ**

La sensibilità verso i temi dell'ambiente e dello Sviluppo Sostenibile è in continua crescita in modo pressoché generalizzato, dalle generazioni più giovani a quelle più mature. E' ampiamente condivisa

l'idea non solo di ridurre l'impatto sul clima dei comportamenti umani, ma di costruire un modello sociale ed economico in cui il benessere futuro è inglobato nelle scelte di oggi.

Con la presente Ricerca si è voluto indagare innanzitutto quanto vi sia consapevolezza tra i 60-75enni del loro peso crescente (per le trasformazioni demografiche) sull'economia, sulla società e sulla politica, oltre che del possibile contributo che possono dare allo sviluppo sostenibile attraverso le loro scelte da consumatori e i loro comportamenti (Silver Ecology).

I 60-75enni intervistati sono **consapevoli di contribuire in modo rilevante all'economia soprattutto attraverso le loro spese e i loro consumi** (è l'opinione di circa 3 senior su 4) e **che potrebbero contribuire a favorire lo sviluppo sostenibile (76,6%)**.

**Sensibilmente più basso (67,3%) il contributo dato all'economia attraverso i propri investimenti finanziari (azioni, obbligazioni, fondi, ecc).**

Più nello specifico, i 60-75enni considerano l'acquisto di cibo e bevande, gli investimenti per la casa e le spese per la mobilità quotidiana come i tre settori sui quali la propria generazione possa maggiormente influenzare gli operatori economici e favorire, quindi, offerte e consumi più attenti alla sostenibilità.

**Tra i drivers negli acquisti collegati al BES (Benessere equo e sostenibile) e alla sostenibilità futura ai primi tre posti troviamo: impatto atteso sulla salute, qualità e prezzo** (*tutti con voto medio attorno a 8,6 su una scala da 1 a 10*). Risultano meno importanti altri aspetti, come: l'impatto sull'ambiente (voto medio 7,8), sui consumi energetici (7,8), il rispetto dei lavoratori e delle leggi (voto medio 7,8), che si acquisti da un'azienda etica, sostenibile e responsabile (7,4).

## **PRIORITÀ PER L'ITALIA**

Una sezione del questionario è stata dedicata anche alle priorità che il Paese dovrebbe porsi. Anche qui **si conferma come gli aspetti sanitari ricevano dai senior un'attenzione particolarmente alta**.

Infatti, in cima alla graduatoria delle priorità del Paese troviamo: "aumentare la spesa del Sistema Sanitario Nazionale con una maggiore copertura ed efficienza in termini di esami, visite, terapie", voce indicata al primo posto dal 31,1% degli intervistati e al secondo posto dal 55%. Va segnalato che i 70-75enni che pongono questo aspetto al primo posto tra le priorità sono quasi il doppio dei 60-65enni (43% vs 23%).

**Al secondo posto nella graduatoria troviamo: "attuare delle efficaci politiche attive per il lavoro dei giovani e favorire la loro occupabilità"** (indicata al primo posto per il 17,1% dei senior e al secondo posto per il 36,8%).

**Al terzo posto si colloca: "aumentare il valore delle pensioni"** (indicata al primo posto per il 15,2%, al secondo posto per il 29,1%). Questa priorità trova consensi soprattutto tra i senior con titolo di studio più basso (tra essi il 21% la mette al primo posto vs l'8% dei laureati) e di classe sociale più bassa (22% vs 9% delle classi sociali più elevate).

## LE DIFFERENZE TRA CLASSI SOCIO ECONOMICHE

La Ricerca ha evidenziato differenze rilevanti in base all'appartenenza alle diverse classi socio-economiche.

La parte socialmente ed economicamente più abbiente già sperimenta ampiamente pratiche orientate all'invecchiamento attivo, al valorizzare i rapporti tra generazioni e al fare scelte di consumo e investimento attente allo sviluppo sostenibile. Questo significa che anche tra i senior **le diseguaglianze intragenerazionali (in termini di minori risorse culturali ed economiche) tendono a indebolire sia la valorizzazione della propria fase della vita per i singoli in condizione di svantaggio, sia la capacità di sentirsi attivi verso l'esterno generando anche valore sociale.**

*Nel complesso i dati della ricerca evidenziano come migliorare la qualità della vita in età avanzata e la consapevolezza delle proprie potenzialità, in una società che invecchia, non abbia solo effetti positivi sul contenimento dei costi sanitari ma tenda a favorire comportamenti, consumi e investimenti che generano valore per la società, verso le nuove generazioni e per lo sviluppo sostenibile.*

*I nuovi senior si sentono in gran parte pronti a questo ruolo, ma servono anche maggiori strumenti pubblici e nel mercato in grado di incentivare e sostenere scelte verso prodotti e servizi che uniscano benessere individuale e valore collettivo.*

*La qualità del futuro delle economie mature avanzate dipende molto da quanto i senior agiranno in questa direzione. Non si tratta meramente di silver economy, ma di un cambiamento più profondo nella dimensione culturale e nel ruolo sociale.*

# REPORT

## Introduzione

### Nuove sfide e nuove opportunità

Nove anni fa, quando nacque Osservatorio Senior, scrivevamo:

“Tra i 55 e i 65 anni nella vita delle persone avvengono trasformazioni lavorative, familiari, di salute, di stile di vita, psicologiche, che aprono ad una nuova fase dell’esistenza, fase che prosegue sino a quando si mantiene una sostanziale autonomia, sempre più spesso anche oltre gli 80 anni.

**Le persone in questa fase della vita, che per brevità chiamiamo senior**, in Italia e in tutto il mondo occidentale sono sempre più numerose, hanno una speranza di vita che continua ad allungarsi, stanno giocando un ruolo da apripista nel definire un nuovo modo di vivere questa età e influenzano in modo significativo le scelte che vengono fatte in campo economico, sociale e politico”.

Sono tutte considerazioni che possiamo sottoscrivere ancora oggi.

La transizione demografica e sociale cui stiamo assistendo e di cui i senior sono protagonisti è **sia quantitativa, sia qualitativa**. Ha a che fare, sul piano quantitativo, con l’aumento delle persone che entrano nella fase tradizionalmente anziana e degli anni di vita trascorsi in tale fase. Ma ha anche a che fare, sul piano qualitativo, con cambiamenti nella percezione di sé, negli stili di vita, nei consumi, nelle aspettative personali, nonché nella nuova rappresentazione sociale di tale fase della vita.

Chi guarda a questa trasformazione, può focalizzarsi sugli **aspetti positivi**, e quindi sul vivere una più lunga vita come un “dono”, sul valorizzare le esperienze che i senior possono mettere a disposizione in tanti settori del vivere civile, sulle opportunità di mercato offerte da una platea di milioni di consumatori senior. Oppure può preoccuparsi per le sue implicazioni in termini di sostenibilità della spesa pubblica o per l’impreparazione ad affrontare i nuovi **squilibri** generazionali, in ambito sociale, lavorativo e familiare.

I senior, dal canto loro, sono sempre più impegnati nell’**esplorare** gli aspetti nuovi di questa fase della loro vita, consapevoli che i modelli del passato a nulla servono per interpretare in modo adeguato la condizione di sessantenne, di settantenne, di ottantenne di oggi.

In questo contesto, ci è sembrato importante mettere a fuoco **su cosa si giocherà, da ora e nel prossimo futuro, la capacità dei senior di cogliere appieno le nuove sfide e le nuove opportunità**.

Come Osservatorio Senior riteniamo che le dimensioni chiave su cui si giocherà la capacità dei senior di interpretare efficacemente il proprio ruolo nel nuovo contesto sono le seguenti tre (la prima già caposaldo da molti anni, la seconda e la terza diventate più recentemente di rilievo):

- ***L'invecchiamento attivo.***

La qualità della vita dei senior e il loro contributo alla società passano innanzitutto da una vita attiva in senso lato – che comprende lavoro, volontariato, attività fisica, aiuti familiari e altro – e da una partecipazione alla vita sociale.

- ***La valorizzazione delle differenze nei rapporti tra generazioni.***

Le differenze di esperienze, di valori, di esigenze, tra i senior e le generazioni più giovani sono un elemento di ricchezza da valorizzare in tutti gli ambienti lavorativi, associativi, familiari.

- ***La consapevolezza della Silver Economy e del ruolo dei senior per favorire lo Sviluppo Sostenibile.***

I senior contribuiscono in modo molto rilevante all'economia moderna attraverso i loro acquisti ed investimenti e, con la loro consapevolezza e con le loro scelte da consumatori, possono contribuire in modo altrettanto rilevante a favorire lo sviluppo sostenibile. Con riferimento a questa accezione, abbiamo coniato l'espressione ***Silver Ecology***.

Sono queste, a nostro avviso, le sfide principali sulle quali i senior si cimenteranno nel prossimo futuro e su cui esprimeranno appieno le proprie capacità.

Con la presente Ricerca abbiamo voluto indagare cosa pensano di queste sfide i senior italiani e in che modo le stanno affrontando.



## La Ricerca

La Ricerca, di cui nel presente Rapporto si presentano i principali risultati, è stata svolta con l'intenzione di identificare cosa pensano i senior 60-75enni delle nuove sfide che li coinvolgono e come le stanno affrontando.

Il **progetto di Ricerca**, avviato ad inizio 2023 e concluso nel settembre 2023, è stato promosso e guidato da **Osservatorio Senior**. L'indagine quantitativa è stata svolta da **AstraRicerche**.



Gli **aspetti tematici** esplorati sono corrispondenti alle tre dimensioni considerate come le principali sfide che i senior stanno affrontando e si troveranno ad affrontare anche nel prossimo futuro:

1. Invecchiamento attivo
2. Rapporto con le giovani generazioni
3. Silver economy e Sviluppo sostenibile.

L'**obiettivo principale** che il progetto di Ricerca si è posto è quello di esplorare cosa pensano i senior tra i 60 e i 75 anni rispetto alle tre sfide sopra indicate. In particolare:

- Quanto ne condividono l'importanza
- Quale percezione hanno della situazione attuale
- Quali sono i comportamenti prevalenti messi in atto
- Cosa ritengono di poter fare di più e di diverso.

L'**universo** di riferimento dell'Indagine è stato costituito dalla popolazione italiana di età compresa tra i 60 e i 75 anni.

Sono state realizzate ca.1000 **interviste** a un campione rappresentativo dell'universo di riferimento, con la tecnica *mixed mode*: sia interviste *on line* somministrate col metodo CAWI (*Computer Aided Web Interviewing*: soprattutto nella fascia 60-70enni), sia interviste telefoniche somministrate col metodo CATI (*Computer Aided Telephone Interviewing*: soprattutto nella fascia 65-75enni). In allegato al presente Report una scheda tecnica sugli aspetti metodologici della Ricerca.

Il **questionario** (allegato al presente Report) contiene 28 domande, articolate in tre sezioni corrispondenti ai tre aspetti tematici della Ricerca.

Le variabili di **classificazione** adottate per l'analisi dei dati sono state: sesso, età, area geografica<sup>1</sup>, titolo di studio, classe socio-economica auto attribuita, situazione familiare.

Il **team di Ricerca** è stato composto da Enrico Oggioni, Arianna Rolandi e Alessandro Rosina per quanto riguarda Osservatorio Senior e da Cosimo Finzi per AstraRicerche.

Questo Rapporto presenta i principali risultati distinti nei tre ambiti tematici indicati e si conclude con una lettura trasversale dei risultati.

---

<sup>1</sup> Nella Ricerca le Aree geografiche sono state aggregate secondo la classificazione AstraRicerche: Neo NordOvest (Piemonte, Valle d'Aosta, Lombardia), Triveneto (Veneto, Trentino Alto Adige, Friuli Venezia Giulia), Centro Alto (Liguria, Toscana, Emilia Romagna, Marche, Umbria), Centro Basso (Lazio, Abruzzo, Molise, Sardegna), Neo Sud (Campania, Puglia, Basilicata, Calabria, Sicilia).

## 1- Invecchiamento attivo

Il superamento della visione del sessanta – settantenne come soggetto passivo, “a riposo”, dipendente dagli altri e dalla società, di fatto nullafacente, fundamentalmente fragile, senza prospettive su cui investire proprie energie e motivazioni, ha iniziato ad avvenire già da più di un decennio. Non va dimenticato che era il 2012 quando l’Unione Europea lo proclamò “anno dell’invecchiamento attivo”.

A questa immagine si è andata gradualmente sostituendo **una visione più attuale** in cui le persone possono trascorrere il proprio tempo in età matura in modo ancora attivo, grazie soprattutto a migliori condizioni di salute e con prospettive di ancora una lunga vita davanti a sé.

Sono d’altra parte gli stessi senior che già qualche anno fa si descrivevano come persone ancora attive, impegnate e dinamiche. Che esprimevano il desiderio di essere valorizzate, di poter coltivare interessi, di essere utili agli altri e socialmente ingaggiate. Che desideravano poter essere in attività anche dopo il pensionamento, che intendevano investire nel proprio futuro, che davano di sé un ritratto di persone “ancora in cammino”. (vedi Ricerca Osservatorio Senior –centro di ricerca TRAILab Università Cattolica, “Un ritratto dei nuovi senior: generazioni a confronto”, 2016).

Peraltro, il concetto di “invecchiamento attivo” ha sempre comportato **una doppia interpretazione**: chi l’ha strettamente associato al “ritardare l’età pensionabile” o al “lavorare fino a tarda età” e chi invece, più correttamente e pur senza escludere la possibilità di un lavoro remunerato protratto negli anni, l’ha inteso in modo più ampio, includendo anche attività di utilità per altri (come ad esempio il volontariato o gli aiuti familiari), così come attività di *leisure* o di utilità per sé (si pensi ad esempio all’attività fisica o di viaggio o di aggiornamento culturale).

Uno degli obiettivi della presente Ricerca è proprio quello di indagare **cosa pensano oggi i 60-75enni Italiani dell’Invecchiamento attivo, inteso nella sua accezione più ampia**: quanto condividono l’importanza dell’essere attivi per la qualità della loro vita e per offrire un contributo utile alla società; se ritengono di condurre una vita attiva e se rilevano delle differenze con le generazioni che li hanno preceduti; a quali attività si dedicano maggiormente; a quali attività vorrebbero dedicarsi di più; quale spazio ha nelle loro esistenze la vita sociale.

Di seguito si riportano le principali evidenze emerse.

Vi è innanzitutto un riconoscimento diventato oramai di fatto universale dell’importanza di **essere attivi** (intendendo il lavoro, ma anche il volontariato, l’attività fisica, gli aiuti familiari, ecc) **per la vita delle persone oltre i 60 anni**: per il 97% degli intervistati è “molto” o “abbastanza” importante (ben il 71,7% ha risposto “molto”).

L’adesione è altissima anche all’affermazione che “la qualità della vita delle persone oltre i 60 anni e il loro contributo alla società passa innanzitutto da una vita attiva in senso lato e da una partecipazione alla vita sociale”: molto o abbastanza condivisa dal 92,7%.

