

Mutamenti socio-demografici ed opportunità di investimento: le differenze a livello mondiale

Fabrizio Crespi, Università di Cagliari e Università Cattolica

fabrizio.crespi@unicatt.it

<https://twitter.com/fabriziocrespi1>

www.linkedin.com/in/fabrizio-crespi-26476b175

www.contemplata.it

<https://www.facebook.com/contemplata.it>



Agenda

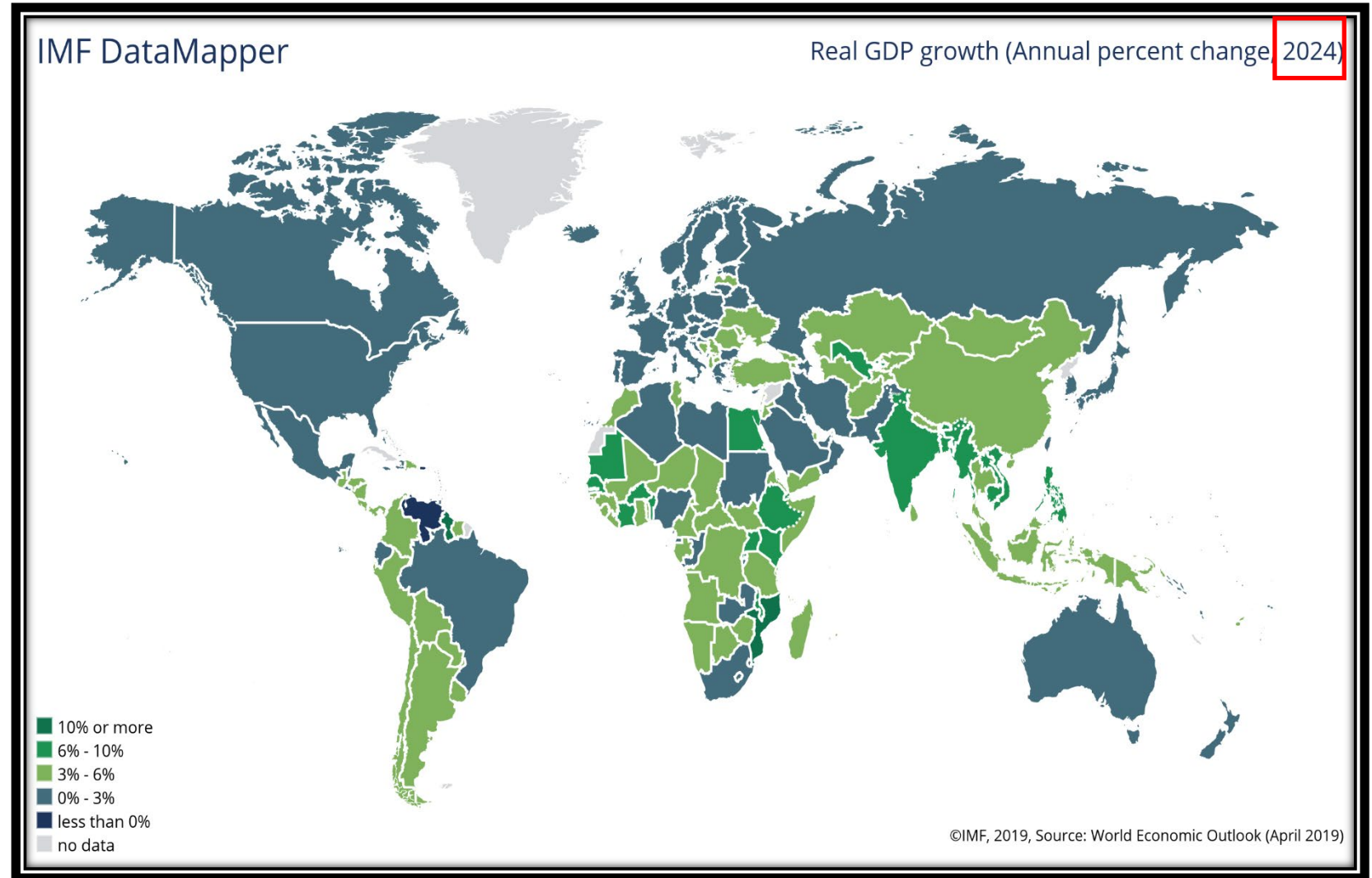
- I differenti mutamenti socio-demografici a livello mondiale
- Le opportunità di investimento nelle economie sviluppate: le potenzialità della *silver economy*



**I differenti
mutamenti socio-
demografici a
livello mondiale**

Le aspettative di crescita dell'economia

Dove sarà
la crescita?