**Più di 4 senior su 5 (esattamente l’81,1%) ritengono di condurre già oggi una vita attiva** (1 su 3 “molto” attiva, quasi la metà “abbastanza” attiva, solo il 6,3% poco o per niente attiva).

Anche rivolgendo lo sguardo ai coetanei, l'opinione prevalente è che l'invecchiamento attivo sia ampiamente praticato (sono pochi, il 6,4%, coloro che attribuiscono agli altri una vita poco o per niente attiva)

Inoltre, il 71,4% ritiene che la propria generazione svolga una vita più attiva (molto o un po' più attiva) rispetto alla generazione precedente.

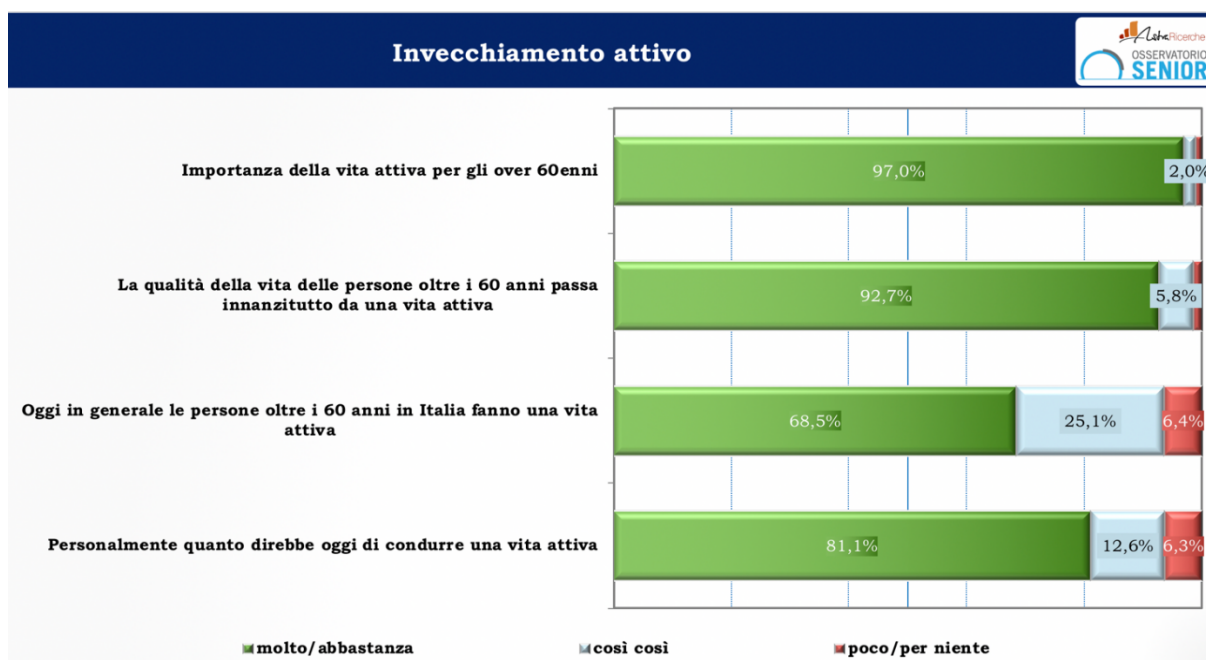


Figura 1 – Invecchiamento Attivo

**Tra i senior, l'invecchiamento attivo risulta quindi essere già una realtà ampiamente diffusa e praticata, vi è consapevolezza di questa novità rispetto alle generazioni precedenti e se ne riconosce l'importanza ai fini sia della qualità della propria vita personale, sia del contributo offerto alla società. (vedi Figura 1)**

## Importanza della vita attiva per gli over 60enni

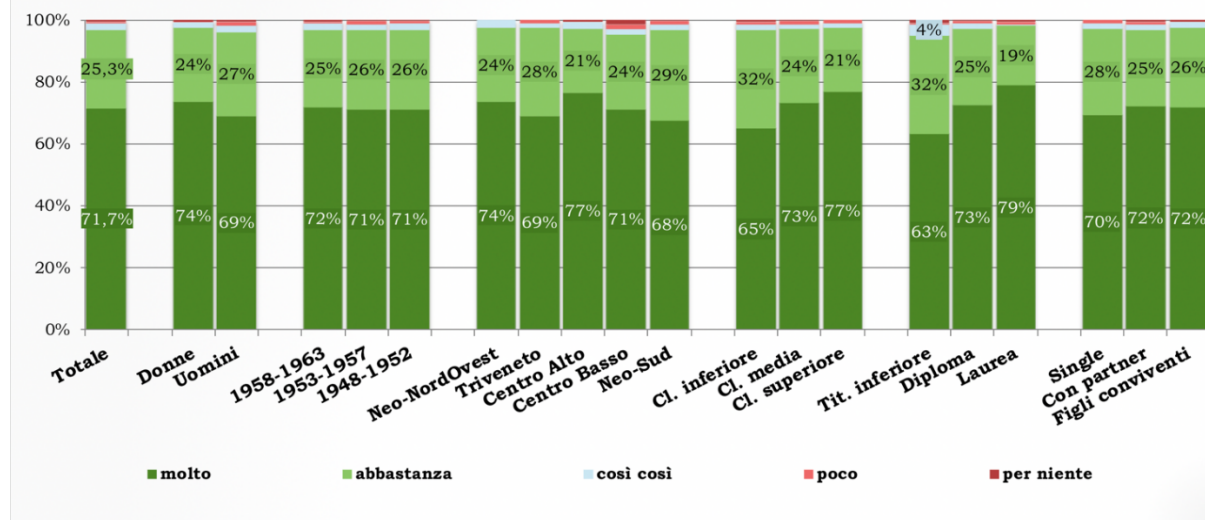


Figura 2 – Importanza della vita attiva per gli over 60enni

Emerge qualche differenza di rilievo confrontando le varie categorie di chi ha risposto “molto” alle domande su questo tema.

Le donne trovano “molto” importante l’essere attivi per la qualità della vita, reputano di condurre una vita “molto” attiva e che la propria generazione è “molto” più attiva di quella precedente, in misura maggiore degli uomini (3- 9 punti percentuali di differenza ad ogni domanda).

I senior del Nord Ovest e del Centro Alto attribuiscono più importanza della media all’essere attivi, al collegamento tra vita attiva e qualità della vita, e si ritengono “molto attivi” più della media.

Chi appartiene alla classe sociale più alta attribuisce “molta” importanza alla vita attiva: 12 punti percentuali più della classe sociale più bassa (77% vs 65%) (vedi Figura 2); inoltre, individua un collegamento tra vita attiva e qualità della vita molto più della classe sociale più bassa (24 punti percentuali di differenza nelle risposte “molto”, 66% vs 42%). Infine, **il 48% della classe sociale più alta ritiene di condurre una vita “molto attiva” a fronte del 23% che dà la medesima risposta nella classe sociale più bassa** (vedi Figura 3).

Le persone con titolo di studio più elevato attribuiscono “molta” importanza alla vita attiva nel 79% dei casi a fronte del 63% delle persone con titolo di studio più basso; distanza simile per quanto riguarda il riconoscimento di un collegamento tra qualità della vita e vita attiva (63% vs 49%).

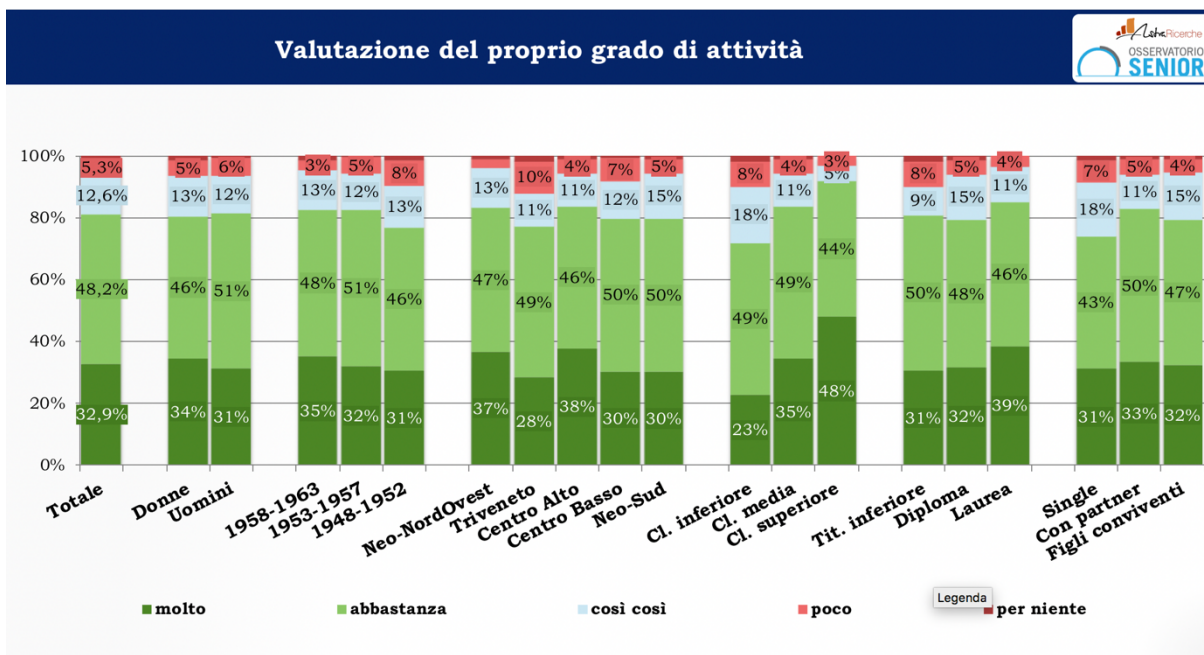


Figura 3 – Valutazione del proprio grado di attività

### A quali attività si dedicano maggiormente i senior?

Come si è detto in precedenza, l'invecchiamento attivo può essere variamente interpretato ed è quindi rilevante capire quali sono le attività a cui si fa riferimento, a maggior ragione se - come si è visto - ben 4 senior su 5 già oggi dichiarano di avere una vita molto o abbastanza attiva.

E' stato quindi chiesto agli intervistati a quali attività oggi si dedicano maggiormente, proponendo loro 15 attività (si veda per il dettaglio il questionario in allegato) e chiedendo di rispondere a ciascuna attività da 1 a 5 come intensità (molto, abbastanza, così così, poco, per niente). (Vedi Figura 4)

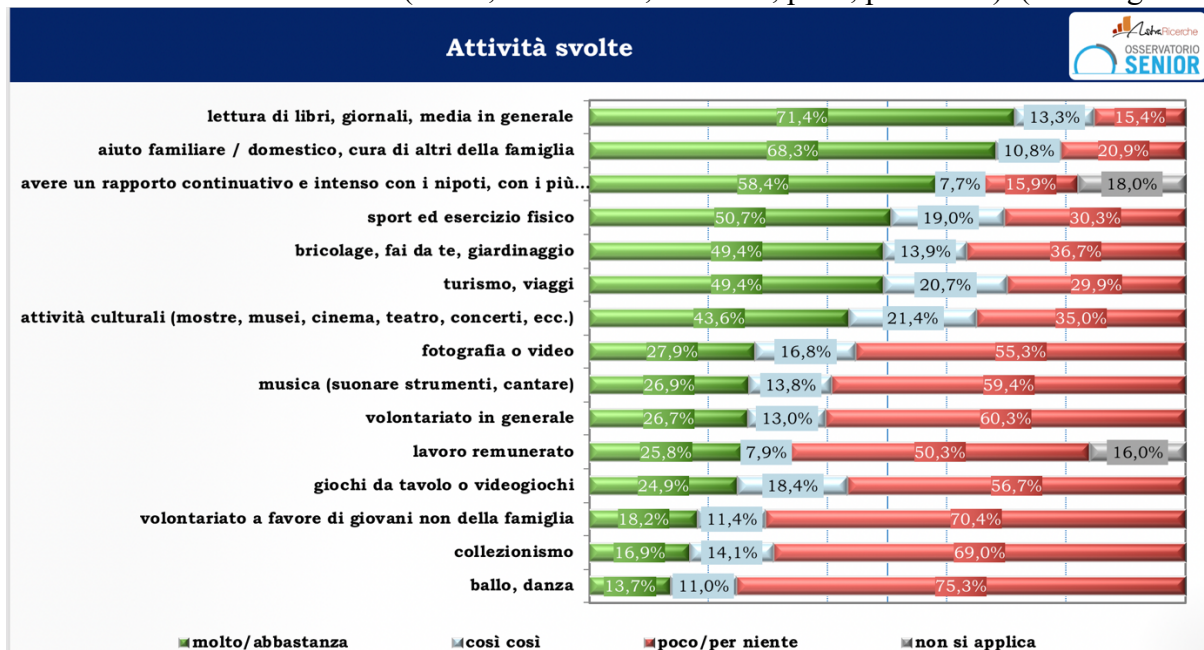


Figura 4 – Attività svolte

Un risultato che spicca è che le relazioni familiari hanno un ruolo molto rilevante e che nell'ambito familiare si svolgono alcune delle attività più praticate.

Infatti, considerando le attività a cui i senior si dedicano maggiormente, emerge tra le altre l'attività da nonni: a un rapporto continuativo e intenso con i nipoti, o in genere con i più piccoli della famiglia, si dedica "molto" il 37% e "abbastanza" il 21%.

**Fare i nonni** è attività svolta intensamente da tutti i senior che hanno nipoti, anche se risulta più importante per i 70enni che per i 60enni, così come per le persone di bassa istruzione che per i laureati (48% vs 32%).

Ma un'ulteriore attività di ambito familiare viene svolta ancora più intensamente. Si tratta del "**dare aiuto familiare / domestico o del prendersi cura di altri della famiglia**". A questa attività si dedica "molto" o "abbastanza" il 68,3%.

Coerentemente con divari di genere ancora culturalmente persistenti in Italia sul ruolo di cura all'interno della famiglia si rileva che le donne si dedicano a queste attività in misura maggiore degli uomini (in particolare, 43% vs 31% nel "fare i nonni").

Tradizionalmente l'attività svolta in età matura è quella del ruolo di nonno, in particolare di nonna, nell'accudimento dei nipotini. La carenza del sistema di welfare pubblico italiano, soprattutto in termini di servizi per l'infanzia e per gli anziani non autosufficienti, rende particolarmente importante la funzione del sistema informale basato sulla solidarietà e reciproco aiuto all'interno della famiglia con al centro la funzione di care-givers delle donne. In particolare, le sessantenni e settantenni possono trovarsi sia con nipotini piccoli da accudire sia con i propri genitori ottantenni e novantenni in condizione di non autosufficienza.

Se le attività di ambito familiare hanno un posto di rilievo, **un ruolo altrettanto rilevante, e in certi casi ancor più rilevante, è occupato da attività che richiedono buone capacità cognitive e curiosità mentale.**

Tra queste, va segnalata "**la lettura di libri e giornali e il seguire i media in generale**", attività che in assoluto è al primo posto tra le attività praticate più intensamente dai 60-75enni: è infatti attività "molto" o "abbastanza" di rilievo per il 71,4% degli intervistati (soprattutto per le donne che distanziano di quasi 20 punti percentuali gli uomini e anche in questo caso l'attività è svolta più intensamente dai 70enni rispetto ai 60enni).

Un'altra occupazione segnalata a medio- alta intensità e che denota capacità cognitive, curiosità e la volontà di "mantenere in forma" la mente è la **frequentazione di attività culturali** (come mostre, musei, cinema, teatro, concerti, ecc.), che sono svolte "molto" o "abbastanza" frequentemente dal 43,6% dei senior.

Ulteriori attività che raccolgono tra il 40% e il 50% delle risposte "molto" o "abbastanza" (quindi che il 40-50% degli over60enni svolge molto o abbastanza intensamente) sono: sport ed esercizio fisico; bricolage, fai da te, giardinaggio; turismo e viaggi.

Sport, esercizio fisico, turismo e viaggi sono praticati in modo maggiore dalle classi sociali più alte (25-40 punti percentuali di differenza con le classi sociali più basse).

Bricolage, fai da te, giardinaggio sono praticati un po' di più dalle classi sociali più basse rispetto a quelle più alte (ca. 5 punti percentuali di differenza).

Da notare che **molte di queste attività**, comunque praticate intensamente da un buon numero di senior, **richiedono mobilità e movimento** e sono svolte più dai sessantenni che dai settantenni.

A molte altre attività considerate nella ricerca, per lo più della categoria *leisure*, la maggioranza si dedica “poco” o “per niente”, anche se possono caratterizzarsi come significativi *fenomeni di nicchia*. Si tratta di: fotografia o video, fare musica, giochi da tavolo o videogiochi, collezionismo, balli, danza.

E il lavoro remunerato?

**Il lavoro remunerato è attività cui si dedica “molto” o “abbastanza” circa 1 senior su 4, ovviamente in misura fortemente decrescente all’avanzare dell’età** (è “molto” o “abbastanza” intensamente praticato per più del 40% delle persone tra i 60 e i 65 anni, e solo per circa il 10% dei 70-75enni).

Da segnalare che il lavoro remunerato è più diffuso nelle classi sociali più alte, presumibilmente a seguito di lavori che consentono di essere svolti anche ad età più avanzata.

Infine, **il volontariato**. Al volontariato in generale si dedica molto o abbastanza il 26,7% dei senior; al volontariato a favore di giovani non della famiglia il 18,2%.

Anche questa attività decresce all’avanzare dell’età ed è più praticata nelle classi sociali più alte.

Nella Ricerca si è voluto indagare anche **quali attività i senior vorrebbero iniziare a svolgere, o svolgere di più in futuro**.

Tra queste, spiccano di gran lunga il **turismo** e i **viaggi**: lo dice il 47,2%, degli intervistati con punte più elevate tra i 60-65enni e tra i senior del Nord Ovest e del Centro Basso.

A seguire, ma sempre di gran rilevanza, il **vedersi e stare con amici** (prescelto dal 36,7% degli intervistati, con una differenza di quasi 30 punti percentuali tra i 60-65enni che desiderano frequentare di più gli amici e i 70-75enni che in meno del 20% dei casi hanno questo desiderio). Le persone di classe sociale più alta esprimono questo desiderio in modo meno rilevante dei senior delle altre classi sociali.

Al terzo posto tra le attività che si vorrebbero iniziare a svolgere o svolgere di più in futuro, si colloca lo sport e l’esercizio fisico (30,4%).

## **Vita sociale**

Come si è visto in precedenza, è altamente condivisa tra i senior la convinzione che la qualità della vita delle persone oltre i 60 anni e il loro contributo alla società passa non solo da una vita attiva, ma anche da una partecipazione alla vita sociale.

E’ quindi importante capire quanto frequentemente i senior fanno vita sociale, se e quanto hanno rapporti con altre persone, con che tipologia di persone e ambienti svolgono la loro vita sociale.

La principale evidenza emersa dalla Ricerca è che **i senior italiani svolgono una vita sociale abbastanza intensa ma con differenze molto significative se si parla di frequentazione di amici o di familiari (non conviventi) da una parte, e di frequentazione di altre persone in gruppi e organizzazioni lavorative e associative dall’altro: nel primo caso si fa vita sociale molto più frequentemente che nel secondo caso**. (vedi Figura 5)

Più in dettaglio, con familiari non conviventi (si è dato per scontato che i familiari conviventi siano frequentati assiduamente), più del 70% fa vita sociale almeno una volta alla settimana e di questi la metà circa ha rapporti 4 o più giorni alla settimana, il 24,2% addirittura ogni giorno.

La vita sociale con familiari è più accentuata nella fascia di età 70-75 (31% ogni giorno vs il 21-22% dei 60-69enni) e nelle classi sociali più alte (32% ogni giorno vs il 18% della classe sociale più bassa)

Pure con gli amici la frequentazione è alta, anche se un po' meno che con i familiari: il 29,1% li frequenta 4 o più volte alla settimana, solo il 27,9% li frequenta meno di un giorno a settimana.

La vita sociale con amici è più accentuata tra gli uomini (ogni giorno il 24% vs il 14% delle donne) e nelle classi sociali più alte (30% ogni giorno vs l'11% nelle classi più basse).

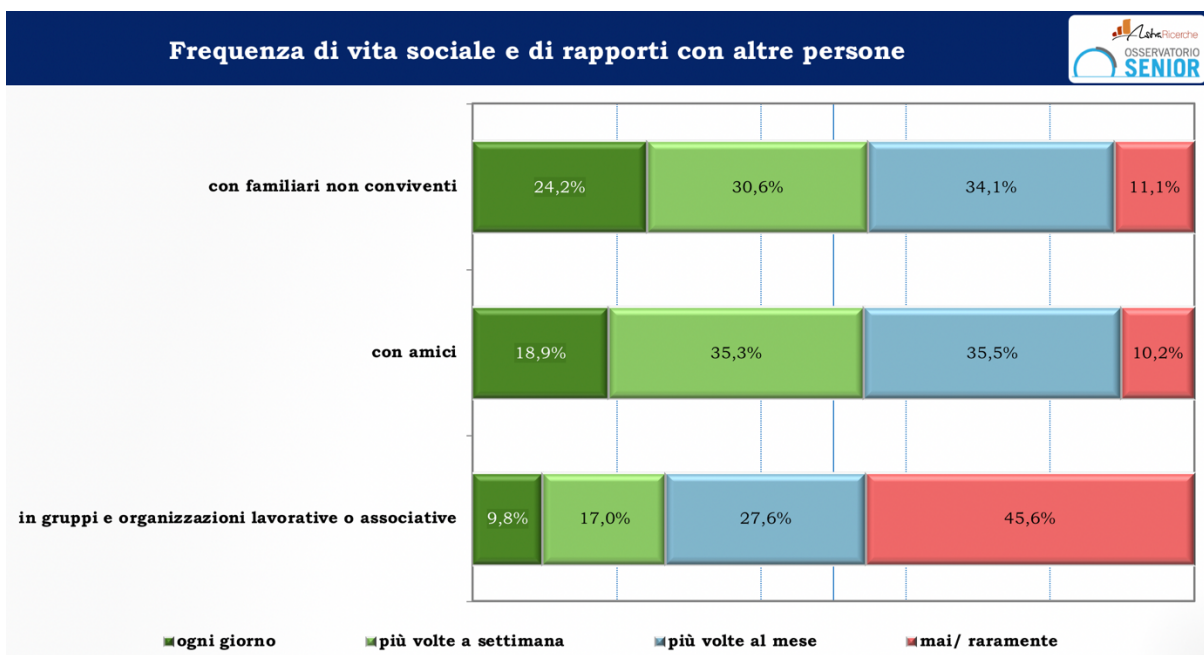


Figura 5 – Frequenza di vita sociale

I rapporti sociali in ambiti organizzati sono molto meno frequenti rispetto ai rapporti con familiari e amici. Il 45,6% dichiara di non avere “mai” o “quasi mai” vita sociale in ambienti organizzati, in gruppi o in associazioni.

Essere single, avere un titolo di studio basso e classe sociale bassa accentuano la minore frequentazione sociale in questi ambienti.



## 2- Rapporto con le giovani generazioni

I 60-75enni del 2023 sono nati tra il 1948 e il 1963 e quindi sono a pieno titolo parte della generazione dei baby boomers.

Cresciuti in anni in cui contestavano la generazione dei loro genitori, **i baby boomers** italiani e occidentali hanno potuto godere durante la loro gioventù e la prima maturità di un ambiente favorevole dal punto di vista del benessere economico e delle opportunità di lavoro. Anche nei decenni più recenti, in cui il contesto economico ha cambiato di segno, il reddito medio dei baby boomers non ne ha risentito in modo significativo e la ricchezza accumulata nel tempo ne fa la generazione più benestante sia rispetto a quelle che l'hanno preceduta sia a quelle più giovani. In particolare, non smette di crescere il divario economico con le generazioni più giovani.

Come è naturale, **le generazioni più giovani** esprimono propri valori, stili di vita, aspettative che le differenziano da quelle più anziane e, negli ambiti organizzativi e familiari dove maggiormente si incrociano generazioni diverse, le differenze possono diventare un fattore di ricchezza da valorizzare o un elemento di contrapposizione, intralcio e conflitto.

Nella presente Ricerca si è voluto indagare l'opinione dei 60-75enni in merito al rapporto tra loro e le generazioni più giovani: quanto condividono che le differenze generazionali possono essere fattore di ricchezza; quanto considerano importanti i buoni rapporti tra le generazioni per la propria vita personale e per la società; a chi è attribuibile la responsabilità dell'ottenere un rapporto positivo tra generazioni; in che misura condividono l'accusa - da più parti rivolta loro - di "egoismo" verso i giovani.

Inoltre, si è voluto comprendere cosa fanno i senior per contribuire a valorizzare il rapporto tra generazioni e cosa desidererebbero fare ancor di più.

Di seguito le principali evidenze emerse.

Innanzitutto, è **altissima la condivisione dell'affermazione che i rapporti tra i baby boomers e le generazioni più giovani sono "un elemento di ricchezza da valorizzare in tutti gli ambienti lavorativi, associativi, familiari"**: per l'82,8% degli intervistati l'affermazione è "molto" o "abbastanza" condivisa. (vedi Figura 6)

## Misura in cui le differenze tra generazioni sono considerate un elemento di ricchezza

Quanto condivide la seguente affermazione?

“Le differenze di esperienze e di valori tra ‘baby boomers’ (le persone nate nel dopoguerra e nei successivi anni di ricostruzione e crescita economica, tra il 1946 e il 1964) e generazioni più giovani sono un elemento di ricchezza da valorizzare in tutti gli ambienti lavorativi, associativi, familiari”

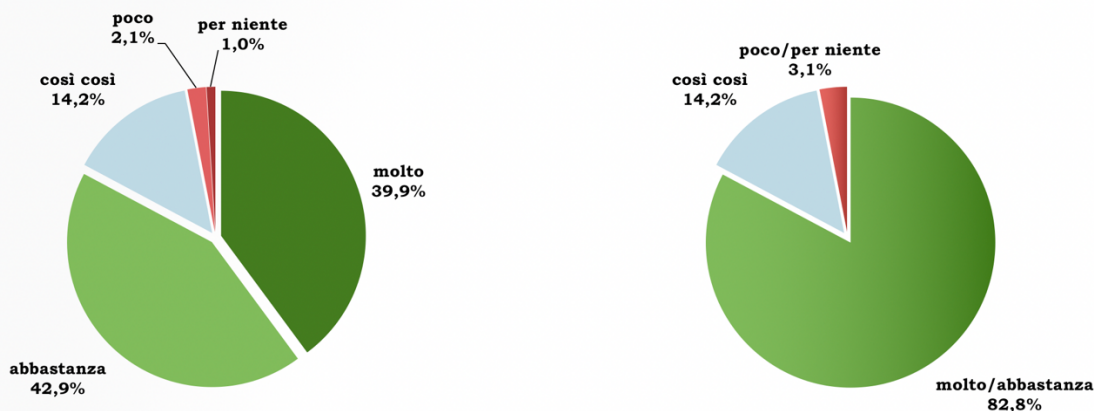


Figura 6 – Misura in cui le differenze tra generazioni sono considerate un elemento di ricchezza

Un risultato che si presenta senza grosse differenze in base alle variabili di classificazione (genere, fascia di età, classe sociale, ecc).

La differenza più marcata si rileva in base al titolo di studio: i laureati condividono l’affermazione all’86% a fronte delle persone con titolo di studio più basso che si fermano al 77%.

**Circa 3 senior su 4 considerano “fondamentale” o almeno “importante” un buon rapporto tra generazioni**, sia per la società (32,2% fondamentale e 44,7% importante) (vedi Figura 7), sia per la propria vita personale (30,2% fondamentale e 46,9% importante).

## Importanza attribuita a un buon rapporto tra generazioni

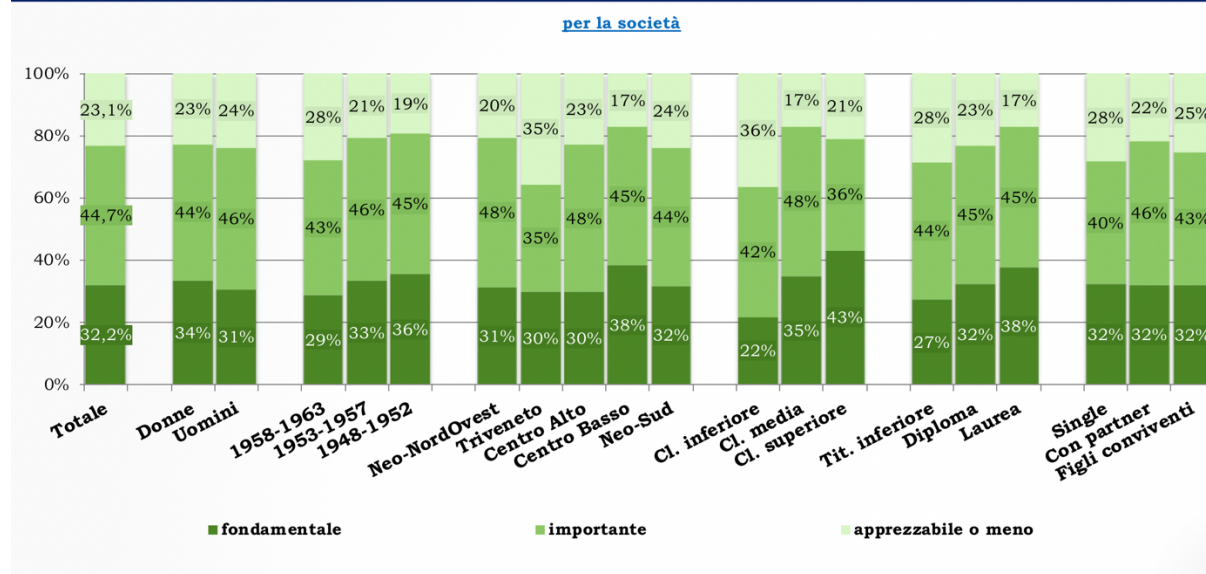


Figura 7 – Importanza attribuita a un buon rapporto tra generazioni – per la società

I senior quindi non solo ritengono che le differenze tra generazioni siano una ricchezza da valorizzare, ma anche che la qualità delle relazioni intergenerazionali abbiano un ruolo decisamente importante sia per sé stessi sia per la società.