I 4 trend demografici

Crescita



Invecchiamento



Migrazione



Urbanizzazione



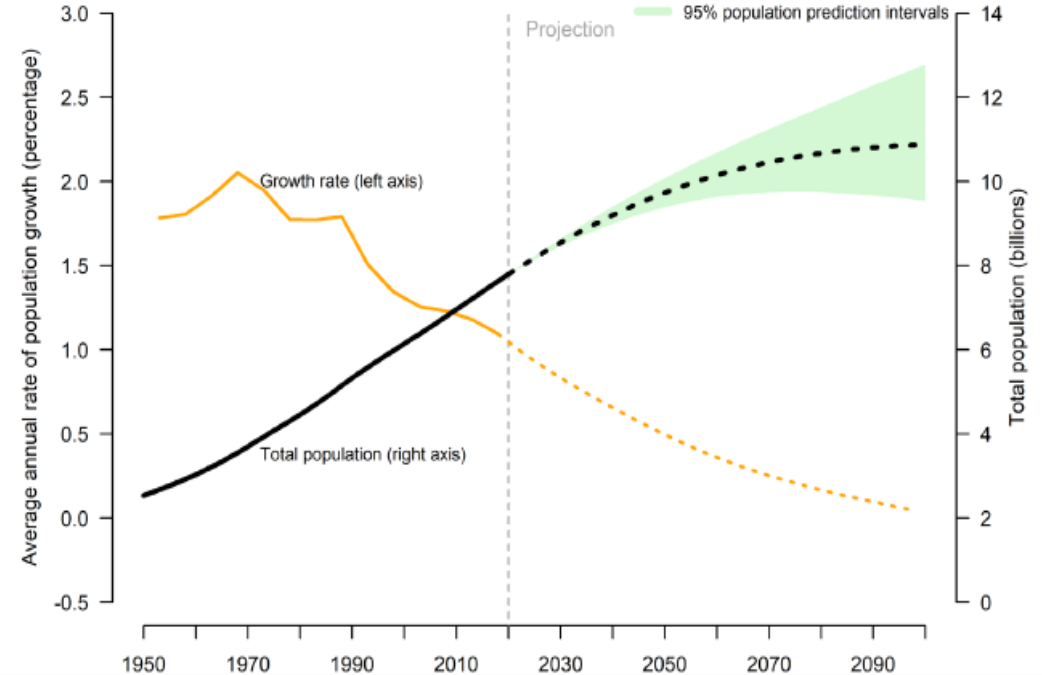
Ma le cose non sono uguali per tutti...

Da 7.7 miliardi a 10.9 miliardi



Figure 1. Population size and annual growth rate for the world: estimates, 1950-2020, and medium-variant projection with 95 per cent prediction intervals, 2020-2100

Population growth continues at the global level, but the rate of increase is slowing, and the world's population could cease to grow around the end of the century



Ma le cose non sono uguali per tutti...

La crescita dell'Africa e il declino dell'Europa (ma non degli USA)



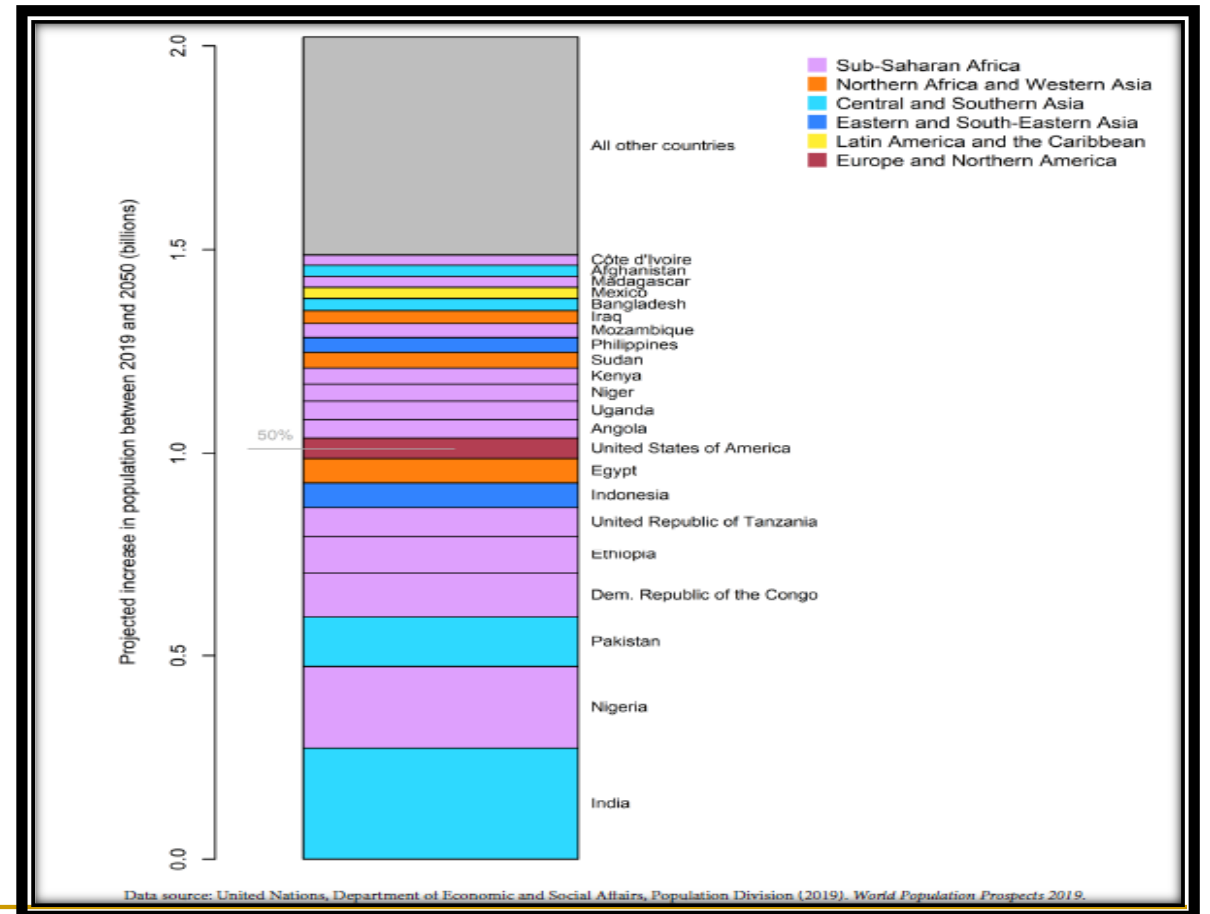
Table 1. Population of the world, SDG regions and selected groups of countries, 2019, 2030, 2050 and 2100, according to the medium-variant projection