E' interessante notare che solo il 3,4% considera un buon rapporto tra generazioni "indifferente" o "irrilevante" per la società e un irrisorio 0,4% ritiene che sia "negativo" o "controproducente".

Percentuali simili si rilevano se si considera l'impatto sulla propria vita personale (3,6% "indifferente" o "irrilevante" e 0,4% "negativo" o "controproducente").

Desti un po' di sorpresa la percentuale così bassa di persone che interpretano come negativo o controproducente, per sé e per la società, che ci sia un buon rapporto tra generazioni. Soprattutto se si pensa che il conflitto generazionale è stato un aspetto caratterizzante della generazione dei baby boomers nella loro età giovanile nel rapporto con la generazione dei genitori (la "contestazione").

Tanto per le implicazioni sulla società, quanto per le implicazioni sulla propria vita personale, viene considerata maggiore l'importanza di un buon rapporto dai 70-75enni, dalle persone di classe media e superiore, dai laureati. Viceversa, è attribuita importanza in percentuali minori dai senior del Triveneto (62% rispondono "essenziale" o "importante" vs l'82% dei senior del Nord Ovest e del Centro Basso).

Quanto alla probabilità che il rapporto tra la generazione dei baby boomer e le generazioni più giovani davvero diventi più positivo e fruttuoso e che le differenze siano colte come spunto per una loro valorizzazione reciproca, le opinioni non sono così uniformi come nelle risposte precedenti.

**L'ottimismo sulla possibilità che vi sia effettiva realizzazione di un buon rapporto tra generazioni è prevalente sul pessimismo, ma con vaste aree di incertezza:** infatti, il 53,7% ritiene che il realizzarsi di un buon rapporto sia "possibile" o "altamente possibile" e solo il 4,7% non lo crede realizzabile o ritiene che sia "normale e inevitabile il conflitto tra generazioni"; d'altro canto, il 41,7% si colloca in una posizione intermedia e quindi esprime dubbi sull'effettiva possibilità che si concretizzi un buon rapporto tra generazioni.

In questo quadro, sono più ottimisti i 70-75enni rispetto ai 60-65enni (61% vs 47%), i senior delle classi più alte rispetto a quelle più basse (63% vs 41%), i laureati rispetto ai senior con i titoli di studio più bassi (61% vs 50%).

Perché i rapporti tra generazioni godano di contesti effettivamente inclusivi e la valorizzazione delle differenze generazionali non rimanga uno slogan ma si traduca in realtà, diventa importante che gli attori in gioco svolgano ciascuno un ruolo attivo e positivo e che abbiano un atteggiamento di assunzione di responsabilità verso l'esito desiderato.

In questa prospettiva, si è voluto indagare **cosa pensano i baby boomers su chi ha la responsabilità del conseguimento di un buon rapporto tra generazioni.**

Due senior su tre (esattamente il 65,9%) ritengono che le responsabilità siano equamente distribuite, cioè che ricadono in pari misura tra la propria generazione e quelle più giovani.

Circa 1 su 4 (il 24,4%) attribuisce la responsabilità prevalentemente alla propria generazione (tra questi spiccano i senior delle classi superiori, 31% verso 23-24% delle altre classi, e i senior del Triveneto e del Neo Sud, 28-29% vs il 21-22% delle altre macro aree geografiche).

Meno di 1 senior su 10 (il 9,7%) pensa che la responsabilità ricada prevalentemente sui giovani.

**Non vi è quindi, da parte della generazione dei baby boomers, una "fuga" dalle proprie responsabilità, anche se un'ampia maggioranza ritiene che la responsabilità della qualità del rapporto coi giovani sia condivisa.**

Nel dibattito pubblico i baby boomers sono spesso accusati di essere poco attenti alla giustizia tra generazioni ed egoisti verso le generazioni più giovani (ad esempio con riferimento allo sfruttamento dell'ambiente, al lavoro, alla spesa pubblica per le pensioni, ecc.)

La maggioranza relativa dei senior (44,4%) si ritrova “poco” o “per niente” in tale giudizio negativo, ma più di 1 su 4 (esattamente il 28%) lo condivide “molto” o “abbastanza”. La parte restante risponde “così così”.

Vi è quindi **un pensiero diffuso, anche se non maggioritario, che porta i senior ad interrogarsi sul proprio livello di egoismo verso le generazioni più giovani.**

Questo lo si rileva soprattutto tra i senior delle classi sociali più elevate (37% vs 25% delle classi più basse). Mentre al contrario nel Nord Ovest e nel Triveneto un robusto 49% si riconosce “poco” o “per niente” nel giudizio di egoismo verso le generazioni più giovani.

La Ricerca ha voluto indagare non solo le opinioni riguardo ai rapporti intergenerazionali, ma anche cosa concretamente fanno i senior 60-75enni per contribuire a migliorare tali rapporti.

Si è quindi chiesto **in che modo i senior contribuiscono a valorizzare il rapporto intergenerazionale negli ambienti lavorativi, associativi, familiari, in cui operano.**

Sono state proposte alcune attività e per ciascuna di esse è stato richiesto di esprimere un voto in una scala da 1 a 10, in cui 1 significa che l'attività non viene svolta affatto e 10 che viene svolta spesso e intensamente. (Vedi Figura 8).

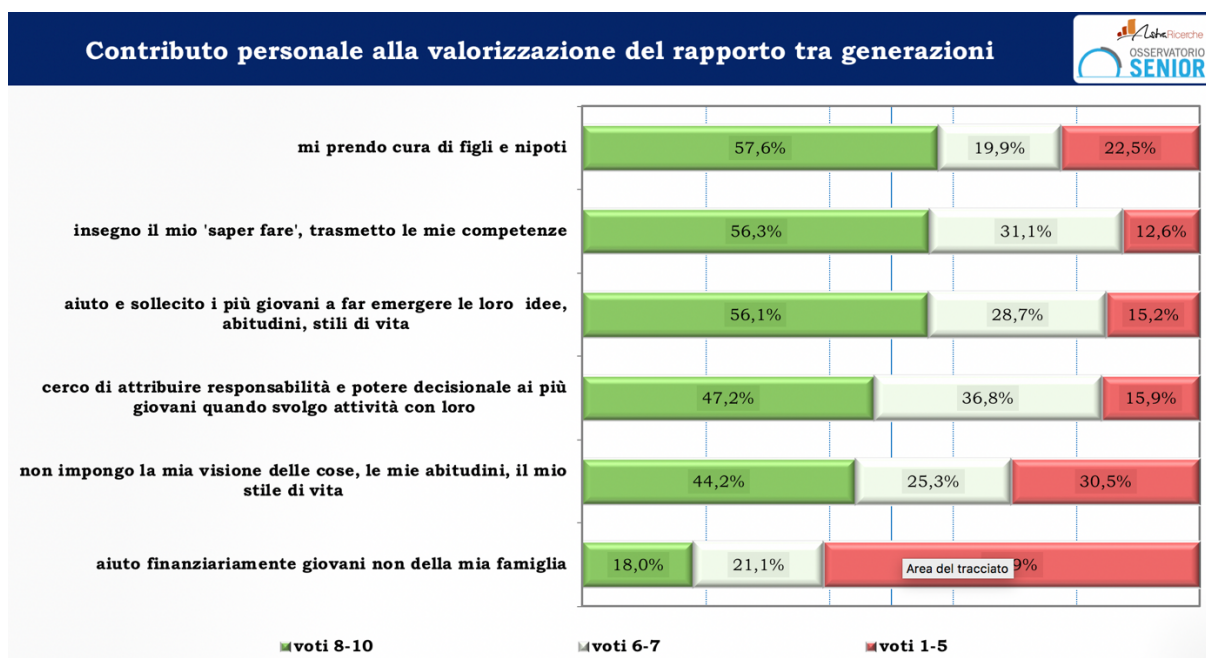


Figura 8 – Contributo personale alla valorizzazione del rapporto tra generazioni

Le attività con cui i 60-75enni contribuiscono più spesso e più intensamente sono le seguenti:

- **mi prendo cura di figli e nipoti** (voto medio 7,2; questa attività è al primo posto con il 57,6% tra chi ha dato voti tra 8 e 10; è al primo posto con un altissimo 29% anche tra chi ha dato il voto massimo, 10). Quest'ultima attività è più praticata da donne che da uomini (voto medio 7,4 vs 6,9), da senior con titolo di scuola inferiore rispetto ai laureati (voto medio 7,8 vs 6,9), da senior con figli conviventi o che vivono con partner rispetto ai single (7,8 e 7,4 vs 6,3)
- **insegno il mio “saper fare” e trasmetto le mie competenze ai più giovani** (voto medio di 7,6; il 56,3% ha dato voti tra 8 e 10)

- **aiuto e sollecito i più giovani a far emergere le loro idee, abitudini, stili di vita quando svolgo attività con loro** (voto medio 7,5; il 56,1% ha dato voti tra 8 e 10)
- **cerco di attribuire responsabilità e potere decisionale ai più giovani quando svolgo attività con loro** (voto medio 7,2; il 47,2% ha dato voti tra 8 e 10)

Se non desta sorpresa che tra le attività più intensamente praticate vi sia il “prendersi cura di figli e nipoti” (a conferma di quanto rilevato nella prima Sezione di questo Rapporto dedicata all’Invecchiamento attivo), è meno scontato – e fonte di speranza per il futuro – che le attività più praticate dai senior includano la trasmissione di competenze, l’attribuzione di responsabilità, lo stimolo all’emergere di idee e approcci anche diversi dai propri.

Che questi siano i modi dei senior per contribuire alla valorizzazione delle differenze intergenerazionali, è non solo una fotografia di quanto fanno, ma anche un proponimento per il futuro.

Infatti, anche rispondendo alla domanda: **“Cosa desidererebbe ancor di più fare per migliorare il rapporto tra la generazione dei baby boomers e le generazioni più giovani?”** (si potevano indicare al massimo due attività), le attività più indicate sono due tra quelle risultate ai primi posti come attività già praticate, e cioè:

- insegnare il mio “saper fare”, trasmettere le mie competenze (che ottiene il 38,4% delle preferenze). Nell’esprimere questo desiderio spiccano i laureati e i diplomati, rispettivamente il 41% e 42%, rispetto alle persone con titolo di studio inferiore, ferme al 30%. Spiccano anche i 60-65enni, al 43%, rispetto ai 70-75enni, al 31%
- aiutare e sollecitare i più giovani a far emergere le loro idee, abitudini, stili di vita (anche per questa attività è stato espresso il 38,4% delle preferenze). Nell’esprimere questo desiderio spiccano i diplomati (42% delle preferenze espresse) rispetto ai senior con titolo di studio inferiore (fermi al 31%), così come i 60-65enni (al 47%) rispetto ai 70-75enni (al 30%) e così come le donne (al 42%) rispetto agli uomini (al 34%).

Una considerazione a sé stante richiede una delle attività proposte nelle interviste: **l’aiuto finanziario**.

**Se l’aiuto finanziario ai giovani della propria famiglia è previsto e praticato, lo è molto meno l’aiuto finanziario dato a giovani non della propria famiglia.**

In quest’ultimo caso infatti il voto medio è 4,4 su un massimo di dieci, solo il 18% dà voto tra 8 e 10, il 29% dà voto 1, cioè dice di non farlo affatto, e il 60,9% dà voti tra 1 e 5.

Questo comportamento è abbastanza simile nelle diverse variabili di classificazione. Qualche differenza risulta solo per la classe sociale superiore (voto medio 4,97 vs 3,90 della classe sociale più bassa) e per i senior del Neo Sud (voto medio 5, ad esempio quasi 1 punto in più del voto medio dei senior del Nord Ovest).

### 3- Silver economy e Sviluppo sostenibile

Il tema della Silver Economy e del ruolo dei senior per favorire lo Sviluppo Sostenibile è la terza dimensione indagata nella presente Ricerca.

E' ormai acquisito che **i senior contribuiscono in modo molto rilevante all'economia moderna attraverso i loro acquisti ed investimenti generando la cosiddetta Silver Economy**, un'economia ormai di grandi dimensioni.

La dimensione europea del fenomeno, stando allo studio Oxford Economics – Gruppo Technopolis svolto nel 2018 per conto dell'Unione Europea, che considerava i consumi a partire dagli over 50, era di ca. 3.700 miliardi di euro. Una elaborazione più recente, svolta nel 2022 da Itinerari Previdenziali nello studio “Silver Economy: una nuova grande economia”, ha stimato che i consumi di beni e servizi in Europa da parte degli over65 ammontano a più di 1.900 miliardi di euro.

Anche la dimensione italiana del fenomeno Silver Economy è di tutto rilievo: sempre in base allo studio di Itinerari Previdenziali lo “spendibile annuo netto” di questa popolazione raggiunge, solo in Italia, i 280 miliardi di euro e un'elaborazione del 2021 di Censis su dati Banca d'Italia fa emergere che l'andamento dei consumi medi familiari degli under34 è stata, nel periodo 1991-2016, di -34,3%, a fronte di quella degli anziani che è cresciuta del 23,3%. L'Osservatorio Silver Economy Censis – Tenderscapital 2023 conferma la disponibilità di spesa dei meno giovani: una famiglia con a capo una persona anziana, rispetto a una con capofamiglia con età sino a 40 anni, ha un valore della ricchezza netta media superiore del 50,8% e un valore delle attività finanziarie superiore del 100,7%.

**Con la consapevolezza del loro ruolo nella Silver Economy e con le loro scelte da consumatori, i Senior possono contribuire a favorire lo sviluppo sostenibile.** La parte di Silver Economy che va in questa direzione assieme ai comportamenti di impegno sociale e a favore delle nuove generazioni viene inclusa nel concetto di *Silver Ecology*.

La sensibilità verso i temi dell'ambiente e dello Sviluppo Sostenibile è in continua crescita in modo pressoché generalizzato, dalle generazioni più giovani a quelle più mature. E' ampiamente condivisa l'idea non solo di ridurre l'impatto sul clima dei comportamenti umani, ma di costruire un modello sociale ed economico in cui il benessere futuro è inglobato nelle scelte di oggi.

I comportamenti e le scelte dei senior hanno e avranno un peso crescente nella politica, nella società e nell'economia. Il fatto quindi che tali comportamenti e scelte siano più o meno orientati a favore di quanto aiuta a promuovere lo sviluppo sostenibile, diventa particolarmente rilevante nel presente e nel futuro.

**Aumentare nei senior la consapevolezza di quanta coerenza con lo sviluppo sostenibile vi sia nei propri comportamenti di consumo ed investimento privato, oltre che nelle decisioni collettive, non può che aiutare a migliorare il processo verso lo sviluppo sostenibile stesso**, anche influenzando e orientando imprese e amministrazioni pubbliche nell'offerta di prodotti e servizi rivolta ai senior.