Region	Population (millions)			
	2019	2030	2050	2100
World	7 713	8 548	9 735	10 875
Sub-Saharan Africa	1 066	1 400	2 118	3 775
Northern Africa and Western Asia	517	609	754	924
Central and Southern Asia	1 991	2 227	2 496	2 334
Eastern and South-Eastern Asia	2 335	2 427	2 411	1 967
Latin America and the Caribbean	648	706	762	680
Australia/New Zealand	30	33	38	49
Oceania*	12	15	19	26
Europe and Northern America	1 114	1 132	1 136	1 120

Ma le cose non sono uguali per tutti...



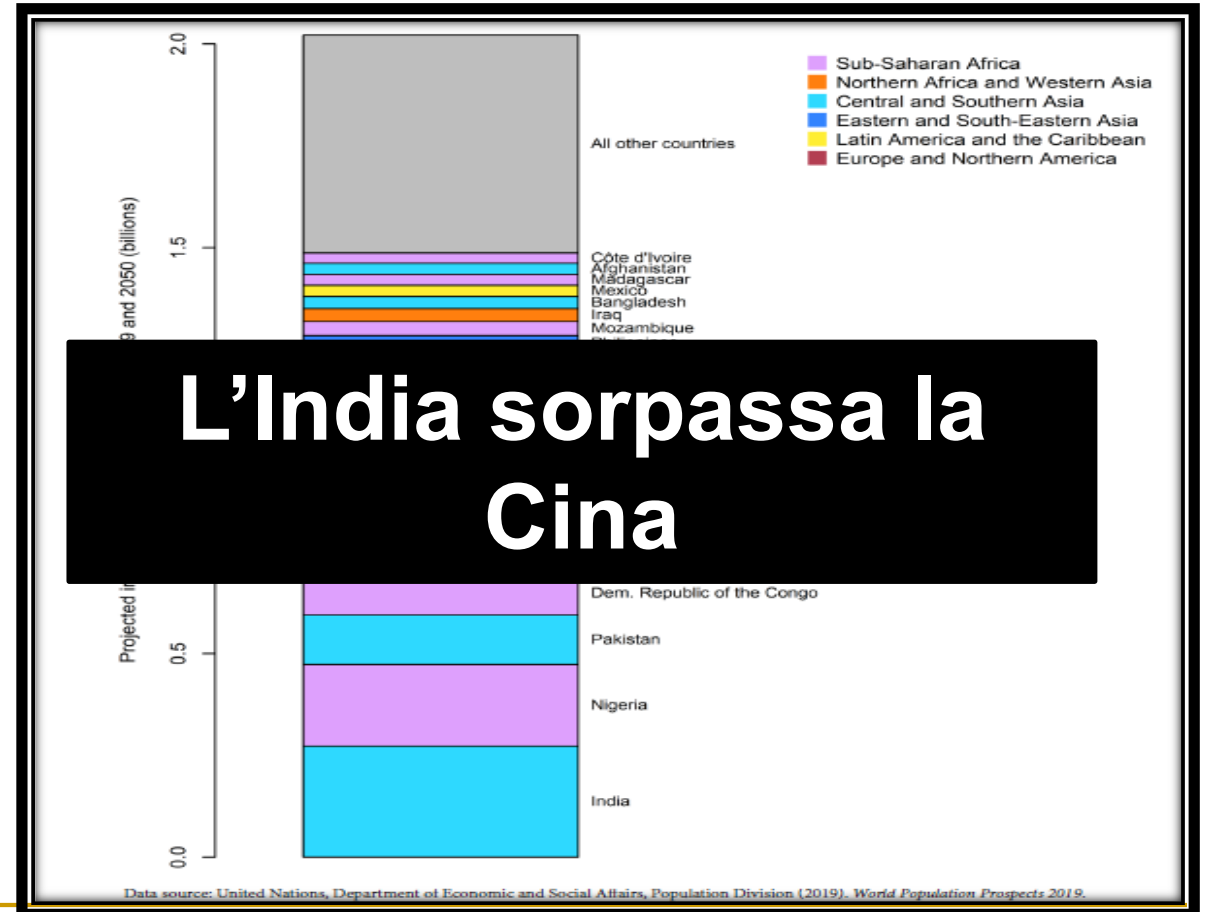
Più di metà della crescita fino al 2050
concentrata in 9 paesi



Ma le cose non sono uguali per tutti...