Con la presente Ricerca si è voluto indagare innanzitutto quanto vi sia consapevolezza tra i 60-75enni del peso che hanno sull'economia, sulla società e sulla politica, oltre che quanto vi sia consapevolezza del possibile contributo che possono dare allo sviluppo sostenibile attraverso le loro scelte da consumatori.

Inoltre, si è indagato sul livello di consapevolezza di cosa può essere ricompreso nel concetto di sviluppo sostenibile, sui principali drivers che orientano le scelte di acquisto dei senior e su quali sono i settori economici in cui le scelte dei senior possono orientare maggiormente verso lo sviluppo sostenibile. In questa chiave, si sono fatti alcuni approfondimenti sul collegamento tra specifiche decisioni di acquisto / di consumo e l’impatto su specifici aspetti di sostenibilità.

Di seguito le principali evidenze emerse nella Ricerca.

**Circa 3 senior su 4 (esattamente il 74,6%) ritengono che le persone oltre i 60 anni contribuiscano in modo rilevante all’economia attuale attraverso i propri acquisti e le proprie spese.** Secondo il 24,2% contribuiscono “molto” e secondo il 50,4% contribuiscono “abbastanza”. Solo per il 4,7% contribuiscono “poco”.

**Diversa l’opinione se si considera il contributo dato all’economia attraverso i propri investimenti finanziari (azioni, obbligazioni, fondi, ecc).** In questo caso l’opinione che i senior contribuiscono “molto” è condivisa solo dal 15,9%, “abbastanza” dal 41,4%, “poco” dall’11,6% e compare un 4,9% secondo cui non contribuiscono “per niente”. (Vedi Figura 9)

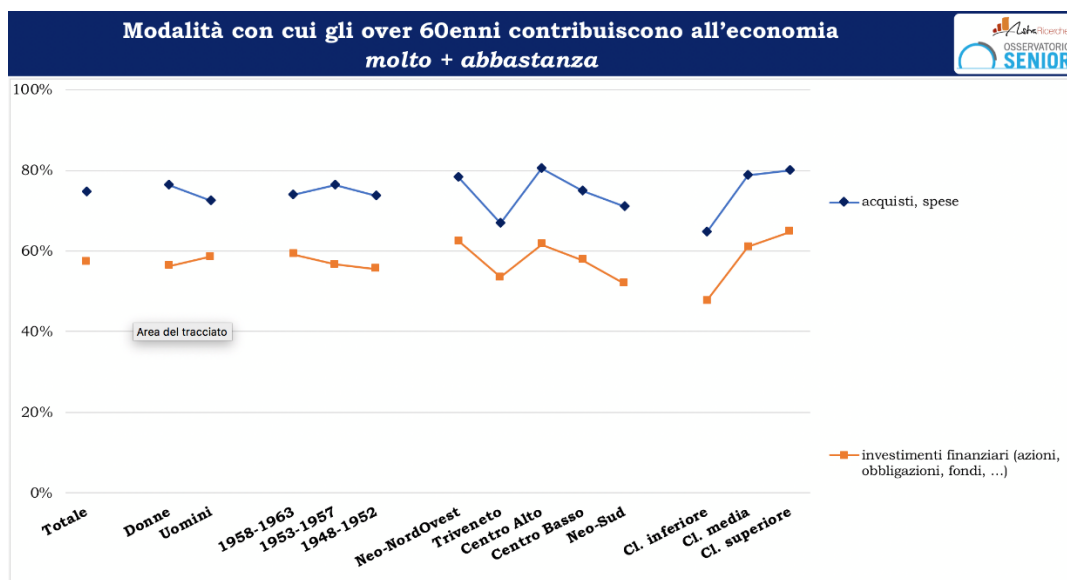


Figura 9 - Modalità con cui gli over60enni contribuiscono all’economia.

La convinzione che i senior diano un impulso rilevante all’economia attraverso spese ed acquisti molto più di quanto contribuiscano attraverso gli investimenti finanziari vale per tutte le variabili di classificazione (genere, età, aree geografiche, ecc).

Vanno però segnalate, in questo contesto, alcune specificità. Ad esempio:

- il 79-80% delle classi sociali medie e superiori ritiene che i senior contribuiscano all’economia “molto” o “abbastanza” con le proprie spese, a fronte del 65% delle classi sociali più basse
- differenza analoga la si riscontra considerando gli investimenti finanziari (65% della classe sociale più alta vs il 48% della classe sociale più bassa)
- un’ulteriore specificità la si riscontra in base alle aree geografiche: è significativamente più bassa la percentuale di senior del Triveneto, rispetto alle altre aree, che attribuiscono agli over60 la capacità di contribuire “molto” o “abbastanza” all’economia attraverso le proprie spese (67% a fronte, ad esempio, dell’81% del Centro Alto o del 78% del Nord Ovest).

**Complessivamente, si può quindi ritenere abbastanza elevata la consapevolezza attuale dei senior sul contributo che danno all'economia attraverso i propri acquisti e consumi, mentre vi è spazio per far crescere la consapevolezza su quanto possono contribuire attraverso i propri investimenti finanziari e in generale presso le classi sociali più basse.**

Oltre a valutare la consapevolezza dell'impatto che i senior hanno sull'economia, si è voluto indagare anche quanto gli over60 ritengono di poter contribuire allo sviluppo sostenibile.

La maggioranza assoluta degli intervistati (il 54,9%) dice di condividere “abbastanza” la seguente affermazione: “...con la loro consapevolezza e con le loro scelte da consumatori, le persone oltre i 60 anni possono contribuire in modo rilevante a favorire lo sviluppo sostenibile (cioè uno sviluppo in grado di assicurare il soddisfacimento dei bisogni della generazione presente senza compromettere la possibilità delle generazioni future di soddisfare i propri)”.

Aggiungendo le risposte “molto” si arriva a più di 3 senior su 4 (esattamente il 76,6%) che condividono questa affermazione. Solo il 4,7% la condivide “poco” o “per niente”.

Circa 10 punti percentuali in meno distanziano i senior meno istruiti e delle classi sociali più basse dai senior più istruiti e delle classi sociali più elevate.

La convinzione che gli over60 abbiano un peso rilevante sull'economia e sulla politica attuali è confermata da una maggioranza assoluta (il 57,6%) che condivide “molto” o “abbastanza” l'affermazione secondo cui oggi “le scelte delle persone oltre i 60 anni quando fanno un acquisto o un investimento, o esprimono una preferenza politica, influenzano le decisioni degli operatori economici e degli attori politici”.

Da non trascurare, peraltro, un 18,7% che al contrario condivide questa affermazione “poco” o “per niente”, e quindi ritiene bassa l'influenza dei senior su scelte economiche e politiche. Quest'ultima opinione è diffusa soprattutto tra le persone di più bassa istruzione e delle classi più basse: infatti, “solo” il 51% dei meno istruiti condivide “molto” o “abbastanza” l'affermazione di cui sopra (a fronte del 66% dei più istruiti), così come “solo” il 47% dei senior delle classi meno abbienti (a fronte del 68% dei senior delle classi più elevate).

*La sintesi delle risposte alle tre domande di cui sopra è che i 60-75enni sono consapevoli di contribuire in modo rilevante all'economia soprattutto attraverso le loro spese e i loro consumi, ritengono che attraverso le loro scelte già oggi influenzano i decisori economici e politici e pensano che potrebbero contribuire a favorire lo sviluppo sostenibile.*

**In questo quadro, vi sono però delle differenze significative di percezione tra i più istruiti e i meno istruiti, e tra i senior delle classi più agiate e meno agiate.**

Non è scontato cosa viene in ricompreso nello Sviluppo sostenibile. Il riferimento è all'Agenda ONU 2030 e in Italia al sistema BES (Benessere Equo e Sostenibile) con le sue metriche. La Ricerca ha confermato che la conoscenza di questi aspetti tra i senior è, in effetti, ancora scarsa.

**Nella ricerca si è fatto riferimento al BES<sup>2</sup> e si è chiesto agli intervistati se sapevano indicare uno o più fattori considerati in Italia dal BES per misurare il benessere equo e sostenibile.**

---

<sup>2</sup> Il BES considera: salute, istruzione formazione, lavoro e conciliazione tempi di vita, benessere economico, relazioni sociali, politica e istituzioni, sicurezza, benessere soggettivo, paesaggio e patrimonio culturale, ambiente, innovazione ricerca e creatività, bontà dei servizi pubblici.



Preliminarmente, nell'intervista si spiegava che "In Italia uno degli strumenti per misurare il benessere è il BES (Benessere Equo e Sostenibile): si tratta di un insieme di indicatori che hanno lo scopo di valutare il progresso della società non solo dal punto di vista economico, ma anche sotto l'aspetto sociale e ambientale. Il Rapporto BES, pubblicato annualmente dall'ISTAT, illustra un quadro dei principali fenomeni economici, sociali e ambientali che caratterizzano il nostro Paese".

**Quasi la metà degli intervistati (49,2%) non è stato in grado di indicare alcun fattore.**

**Tra i fattori citati spontaneamente come componenti del BES per misurare il benessere, i più citati sono stati:**

- . **salute 20,9%**
- . **benessere economico / reddito / risparmi 14,9%**
- . **lavoro 12,1%**
- . **istruzione / formazione 11,4%**
- . **ambiente /ecologia / sostenibilità ambientale 10,6%.**

Un'altra ventina di fattori sono stata citati, tutti con una frequenza di meno del 5%.

Questo risultato, se da una parte segnala la sensibilità dei senior a salute, benessere economico, lavoro, istruzione e ambiente, dall'altra evidenzia quanto sia **importante incrementare gli sforzi per una maggiore diffusione della cultura della sostenibilità.**

Poiché, come si è detto in precedenza, la platea dei senior influenza in modo rilevante l'economia e può orientare con le proprie scelte una maggiore spinta verso lo sviluppo sostenibile, nella Ricerca si è voluto indagare anche **quali sono i principali drivers negli acquisti tra i 60-75enni.**

Si è chiesto: "Quando fa acquisti, in che misura presta attenzione a...? (seguivano 11 fattori, a ciascuno dei quali attribuire un punteggio da 1 – nulla attenzione- a 10 – massima attenzione)".

Una prima evidenza emersa è una conferma **dell'importanza attribuita alla salute, non solo come fattore chiave per identificare il benessere equo e sostenibile, ma anche come driver nelle scelte di acquisto.**

"Attenzione all'impatto sulla salute" ha ottenuto voto 9 o 10 dal 56,3% dei senior (e voto medio 8,60).

Subito dopo la salute, ha ottenuto voto 9 o 10 dal 55,4% dei senior l'"attenzione alla qualità effettiva di cosa compro" (voto medio 8,62) e dal 54,8% dei senior la "attenzione al prezzo (voto medio 8,56).

**Effetti sulla salute, qualità e prezzo risultano ai primi tre posti tra i drivers negli acquisti.**

**Risultano meno importanti come drivers negli acquisti altri fattori collegati al BES e alla sostenibilità futura,** come: l'impatto sull'ambiente (voto medio 7,82 e "solo" 37,1% con voto 9 o 10), l'impatto sui consumi energetici (voto medio 7,78 e 36,3% con voto 9 o 10), l'impatto sul paesaggio e sul patrimonio culturale (voto medio 7,51 e 32,1% con voto 9 o 10), il rispetto dei lavoratori e delle leggi (voto medio 7,77 e 38,2% con voto 9 o 10), che si acquisti da un'azienda etica, sostenibile e responsabile (voto medio 7,44 e 32,2% con voto 9 o 10).

Va comunque rilevato che anche questi ultimi aspetti hanno una loro importanza per gli acquisti. Infatti, il voto basso, tra 1 e 5, viene attribuito a questi fattori solo dal 10-16% dei senior.

Un ulteriore elemento emerso è che le classi sociali più basse hanno minore sensibilità per questi aspetti di sostenibilità rispetto alle classi sociali medie e alte.

Con riferimento ai tre drivers più importanti (salute, qualità, prezzo), sono da segnalare queste ulteriori specificità:

- le donne sono un po' più attente degli uomini a questi aspetti (per la qualità voto medio 8,74 vs 8,48; per la salute 8,81 vs 8,37; per il prezzo 8,7 vs 8,4)
- 70-75enni sono un po' più attenti dei sessantenni a questi aspetti (per la qualità voto medio 8,75 vs 8,53 dei 60-65enni; per l'impatto sulla salute 8,80 vs 8,44)
- al prezzo sono ovviamente più sensibili i senior delle classi più basse, così come i meno istruiti (8,83 vs 8,13 delle classi più elevate; 8,63 vs 8,23 dei più istruiti).

E' stato anche indagato **quali sono i settori economici in cui si ritiene che le proprie scelte di acquisto, di investimento e di consumo abbiano un impatto sul BES.**

A questo proposito, giova ricordare che gli studi sulla Silver Economy, sia a livello europeo sia a livello nazionale, indicano l'abitazione (casa, gas, elettricità), l'alimentazione e i trasporti come i settori in cui è maggiore la spesa dei senior. E prevedono per i prossimi anni incrementi di spesa soprattutto per i settori salute (sanità e farmaceutica), alimentare e bevande, arredamento, attività ricreative.

Non stupisce quindi che i 60-75enni considerino **l'acquisto di cibo e bevande, gli acquisti e gli investimenti per la casa e le spese per la mobilità quotidiana come i tre settori che maggiormente i senior possono condizionare, favorendo offerte e consumi attenti allo sviluppo sostenibile.** (Vedi Figura 10)

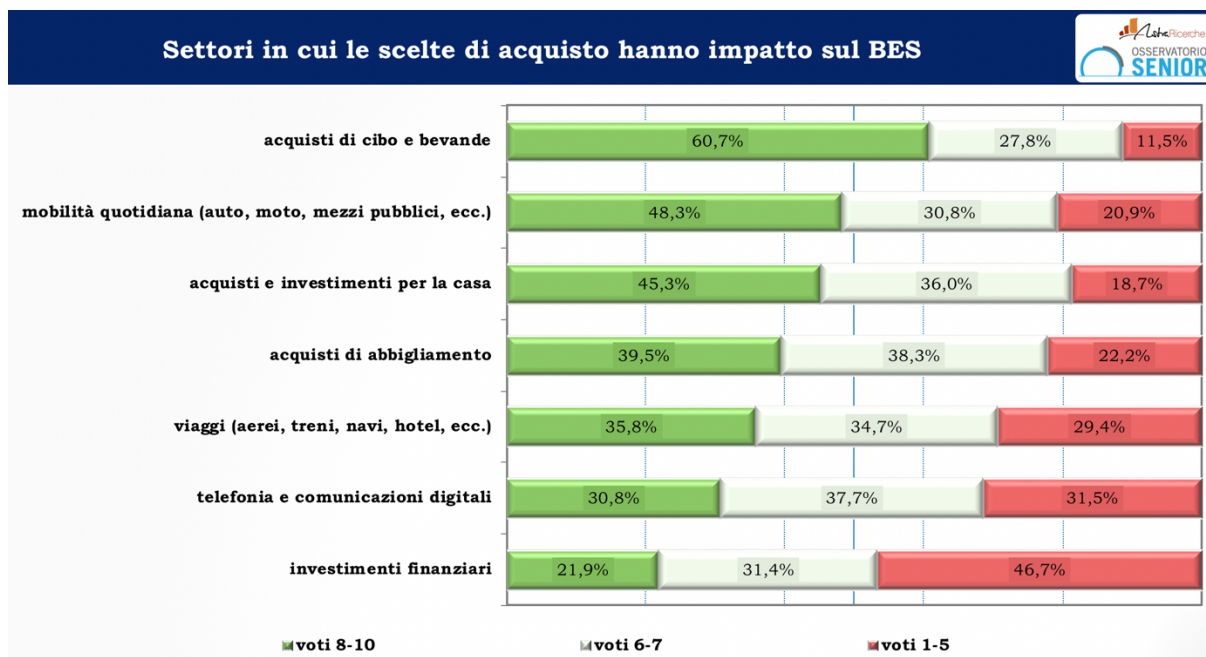


Figura 10 – Settori in cui le scelte di acquisto hanno impatto sul BES

**L'acquisto di cibi e bevande** viene considerato di gran lunga il settore più influenzato dai senior con le loro scelte (voto medio 7,72 in una scala da 1 - nessun impatto positivo, a 10 -impatto fortemente positivo; il 60,7% ha espresso voti tra 8 e 10, il 20% voto 10).