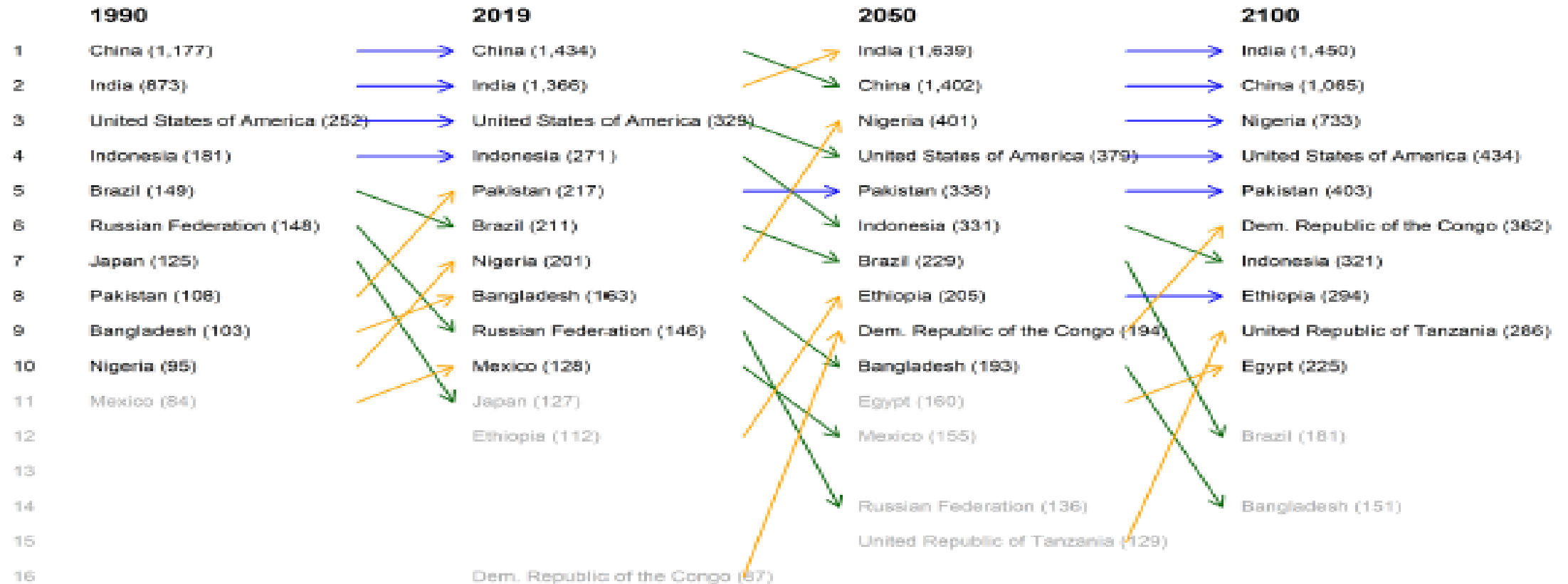


Più di metà della crescita fino al 2050
concentrata in 9 paesi



Ma le cose non sono uguali per tutti...

Figure 7. Rankings of the world's ten most populous countries, 1990 and 2019, and medium-variant projection, 2050 and 2100 (numbers in parentheses refer to total population in millions)



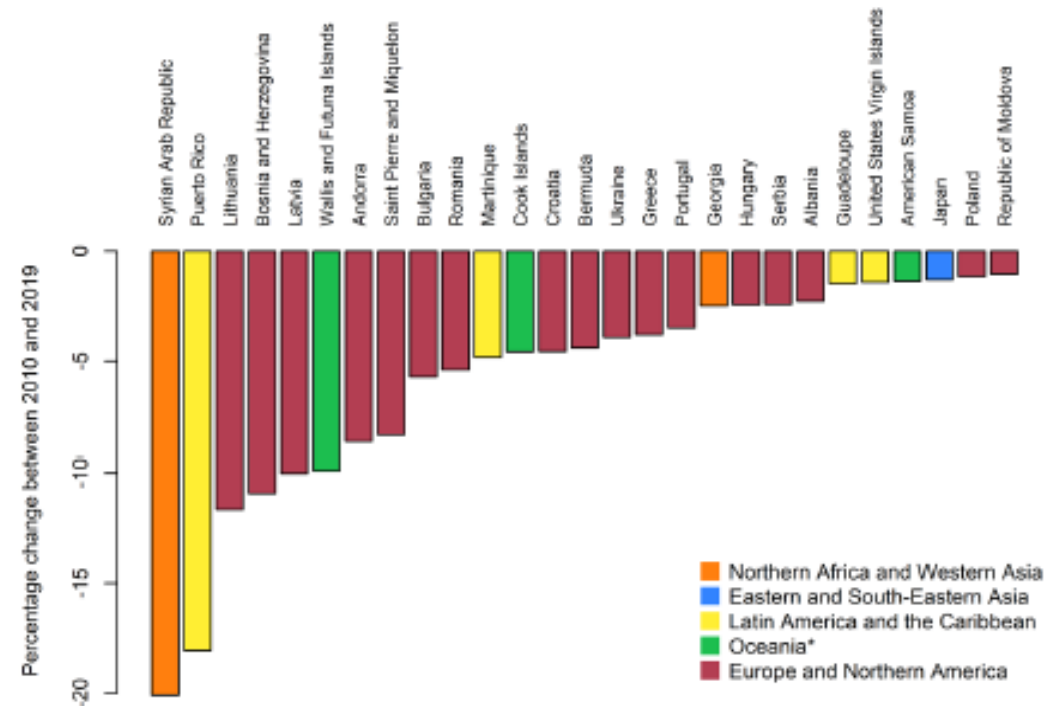
Ma le cose non sono uguali per tutti...