Segue per importanza il **settore della mobilità quotidiana** (auto, moto, mezzi pubblici, ecc), con voto medio 7,18 e con il 48,3% che ha espresso voti tra 8 e 10.

Sopra il voto medio 7 anche gli **acquisti e gli investimenti per la casa**, esattamente con il voto medio di 7,12 e con il 45,3% che ha espresso voti tra 8 e 10.

Altri settori considerati (acquisti di abbigliamento, viaggi, telefonia e comunicazioni digitali) sono considerati tutti meno influenzati dalle scelte dei senior, ma comunque con voti medi sopra il 6 e con percentuali tra il 30 e il 40% dei senior che hanno espresso voto tra 8 e 10.

**Fa eccezione ancora una volta l'impatto sugli investimenti finanziari**, con voto medio 5,53 e con una maggioranza relativa (il 46,7%) che ha espresso voti tra 1 e 5.

Con riferimento ai tre settori di business più influenzati dalle scelte di acquisto (alimentari, mobilità, casa):

- nel caso dell'acquisto di cibi e bevande non vi sono grosse differenze in base alle variabili di classificazione. Si può solo notare che le donne esprimono un voto medio (7,88) un po' più alto di quello degli uomini (7,54) e che i senior delle classi più basse hanno un punteggio medio (7,42) inferiore a quello delle altre classi sociali (7,85/7,87)
- anche nel caso della mobilità quotidiana vi sono poche differenze in base alle variabili di classificazione. Peraltro, i 60-65enni ritengono di avere un impatto un po' più alto (voto medio 7,30) di quello espresso dai 70-75enni (7,08) e le persone delle classi sociali più basse esprimono un voto medio (6,95) inferiore a quello delle altre classi sociali (7,31 e 7,26).
- infine, nel caso degli acquisti e investimenti per la casa le differenze sono un po' più marcate: i 70enni in questo caso ritengono di avere più impatto sul BES (voto medio 7,34) dei 60enni (6,99 e 7,05), le persone con figli conviventi più dei single (7,34 vs 6,86), i senior del Neo Sud più dei senior delle altre aree geografiche (7,36 vs 6,98 e 6,99 rispettivamente del Nord Ovest e del Centro Basso), le persone di classe sociale più elevata più di quelli delle classi più basse (7,45 vs 6,59).

A completamento del capitolo relativo all'impatto sul BES delle scelte di acquisto e consumo, è stato chiesto ai senior anche di indicare i **settori in cui hanno intenzione di aumentare l'attenzione** a tale impatto. In specifico, è stato chiesto di indicare il primo e il secondo settore più importanti.

**I tre settori: alimentari, mobilità e casa sono risultati ai primi tre posti, nello stesso ordine, anche riferendosi alle intenzioni future.**

In particolare:

- l'acquisto di cibi e bevande è al primo posto tra i settori cui si intende prestare più attenzione per il 30,2% dei senior e al secondo posto per il 44,7%. Questa indicazione è stata espressa soprattutto dalle donne (35% al primo posto vs il 25% degli uomini) e dai senior del Centro Basso e del Neo Sud (34%) rispetto ai loro coetanei del Nord Ovest e del Centro Alto (rispettivamente 25% e 26%)
- la mobilità quotidiana è al primo posto per il 18,8% dei senior e al secondo posto per il 33,6%. In questo caso l'indicazione è stata espressa soprattutto dai 60-65enni (22% al primo posto vs il 14% dei 70-75enni), dai senior del Nord Ovest (23% vs il 15% del Centro Basso), dai laureati e dai diplomati (21% verso il 12% dei senior con istruzione inferiore)

- la casa è al primo posto per il 10,4% e al secondo posto per il 22,7%. In questo caso l'indicazione è stata espressa soprattutto dagli uomini (13% al primo posto rispetto all'8% delle donne), dai senior in nuclei familiari con figli (13% verso 8% dei single), dai diplomati (12% verso 7% dei laureati).

Da segnalare che **al settore viaggi intende dedicare più attenzione un discreto numero di senior** (per il 9,7% è al primo posto, per il 18,4% al secondo posto), soprattutto da parte dei 60-65enni con più disponibilità economiche.

Il 19,8% non ha espresso intenzione di incremento della propria attenzione verso alcun settore. Tra questi vi è una preponderanza di 70-75enni.

### Attenzione ad ambiente e salute nelle scelte di consumo e di investimento

Sono stati fatti alcuni approfondimenti sul collegamento tra specifiche decisioni di consumo e investimento dei senior e l'impatto su specifici aspetti di sostenibilità. (Vedi Figura 11)

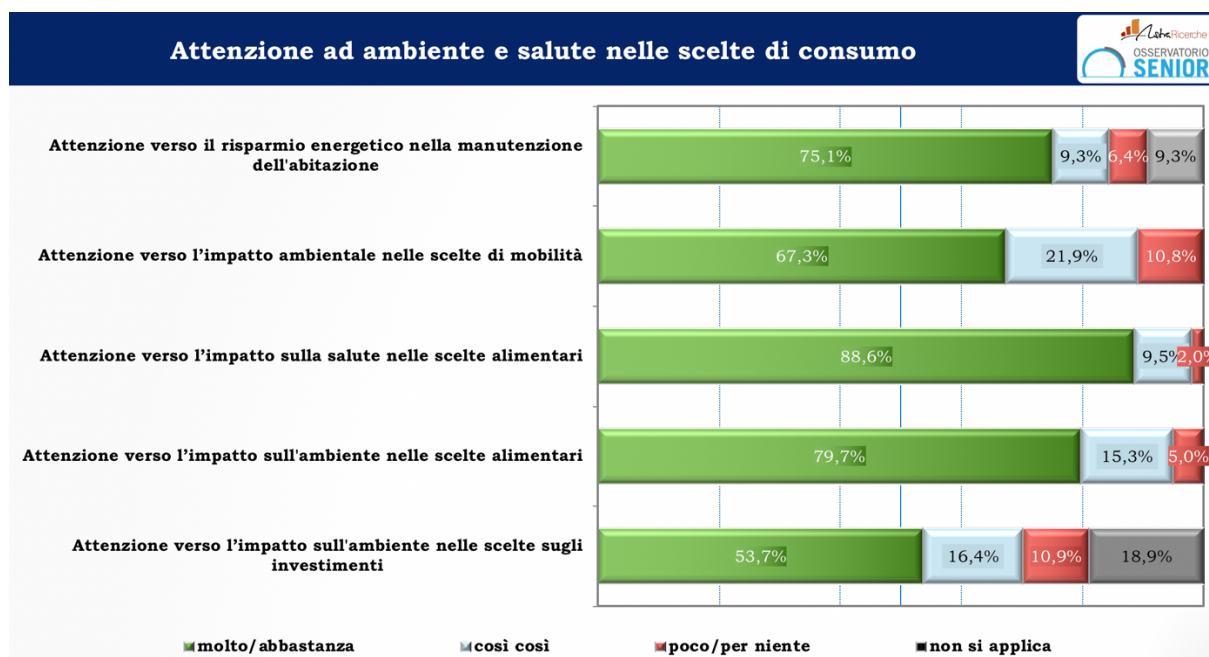


Figura 11 – Attenzione ad ambiente e salute nelle scelte di consumo e investimento

- 1) Il primo di questi approfondimenti ha riguardato la **attenzione al risparmio energetico nelle spese per la manutenzione o il rinnovo della propria abitazione.**

Per 3 senior su 4 (esattamente il 75,1%) c'è stata "molta" o "abbastanza" attenzione (34,3% molta attenzione, 40,9% abbastanza attenzione). Solo per il 6,4% l'attenzione è stata "poca" o "nulla".

L'attenzione risulta significativamente più alta nei senior delle classi più alte (86% "molto" o "abbastanza" vs il 65% delle classi più basse) e tra i laureati (81% vs 66% dei meno istruiti).

L'attenzione risulta invece più bassa tra i single (22% con risposte "così così"/ "poco"/ "per niente") rispetto alle coppie (14%).

- 2) Un secondo approfondimento ha riguardato **l'attenzione all'impatto sull'ambiente delle proprie scelte sui mezzi di locomozione** (auto, moto, bicicletta, mezzo pubblico, aereo, treno, ecc.).  
 In questo caso per più di 2 senior su 3 (esattamente il 67,3%) vi è stata “molta” o “abbastanza” attenzione (“molta” per il 20,8% e “abbastanza” per il 46,6%). “Poca” o “nessuna” attenzione soltanto da parte del 10,8%.  
 Anche in questo caso le differenze maggiori si rilevano in base alla classe sociale di appartenenza: i senior delle classi più elevate sono stati “molto” o “abbastanza” attenti a questo aspetto nel 76% dei casi, a fronte del 61% delle classi più basse.
- 3) Un terzo approfondimento ha riguardato **l'attenzione all'impatto sulla salute delle scelte su cosa mangiare e bere** (acquisti di alimentari, consumi al ristorante e al bar, ecc.).  
 In questo caso è altissima (88,6%) la percentuale dei senior che hanno prestato “molta” o “abbastanza” attenzione a questo aspetto (43% “molta” e 45,6% “abbastanza”).  
 Quasi nessuno non ci bada (risposte “poco” / “per niente” al 2%).  
 Pur restando tutti su percentuali altissime, sono un po' meno attenti a questo aspetto gli uomini (85% “molto” / “abbastanza”) rispetto alle donne (92%), così come i senior delle classi più basse (84%) rispetto ai senior delle altre classi sociali (90-91%).
- 4) Il quarto approfondimento ha considerato ancora le scelte di consumo alimentare, ma esplorando **l'attenzione verso l'impatto sull'ambiente dei propri consumi alimentari**.  
 Pur senza toccare i livelli del punto precedente, anche in questo caso l'attenzione risulta molto elevata: quasi 8 senior su 10 (esattamente il 79,7%) ha prestato “molta” o “abbastanza” attenzione a questo impatto (“molta” il 28% e “abbastanza” il 51,8%).  
 “Poca” o “nessuna” attenzione soltanto dal 5% dei senior.  
 Sono un po' più sensibili a questo aspetto le donne (31% “molto” attente rispetto al 25% degli uomini), i 70-75enni (32-33% “molto” attenti rispetto al 22% dei 65-70enni), i senior delle classi più elevate (41% “molto” attenti vs il 16% delle classi più basse).
- 5) Infine, un approfondimento è stato fatto in termini di **attenzione all'impatto dei propri investimenti sull'ambiente**.  
 Tenuto conto che per il 18,9% degli intervistati il tema “non si applica” (nessun investimento?), è significativo che per la maggioranza assoluta, il 53,7%, risulta esserci stata “molta” o “abbastanza” attenzione (“molta” per il 17,8%, “abbastanza” per il 35,9%).  
 “Poca” o “nessuna” attenzione da parte del 10,9%.  
 Anche in questo caso vi è differenza di attenzione in base alla classe sociale (67% “molta” o “abbastanza” attenzione nelle classi sociali più alte verso il 44% delle classi più basse).  
 Si aggiunge una differenza in base alla condizione familiare: per una percentuale di single il collegamento investimenti – impatto sull'ambiente “non si applica” (il 28%) e l'attenzione elevata ha riguardato solo il 44% rispetto a coppie o famiglie con figli (56-57%).

**In sintesi, i 60-75enni sono estremamente attenti all'impatto dei propri consumi alimentari sull'ambiente e ancora di più sulla propria salute.**

**Sono significativamente attenti anche all'impatto sull'ambiente delle proprie scelte di consumo per la casa e per la mobilità.**

**Più bassa, ma non irrilevante, l'attenzione all'impatto dei propri investimenti finanziari sull'ambiente.**

**E' elevata la distanza di attenzione tra le classi sociali più alte e quelle più basse, che sono meno sensibili a questi aspetti.**

## Le priorità per l'Italia.

Per finire, è stato chiesto di indicare le priorità per l'Italia, scegliendo - tra sei obiettivi - il primo e il secondo più importante. (Vedi Figura 12)

Ancora una volta, **gli aspetti sanitari ricevono dai senior un'attenzione estremamente alta.**

Infatti, in cima alla graduatoria delle priorità troviamo: “aumentare la spesa del SSN con una maggiore copertura ed efficienza in termini di esami, visite, terapie”.

E' indicata al primo posto dal 31,1% degli intervistati e al secondo posto dal 55%. Quindi circa l'85% la considera di alta priorità.