In 27 paesi la popolazione sta diminuendo



Figure 8. Countries and areas where population decreased by at least one per cent between 2010 and 2019

Twenty-seven countries or areas have experienced population decrease of at least one per cent since 2010



Data source: United Nations, Department of Economic and Social Affairs, Population Division (2019). *World Population Prospects 2019*.
* excluding Australia and New Zealand

Ma le cose non sono uguali per tutti...

FIGURA 1. POPOLAZIONE RESIDENTE IN ITALIA – SCENARIO MEDIANO E INTERVALLO DI CONFIDENZA AL 90%

Anni 2016-2065, 1° gennaio, dati in milioni

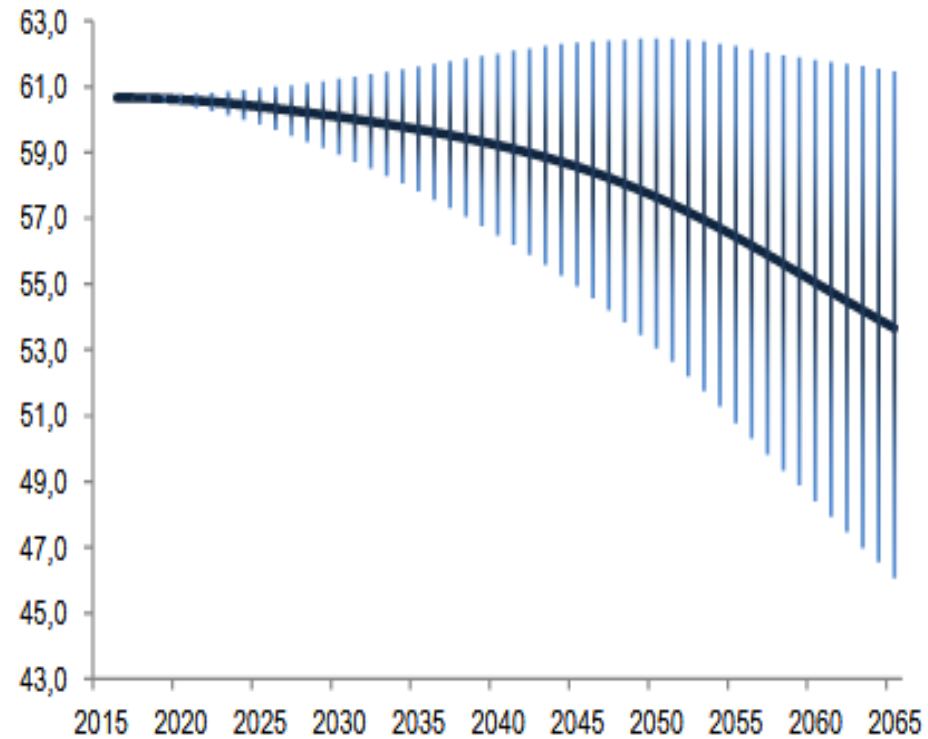
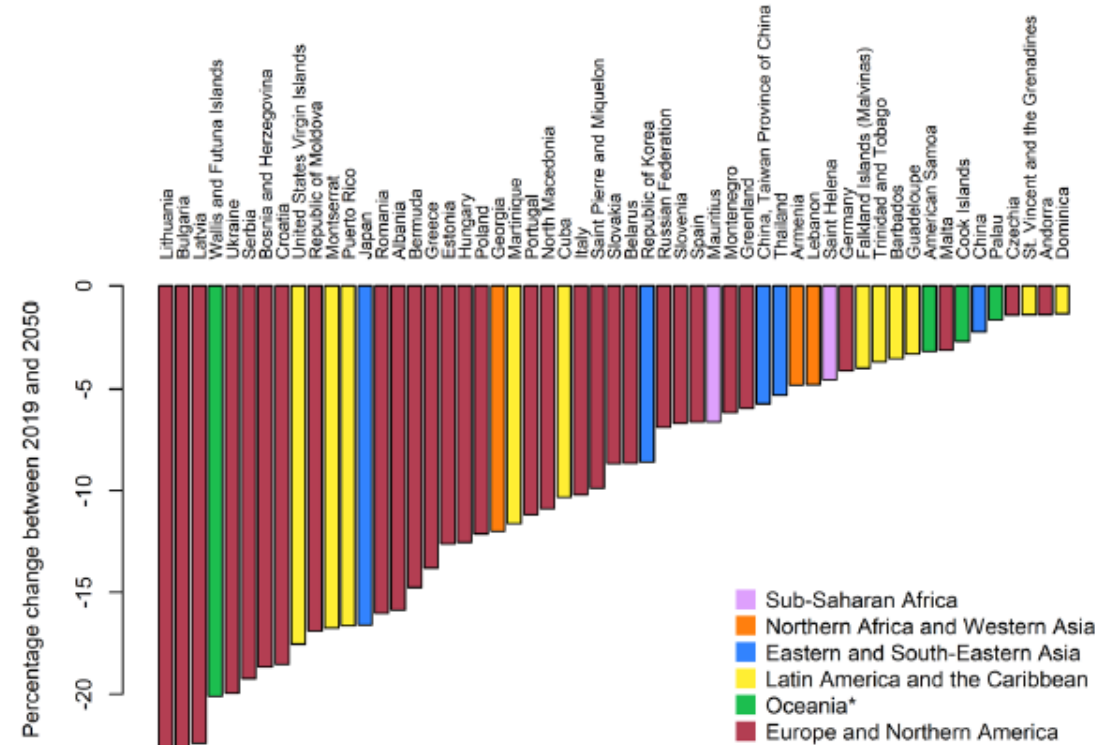