Va segnalato che i 70-75enni che indicano questo aspetto al primo posto tra le priorità sono quasi il doppio dei 60-65enni (43% vs 23%) e i senior delle classi medie e alte lo indicano al primo posto molto più dei senior delle altre classi sociali (34% vs 24%)

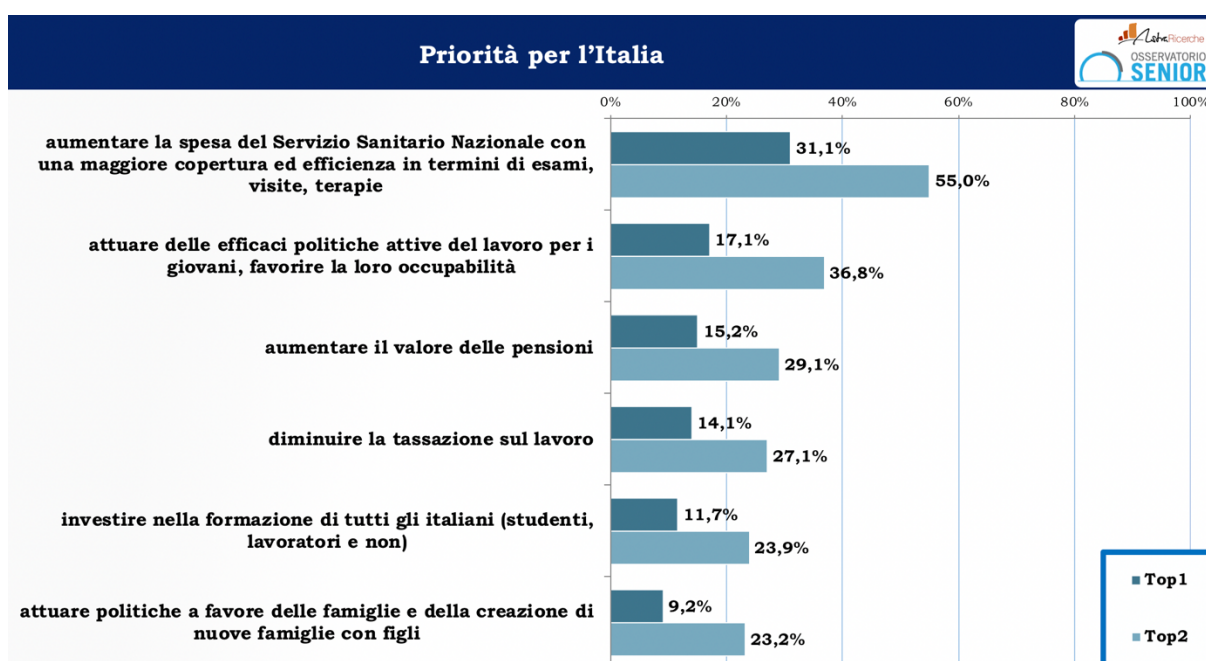


Figura 12 – Priorità per l'Italia

**Al secondo posto nella graduatoria di priorità troviamo: “attuare delle efficaci politiche attive per il lavoro per i giovani e favorire la loro occupabilità”** (al primo posto per il 17,1% dei senior e al secondo posto per il 36,8%).

L'attenzione a questo aspetto è forte soprattutto tra i 60-65enni (20% di loro lo collocano al primo posto rispetto al 12% dei 70-75enni).

**Al terzo posto nella graduatoria di priorità si colloca: “aumentare il valore delle pensioni”** (al primo posto per il 15,2%, al secondo posto per il 29,1% degli intervistati).

Qui la richiesta è fatta soprattutto dai senior con titoli di studio più bassi (21% al primo posto vs 8% dei laureati) e di classe sociale più bassa (22% vs 9% delle classi sociali più elevate).

Considerando gli obiettivi che figurano al primo e al terzo posto nella graduatoria (aumentare la spesa per il SSN e aumentare le pensioni), se ne deduce **l'importanza che hanno per i senior italiani soprattutto gli aspetti che hanno un forte impatto sulle condizioni di vita della propria generazione.**

Considerando le altre priorità tra cui si poteva scegliere, seguono:

- “diminuire la tassazione sul lavoro” (al primo posto per il 14,1% e al secondo posto per il 27,1%)
- “investire nella formazione di tutti gli italiani (studenti, lavoratori e non)”: per l’11,7% è al primo posto, per il 23,9% al secondo posto
- “attuare politiche a favore delle famiglie e della creazione di nuove famiglie con figli” (per il 9,2% è al primo posto e per il 23,2% al secondo). Va rilevato che, pur ricevendo consensi di priorità inferiori rispetto agli altri obiettivi sopra indicati, questo obiettivo raccoglie comunque indicazione di essere tra le prime due priorità per l’Italia da quasi 1 senior su 3
- non ha dato indicazioni di priorità solo l’1,7%.

### **In conclusione, possono i senior contribuire in modo significativo a favorire lo sviluppo sostenibile? Ne sono consapevoli?**

Non vi è alcun dubbio che il ruolo dei senior italiani sia oggettivamente rilevante nell’economia. I risultati della Ricerca evidenziano come in larga misura gli intervistati siano consapevoli di contribuire in modo rilevante ad essa soprattutto attraverso le loro spese e i loro consumi.

Ritengono che attraverso le proprie scelte (di consumo ed elettorali) possono condizionare le decisioni collettive e influenzare lo sviluppo di settori importanti dell’economia.

In larga maggioranza sono sensibili verso il tema della sostenibilità e ritengono, attraverso scelte responsabili e consapevoli, di poter avere un ruolo rilevante nel favorire lo sviluppo sostenibile.

I settori che indicano di maggior rilevanza per le proprie scelte di acquisto e investimento sono: la salute, la casa, la mobilità. Da notare che i 60-75enni sono già oggi molto sensibili all’impatto sull’ambiente delle proprie spese in questi ambiti, pur mettendo in primo piano il proprio benessere personale (economico e in termini di salute).

I senior intervistati hanno una discreta consapevolezza di come la sostenibilità sia legata a salute, benessere economico, lavoro, istruzione e ambiente, che presenta però ampi margini per essere ulteriormente rafforzata.

Attualmente debole risulta soprattutto la consapevolezza dell’impatto sulla sostenibilità delle scelte nell’ambito degli investimenti finanziari.

Ne deriva l’importanza di promuovere ulteriormente la conoscenza e la diffusione della cultura della sostenibilità, su cui pesano anche le diseguglianze sociali.

Un rafforzamento, in questa direzione, di conoscenza e consapevolezza consentirebbe di influenzare in senso positivo il mercato orientando maggiormente le aziende verso la parte della silver economy attenta allo sviluppo sostenibile (silver ecology) e quindi anche alle generazioni future.

## 4-UNA LETTURA TRASVERSALE DEI RISULTATI

### L'importanza delle differenze tra classi socio-economiche

La fotografia che emerge da queste differenze fa immaginare **un mondo senior in cui la parte socialmente ed economicamente più abbiente già sperimenta ampiamente pratiche orientate all'invecchiamento attivo, al valorizzare i rapporti tra generazioni e al fare scelte di consumo e investimento attente allo sviluppo sostenibile, e in cui invece i ceti socialmente ed economicamente più bassi sperimentano molto meno tali pratiche e sono meno sensibili a queste sfide.**

La classe sociale più alta attribuisce molta importanza alla vita attiva, di 12 punti percentuali più della classe sociale più bassa (77% vs 65%); individua una relazione tra “vita attiva” e “qualità della vita” molto più della classe sociale più bassa (24 punti percentuali di differenza nelle risposte “molto”); il 48% della classe sociale più alta ritiene di condurre una vita “molto attiva” a fronte del 23% che dà la medesima risposta nella classe sociale più bassa.

Quanto alle attività svolte, il lavoro remunerato è più diffuso nelle classi sociali più alte (lo pratica il 31,1% vs. il 22,6% nelle classi sociali più basse), presumibilmente a seguito di lavori che consentono di essere svolti anche ad età avanzata. Ma anche rispetto al volontariato si rilevano delle differenze tra questi ceti sociali di circa 10 punti percentuali (36% vs 26,6%).

La vita sociale con amici e la vita sociale in ambienti organizzati è più accentuata nelle classi più alte: ad esempio, ogni giorno il 30% dei senior in questa fascia sociale dice di incontrare amici a fronte dell'11% nelle fasce sociali più basse, che peraltro nel 43,3% dei casi esprimono il desiderio di poter frequentare di più gli amici.

Anche nel considerare i **Rapporti tra Generazioni**, le differenze in base all'appartenenza sociale sono rilevanti per quasi tutti gli aspetti indagati: la misura in cui le differenze tra generazioni sono considerate un elemento di ricchezza, l'ottimismo sulla possibilità che vi sia una effettiva realizzazione di un buon rapporto tra generazioni, l'attribuzione di responsabilità sul valorizzare le differenze generazionali, il dubbio sul livello di “egoismo” della generazione baby boomer verso le generazioni più giovani, l'aiuto finanziario dato ai giovani.

In generale, le differenze segnalano una maggiore attenzione dei senior dei ceti sociali più alti alla valorizzazione delle diversità tra generazioni.

Ad esempio, i senior delle classi più alte attribuiscono al buon rapporto tra generazioni un'importanza fondamentale per la società nel 43% dei casi, a fronte del 22% delle classi sociali più basse. Sono più ottimisti sulla effettiva realizzazione di un buon rapporto tra generazioni (63% vs. 41%). Sono più numerosi nell'attribuire alla propria generazione la responsabilità di valorizzare le differenze intergenerazionali (31% vs. 23-24%).

La fotografia non si discosta molto anche quando si considera la terza sfida esaminata nella Ricerca, la **Silver Ecology**, ovvero il ruolo dei senior nel condizionare la Silver Economy e nel favorire lo Sviluppo Sostenibile. Anche in questo capitolo, le differenze in base alla classe socio – economica di appartenenza, su alcuni aspetti raggiungono e superano i 20 punti percentuali e in generale sono quasi sempre marcate.



Ad esempio, la convinzione che gli over 60 abbiano un peso rilevante nell'influenzare l'economia e le politiche attuali è "molto" o "abbastanza" condivisa dal 68% dei senior delle classi più elevate, a fronte del 47% dei senior delle classi meno abbienti.

Ulteriore esempio: "il risparmio energetico nelle spese per la manutenzione o il rinnovo della propria casa" ha avuto "molta" o "abbastanza" attenzione dall'86% dei senior della classe più alta e invece il 65% dei senior della classe sociale più bassa.

O ancora: l'attenzione all'impatto sull'ambiente dei propri consumi alimentari risulta "molto" elevata tra i 60-75enni delle classi sociali alte (il 41% risulta molto attento a questo aspetto), mentre analogo livello di attenzione è dato solo dal 16% dei coetanei delle classi sociali più basse

Un divario altrettanto significativo in base alla classe sociale di appartenenza riguarda l'attenzione all'impatto dei propri investimenti sull'ambiente: in questo caso, se il 67% dei senior delle classi sociali più alte presta "molta" o "abbastanza" attenzione a questo aspetto, lo fa altrettanto solo il 44% delle classi sociali più basse.

Infine, tra le priorità per l'Italia la richiesta di rafforzare il sistema sanitario nazionale - che come s'è visto raccoglie un'ampia condivisione - è particolarmente sentita dalle classi medie e alte (lo indica al primo posto tra le priorità il 34% di tali classi), a fronte del 24% che si esprime analogamente tra i senior delle classi sociali più basse.

Viceversa, la richiesta di aumentare il valore delle pensioni risulta, forse prevedibilmente, particolarmente sentita dai ceti sociali più bassi (il 22% la colloca al primo posto tra le priorità a fronte dell'8% delle classi sociali più elevate).

In base a queste evidenze, non vi è quindi alcun dubbio sul fatto che **le nuove sfide poste oggi ai senior possono essere vinte solo aumentando il livello di consapevolezza su questi aspetti tra i sessantenni e i settantenni delle classi sociali meno abbienti.**

## **Età, genere e livello di istruzione pesano?**

Con riferimento al **genere**, le donne si distinguono soprattutto perché si dedicano molto più degli uomini (quasi 20 punti percentuali in più) alla lettura di libri e giornali e all'intrattenimento televisivo, ma sono anche più dedite al prendersi cura di figli e nipoti.

Quando fanno acquisti, sono più attente degli uomini a qualità, prezzo ed effetti sulla salute e ritengono più dei coetanei maschi di poter aver un'influenza sulla sostenibilità quando fanno acquisti di cibi e bevande. Su questo fronte degli acquisti alimentari, ben il 92% delle donne senior sono molto o abbastanza attente all'impatto dell'alimentazione sulla salute e sull'ambiente.

Con riferimento all'**età**, si può notare qualche differenza tra i sessantenni e i settantenni (si ricorda che nella Ricerca sono state intervistate persone tra i 60 e i 75 anni).

In particolare, i settantenni e le settantenni si dedicano a fare i nonni e all'attività di lettura in misura maggiore dei sessantenni, hanno una vita sociale con i membri della propria famiglia più intensa (il 31% li frequenta ogni giorno), sono più ottimisti sulla possibilità che si realizzi un rapporto intergenerazionale positivo, sono più attenti agli aspetti di qualità prezzo e salute quando fanno acquisti, ritengono di avere un'influenza sulla sostenibilità quando fanno acquisti e investimenti per la casa più di quanto non ritengano di averne i sessantenni, sono in numero maggiore dei sessantenni molto attenti agli effetti sull'ambiente dei propri consumi alimentari.

Viceversa, sono più numerosi i 60-65enni che svolgono attività lavorative remunerate (più del 40% rispetto al 10% dei settantenni) e che desidererebbero aumentare il loro impegno nel trasferire le competenze acquisite alle generazioni più giovani. Anche il dedicarsi ad attività di volontariato decresce all'avanzare dell'età. Inoltre, i 60-65enni ritengono di poter favorire la sostenibilità quando fanno scelte su come muoversi, più di quanto non pensino i settantenni, e intendono dedicare un'attenzione maggiore all'impatto sulla sostenibilità quando programmano viaggi.

In generale, al crescere del **livello di istruzione** cresce l'importanza attribuita alla vita attiva e alla valorizzazione delle differenze tra generazioni.

I senior laureati hanno maggiore frequentazione di ambienti organizzati, gruppi e associazioni; in percentuale maggiore considerano importante un buon rapporto intergenerazionale tanto per la propria vita personale, quanto per la società; sono più ottimisti dei senior con basso livello di istruzione sulla effettiva realizzazione di buoni rapporti tra generazioni; desiderano (così come i diplomati) trasmettere le loro competenze ai più giovani in misura più decisa di quanto fanno le persone meno istruite; sono più attenti all'impatto delle loro scelte, soprattutto in materia di mobilità quotidiana o di spese per la casa, sulla sostenibilità. Nel caso dell'attenzione al risparmio energetico, la differenza in base al livello di istruzione raggiunge i 15 punti percentuali.

I senior con più bassi livelli di istruzione, dal canto loro, si dedicano di più al prendersi cura di figli e nipoti, hanno la percezione di contribuire allo sviluppo sostenibile meno di quanto non ritengono di farlo i coetanei più istruiti, sono percentualmente più numerosi nel chiedere – a proposito delle priorità per l'Italia – un aumento del valore delle pensioni.

# **ALLEGATI**

**Nota metodologica**

**Questionario**

## Nota metodologica

*A cura di Cosimo Finzi – AstraRicerche*

Prima dell'avvio delle interviste il questionario è stato validato per verificarne la completa corretta comprensibilità, la non ambiguità di domande o items, la coerenza del flusso, la correttezza dei filtri (basi) delle domande, la completezza e correttezza degli items proposti. È stato, inoltre, verificato che il questionario non inducesse o favorisse talune risposte e non potesse, in modo diretto o indiretto, causare nocimento all'intervistato; infine, è stato verificato che non ci fosse alcuna pressione di tipo commerciale verso l'intervistato.

Gli intervistatori telefonici sono stati opportunamente selezionati e formati per la specifica indagine. La piattaforma per il questionario on line è stata ottimizzata per essere massimamente user friendly (punteggi superiori a 98 su 100 per tutti gli indicatori più usati nel settore) sia in termini di velocità di presentazione delle domande/cambio schermata, sia in termini di facilità di lettura e di click/touch sulle risposte (anche tenendo conto del particolare target di età).

Il campione è stato costruito con quote per genere sessuale, fascia di età, area geografica e titolo di studio secondo i dati ISTAT 2023. Sono stati rispettati gli standard di settore che prevedono la non intervistabilità nel breve periodo di uno stesso soggetto, nonché le regole sulla 'privacy' (GDPR in primis).

Per la parte di interviste somministrate on line sono stati effettuati controlli di qualità sul tempo di risposta e sulla coerenza delle risposte. Per la parte di interviste telefoniche i controlli hanno riguardato la coerenza delle risposte.

Per entrambi i canali di intervista la piattaforma AstraRicerche ha impedito all'intervistato di evitare di rispondere a una o più domande; è stata ampiamente utilizzata la tecnica della presentazione degli item in ordine casuale per evitare che un ordine prestabilito inducesse un bias nelle risposte complessive del campione.

# Questionario

## Domande

### Sezione "Invecchiamento attivo"

d1

Parliamo di vita attiva delle persone oltre i 60 anni: lavoro, volontariato, attività fisica, aiuti familiari, ecc.

Quanto è importante essere attivi per la vita delle persone oltre i 60 anni?

molto	abbastanza	così così	poco	per niente
-------	------------	-----------	------	------------

d2

Quanto condivide la seguente affermazione in merito alla vita attiva come appena descritta?

“La qualità della vita delle persone oltre i 60 anni e il loro contributo alla società passa innanzitutto da una vita attiva in senso lato e da una partecipazione alla vita sociale”

molto	abbastanza	così così	poco	per niente
-------	------------	-----------	------	------------

d3

E in effetti ritiene che oggi in generale le persone oltre i 60 anni in Italia facciano una vita attiva?

molto	abbastanza	così così	poco	per niente
-------	------------	-----------	------	------------

d4

Rispetto alla generazione precedente alla Sua, ritiene che le persone oltre i 60 anni facciano una vita...

- molto meno attiva
- un po' meno attiva
- come la precedente generazione
- un po' più attiva
- molto più attiva

d5

E Lei personalmente quanto direbbe oggi di condurre una vita attiva?

molto	abbastanza	così così	poco	per niente
-------	------------	-----------	------	------------

d6

---

A quali attività oggi Lei si dedica maggiormente?

*Risposta a ciascuna attività da 1 a 5 come intensità.*

molto	abbastanza	così così	poco	per niente	non si applica
-------	------------	-----------	------	------------	----------------

- ✓ lavoro remunerato
- ✓ aiuto familiare / domestico, cura di altri della famiglia
- ✓ avere un rapporto continuativo e intenso con i nipoti, con i più piccoli nella famiglia
- ✓ volontariato in generale
- ✓ volontariato a favore di giovani non della famiglia
- ✓ sport ed esercizio fisico
- ✓ turismo, viaggi
- ✓ attività culturali (mostre, musei, cinema, teatro, concerti, ecc.)
- ✓ bricolage, fai da te, giardinaggio
- ✓ lettura di libri, giornali, media in generale
- ✓ giochi da tavolo o videogiochi
- ✓ musica (suonare strumenti, cantare)
- ✓ ballo, danza
- ✓ fotografia o video
- ✓ collezionismo

d7

---

Quanto frequentemente Lei fa vita sociale, ha rapporti con altre persone?

- varie volte nel corso di ogni giorno
  - una volta al giorno, ogni giorno
  - 4-6 giorni nel corso della settimana
  - 2-3 giorni alla settimana
  - 1 giorno alla settimana
  - qualche volta al mese
  - raramente, quasi mai
  - mai
- 
- ✓ con amici
  - ✓ con familiari non conviventi
  - ✓ in gruppi e organizzazioni lavorative o associative

d8

---

Sempre pensando a Lei, quali fra le attività appena valutate Le piacerebbe iniziare a fare/fare maggiormente nei prossimi anni rispetto a oggi?

- items di d4
- vedersi, stare con amici
- vedersi, stare con familiari non conviventi
- frequentare gruppi e organizzazioni lavorative e associative

### Sezione “Rapporti tra generazioni”

d9

---

Quanto condivide la seguente affermazione?

“Le differenze di esperienze e di valori tra ‘baby boomers’ (le persone nate nel dopoguerra e nei successivi anni di ricostruzione e crescita economica, tra il 1946 e il 1964) e generazioni più giovani sono un elemento di ricchezza da valorizzare in tutti gli ambienti lavorativi, associativi, familiari”

molto	abbastanza	così così	poco	per niente
-------	------------	-----------	------	------------

d10

---

Qual è l'importanza che attribuisce – per la società e per la Sua vita personale – a un buon rapporto tra la Sua generazione e le generazioni più giovani?

- essenziale, fondamentale
  - importante
  - apprezzabile, facilitante una serie di aspetti e di situazioni
  - indifferente, irrilevante
  - negativo, controproducente
- 
- ✓ per la società
  - ✓ per la mia vita personale

d11

---

Rispetto alla effettiva realizzazione di un buon rapporto tra la Sua generazione e le generazioni più giovani, Lei dove si colloca tra le due affermazioni proposte? È orientato più o meno marcatamente verso la prima affermazione (<<, <) oppure verso la seconda (>, >>)?

- << Ritengo altamente possibile, ben realizzabile un buon rapporto
- <
- = Mi colloco in una posizione intermedia

- >
- >> Non lo credo realizzabile, ritengo sia normale e inevitabile il conflitto tra generazioni

#### d12

---

Quale delle seguenti affermazioni più rappresenta il Suo pensiero?

Nella ricerca di un buon rapporto tra la Sua generazione e le generazioni più giovani, la responsabilità di questo rapporto, il carico e l'impegno investiti....

- ricadono prevalentemente sulla Sua generazione
- sono equamente distribuiti, ricadono in pari misura tra la mia generazione e generazioni più giovani
- ricadono prevalentemente sulle generazioni più giovani

#### d13

---

Ritiene che i baby boomers (i nati tra il 1946 e il 1964) siano – come alcuni accusano – poco attenti alla giustizia tra generazioni ed egoisti verso le generazioni più giovani (con riferimento ad esempio allo sfruttamento dell'ambiente, al lavoro, alla spesa pubblica per pensioni, ecc.)?

molto	abbastanza	così così	poco	per niente
-------	------------	-----------	------	------------

#### d14

---

In che modo Lei contribuisce a valorizzare il rapporto tra generazioni negli ambienti lavorativi, associativi, familiari, in cui opera?

Lo indichi con un voto da 1 a 10, dove 1 significa che non lo fa affatto e 10 che lo fa spesso e intensamente.

- ✓ mi prendo cura di figli e nipoti
- ✓ aiuto finanziariamente giovani non della mia famiglia
- ✓ insegno il mio 'saper fare', trasmetto le mie competenze
- ✓ cerco di attribuire responsabilità e potere decisionale ai più giovani quando svolgo attività con loro
- ✓ non impongo la mia visione delle cose, le mie abitudini, il mio stile di vita
- ✓ aiuto e sollecito i più giovani a far emergere le loro idee, abitudini, stili di vita

#### d15

---

Cosa desidererebbe ancor di più fare per migliorare il rapporto tra la generazione dei baby boomers e le generazioni più giovani?

Indichi fino a due risposte, eventualmente ripetendo quelle che ha già dato se vorrebbe farlo in modo più frequente o intenso



- ✓ items di domanda 14

**Sezione “Consapevolezza della Silver Economy e del ruolo dei senior nello sviluppo sostenibile” oppure in breve Sezione “Silver Ecology”**

d16

Quanto condivide le seguenti affermazioni ?

“I senior, le persone oltre i 60 anni contribuiscono in modo rilevante, fondamentale all’economia attuale attraverso ...

molto	abbastanza	così così	poco	per niente
-------	------------	-----------	------	------------

- ✓ acquisti, spese  
✓ investimenti finanziari (azioni, obbligazioni, fondi, ...)

d17

“In particolare, con la loro consapevolezza e con le loro scelte da consumatori, le persone oltre i 60 anni **possono contribuire** in modo rilevante, fondamentale a favorire lo sviluppo sostenibile (cioè uno sviluppo in grado di assicurare «il soddisfacimento dei bisogni della generazione presente senza compromettere la possibilità delle generazioni future di realizzare i propri”).

molto	abbastanza	così così	poco	per niente
-------	------------	-----------	------	------------

d18

Condivide che oggi le scelte delle persone oltre i 60 anni quando fanno un acquisto o un investimento, o esprimono una preferenza politica, influenzano le decisioni degli operatori economici e degli attori politici?

molto	abbastanza	così così	poco	per niente
-------	------------	-----------	------	------------

d19

In Italia uno degli strumenti per misurare il benessere è il BES (Benessere Equo e Sostenibile): si tratta di un insieme di indicatori che hanno lo scopo di valutare il progresso della società non solo dal punto di vista economico, ma anche sotto l'aspetto sociale e ambientale. Il Rapporto BES, pubblicato annualmente dall'ISTAT, illustra un quadro dei principali fenomeni economici, sociali e ambientali che caratterizzano il nostro Paese.

Sa indicare uno o più fattori considerati in Italia dal BES per misurare il benessere?

- ✓ -----

*(per l'intervistatore: salute, istruzione e formazione, lavoro e conciliazione tempi di vita, benessere economico, relazioni sociali, politica e istituzioni, sicurezza, benessere*

d20

---

In generale, quando fa acquisti, in che misura presta attenzione ai seguenti aspetti?

- (per ciascuna voce prevedere un punteggio da uno a dieci: 1 per nulla attenzione, 10 massima attenzione)
- ✓ Al prezzo
- ✓ Alla qualità effettiva di cosa compro
- ✓ Alle materie prime utilizzate
- ✓ Al fatto che sia fatto in Italia
- ✓ Al Paese di Provenienza, che sia un Paese di cui mi fido
- ✓ All'impatto sull'ambiente
- ✓ All'impatto sui consumi energetici
- ✓ All'impatto sulla salute
- ✓ All'impatto sul paesaggio e sul patrimonio culturale
- ✓ Al rispetto dei lavoratori e delle leggi
- ✓ All'azienda proponente: che sia etica, sostenibile e responsabile

d21

---

Nelle spese e negli investimenti degli ultimi anni per manutenzione e rinnovo della Sua abitazione, c'è stata una attenzione verso il risparmio energetico?

molto	abbastanza	così così	poco	per niente	non si applica
-------	------------	-----------	------	------------	----------------

d22

---

Nelle Sue scelte degli ultimi anni su come muoversi (auto, moto, bicicletta, mezzo pubblico, aereo, treno, ecc.), c'è stata una attenzione verso l'impatto ambientale?

molto	abbastanza	così così	poco	per niente
-------	------------	-----------	------	------------

d23

---

Nelle Sue scelte degli ultimi anni su cosa mangiare e bere, c'è stata un'attenzione verso l'impatto sulla salute?

molto	abbastanza	così così	poco	per niente
-------	------------	-----------	------	------------

d24

---

Nelle Sue scelte degli ultimi anni su cosa mangiare e bere, c'è stata un'attenzione verso l'impatto sull'ambiente?

molto	abbastanza	così così	poco	per niente
-------	------------	-----------	------	------------

d25

---

Nelle Sue scelte degli ultimi anni sugli investimenti, c'è stata un'attenzione verso l'impatto sull'ambiente?

molto	abbastanza	così così	poco	per niente	non si applica
-------	------------	-----------	------	------------	----------------

d26

---

Quali sono i settori in cui ritiene che le Sue scelte di acquisto, di investimento e di consumo abbiano un impatto sul Benessere Equo e Sostenibile?

Lo indichi con un voto da 1 a 10, dove 1 significa che non c'è impatto positivo nelle Sue scelte e 10 che c'è un impatto fortemente positivo

- ✓ acquisti di cibo e bevande
- ✓ acquisti di abbigliamento
- ✓ acquisti e investimenti per la casa
- ✓ mobilità quotidiana (auto, moto, mezzi pubblici, ecc.)
- ✓ viaggi (aerei, treni, navi, hotel, ecc.)
- ✓ investimenti finanziari
- ✓ telefonia e comunicazioni digitali

d27

---

Lei ha intenzione di aumentare la Sua attenzione all'impatto delle Sue scelte sul Benessere Equo e Sostenibile? Per quali acquisti?

Indichi il primo e il secondo più importante

- ✓ acquisti di cibo e bevande
- ✓ acquisti di abbigliamento
- ✓ acquisti e investimenti per la casa
- ✓ mobilità quotidiana (auto, moto, mezzi pubblici, ecc.)
- ✓ viaggi (aerei, treni, navi, hotel, ecc.)
- ✓ investimenti finanziari
- ✓ telefonia e comunicazioni digitali
- ✓ nessuno/nessun altro

d28

---

Per finire, quali delle seguenti sono priorità (per importanza e urgenza) per l'Italia? Indichi solo quelle che sono davvero fondamentali per Lei

Indichi il primo e il secondo più importante

- ✓ aumentare il valore delle pensioni
- ✓ aumentare la spesa del Servizio Sanitario Nazionale con una maggiore copertura ed efficienza in termini di esami, visite, terapie
- ✓ investire nella formazione di tutti gli italiani (studenti, lavoratori e non)
- ✓ attuare delle efficaci politiche attive del lavoro per i giovani, favorire la loro occupabilità
- ✓ attuare politiche a favore delle famiglie e della creazione di nuove famiglie con figli
- ✓ diminuire la tassazione sul lavoro
- ✓ nessuno/nessun altro

## elementi di classificazione

### Genere

---

Lei è ...

- Uomo
- Donna

### Età

---

Lei è nato nel...

19 \_\_

### Area geografica

---

Elenco regioni

### Dimensione comune

---

Il comune in cui abita ha...

- meno di 10.000 abitanti
- 10.000-30.000 abitanti
- 30.000-100.000 abitanti
- 100.000-250.000 abitanti
- 250.000-500.000 abitanti
- più di 500.000 abitanti

### Scolarità

---

Qual è il Suo titolo di studio?

- Licenza elementare
- Licenza media-inferiore
- Scuola media superiore, senza aver conseguito il diploma
- Diploma media superiore
- Università, senza aver conseguito la laurea
- Laurea o superiore

### Classe sociale

---

Come definirebbe la classe sociale della Sua famiglia?

- Alta
- Medio-alta
- Media
- Medio-bassa
- Bassa
- Non so / preferisco non indicare

### Situazione familiare

---

Lei è...

- Single (non in una relazione sentimentale)
- In una relazione sentimentale ma non sposato/a
- Sposato/a (o in unione civile, patto di convivenza)

Con Lei vivono...

- Il partner/marito/moglie
- Uno o più figli suoi o del partner/marito/moglie
- Fratelli/sorelle
- Genitori (o genitori del partner)
- Altri membri della famiglia (zii, nonni, cugini, ...)
- Altre persone non della famiglia (coinquilini, ...)
- Nessuno