Figure 9. Countries and areas where population is projected to decrease by at least one per cent between 2019 and 2050 according to the medium-variant projection

Fifty-five countries or areas are expected to see their populations decrease by at least one per cent between 2019 and 2050



Data source: United Nations, Department of Economic and Social Affairs, Population Division (2019). *World Population Prospects 2019*. * excluding Australia and New Zealand

L'invecchiamento della popolazione



Table 2. Percentage of population aged 65 years or over for the world, SDG regions and selected groups of countries, 2019, 2030, 2050 and 2100, according to the medium-variant projection

Region	2019	2030	2050	2100
World	9.1	11.7	15.9	22.6
Sub-Saharan Africa	3.0	3.3	4.8	13.0
Northern Africa and Western Asia	5.7	7.6	12.7	22.4
Central and Southern Asia	6.0	8.0	13.1	25.7
Eastern and South-Eastern Asia	11.2	15.8	23.7	30.4
Latin America and the Caribbean	8.7	12.0	19.0	31.3
Australia/New Zealand	15.9	19.5	22.9	28.6
Oceania*	4.2	5.3	7.7	15.4
Europe and Northern America	18.0	22.1	26.1	29.3

L'invecchiamento della popolazione



Table 2. Percentage of population aged 65 years or over for the world, SDG regions and selected groups of countries, 2019, 2030, 2050 and 2100, according to the medium-variant projection

Region	2019	2030	2050	2100
World				2.6
Sub-Saharan Africa				3.0
Northern Africa and Middle East				2.4
Central Asia and Eastern Europe				5.7
Eastern Africa				0.4
Latin America and the Caribbean	8.7	12.0	19.0	31.3
Australia/New Zealand	15.9	19.5	22.9	28.6
Oceania*	4.2	5.3	7.7	15.4
Europe and Northern America	18.0	22.1	26.1	29.3

Entro il 2050 gli ultra 65 anni supereranno il numero degli adolescenti e dei giovani con età tra 15 e 24 anni

L'invecchiamento della popolazione: il dividendo demografico



- In alcuni paesi, tuttavia, la popolazione nel breve-medio termine rimarrà relativamente giovane.
- Nell’Africa subsahariana il 62% della popolazione è sotto i 25 anni nel 2019, e tale percentuale scenderà al 52% nel 2050

L'invecchiamento della popolazione: il dividendo demografico

Figure 10. Estimated and projected percentage of population under 25 years of age by SDG region, 1990-2100, according to the medium-variant projection

The share of the population under age 25 is declining in each of the eight SDG regions

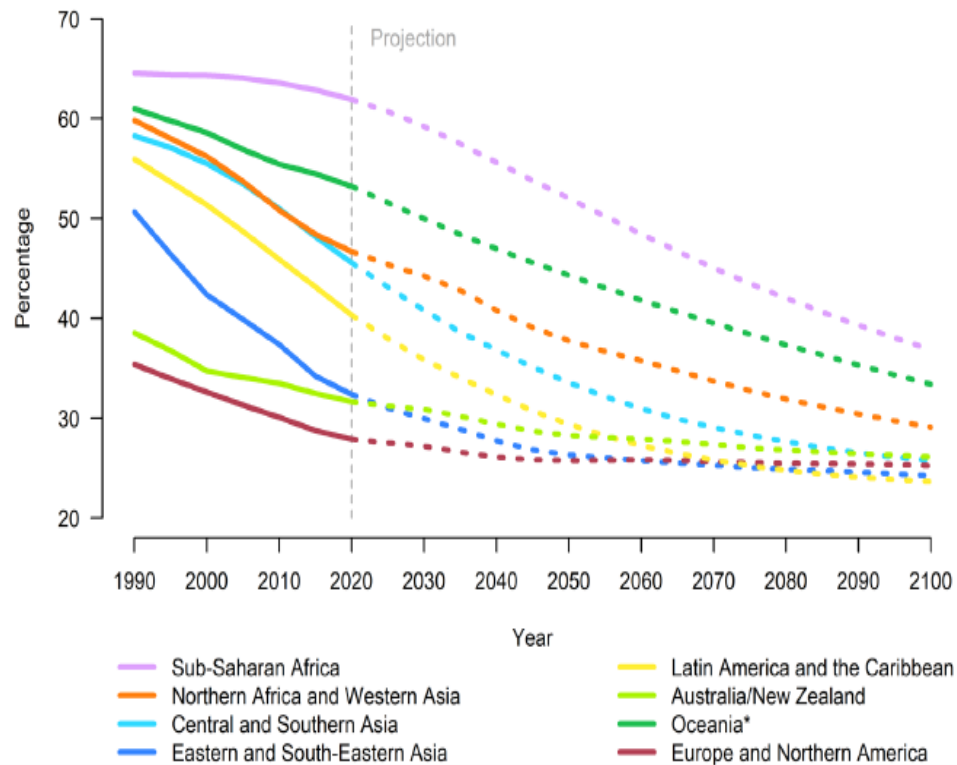
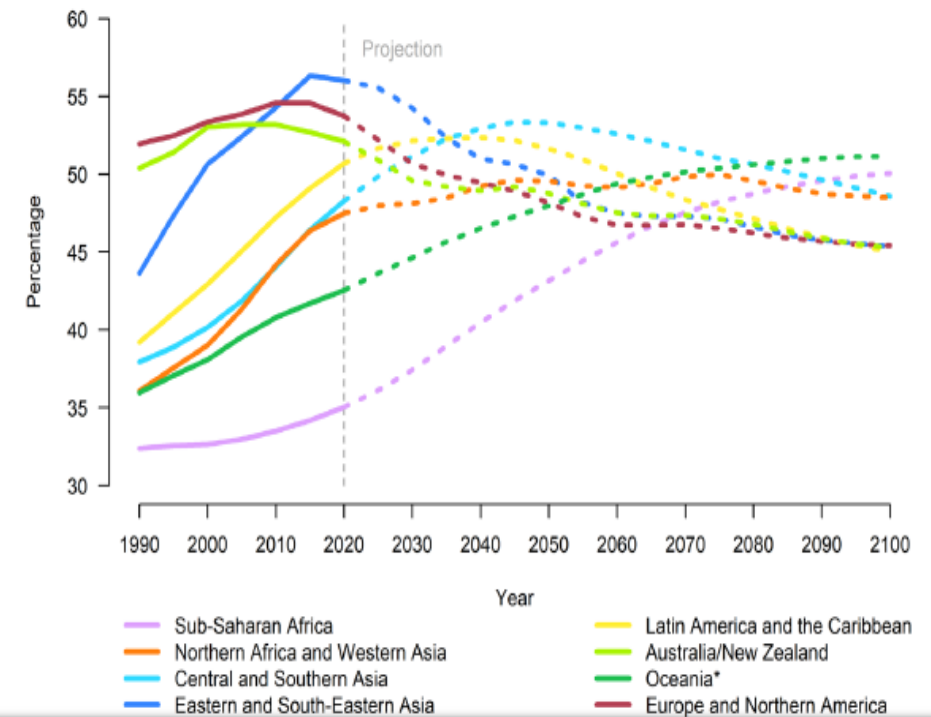
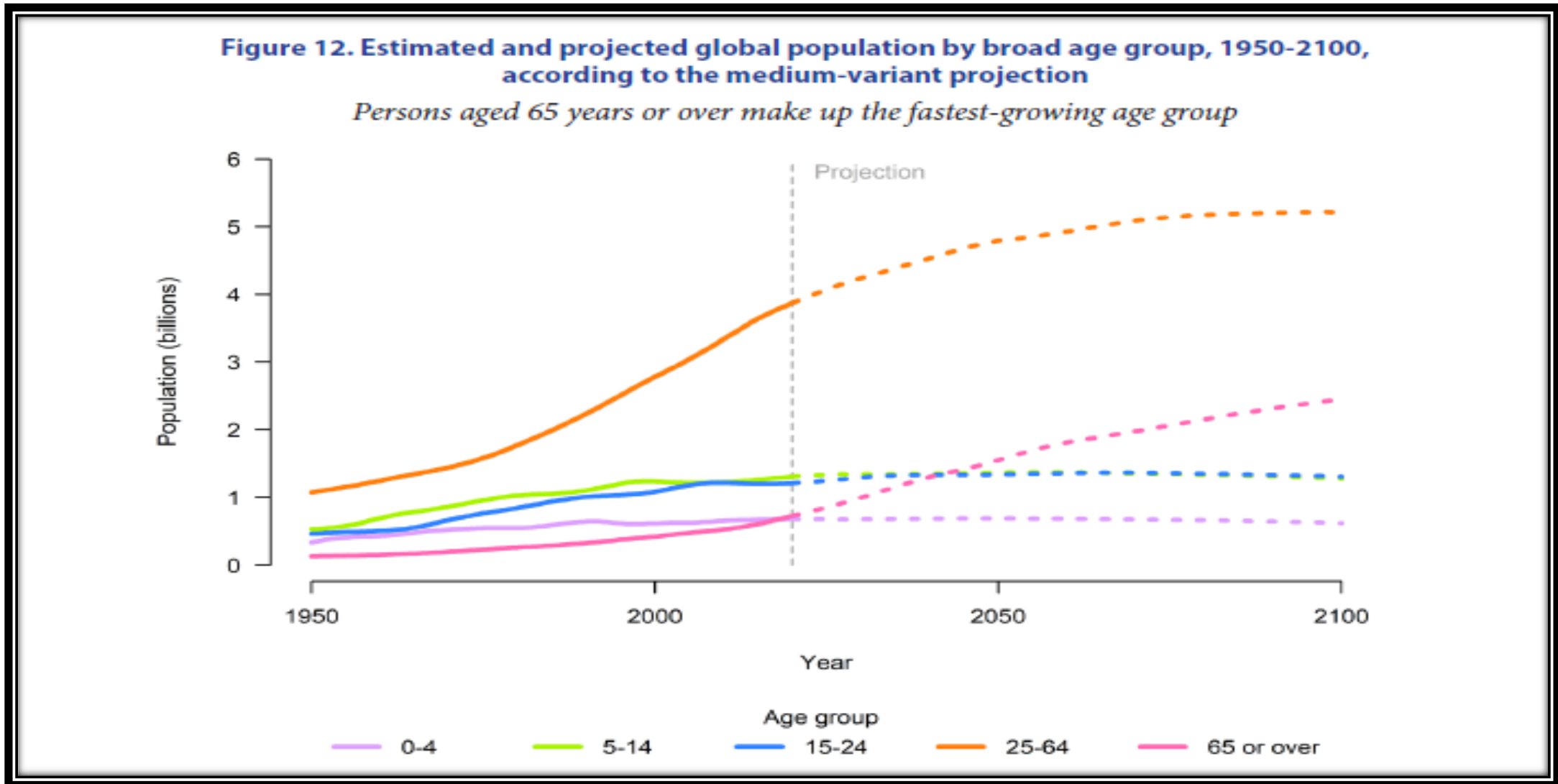


Figure 11. Estimated and projected percentage of population aged 25-64 years by SDG region, 1990-2100, according to the medium-variant projection

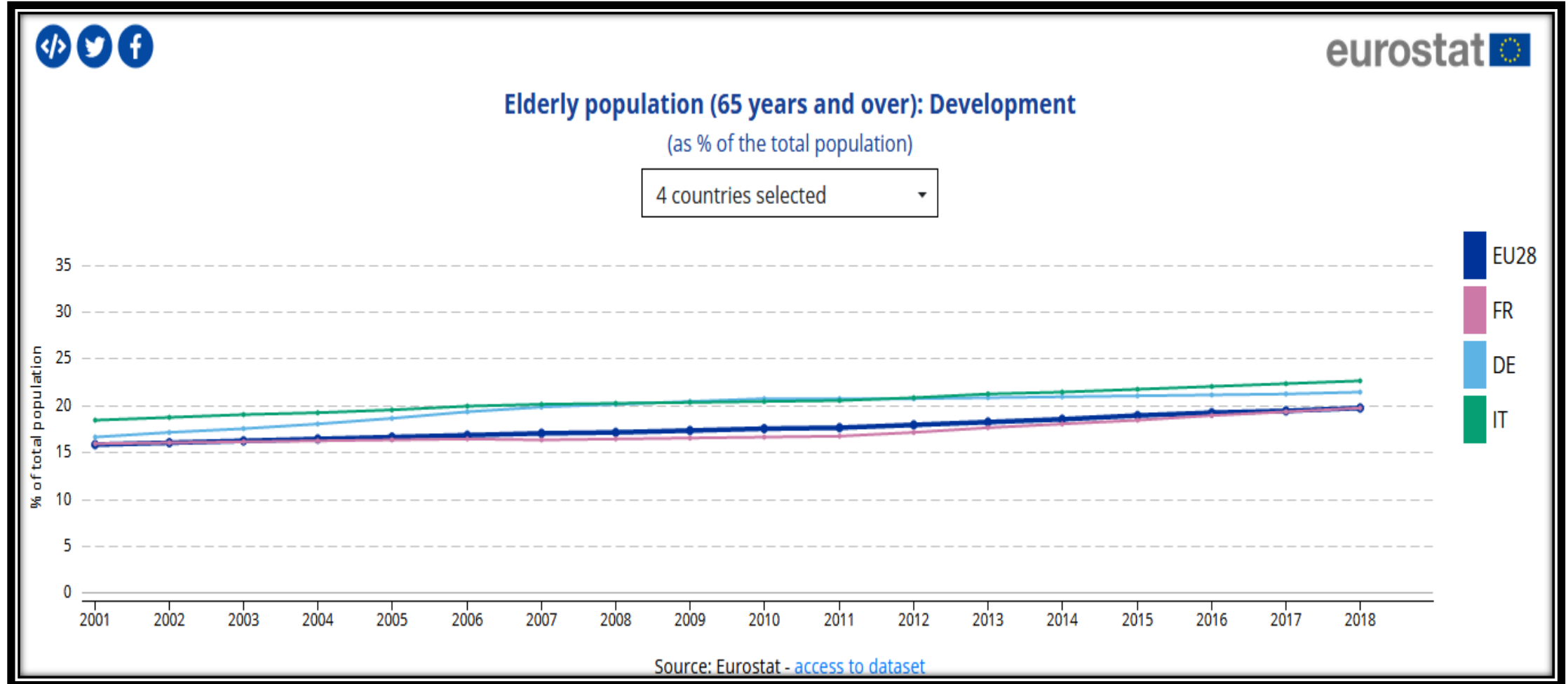
An increasing proportion of population in the working ages is presenting an opportunity for a demographic dividend in some parts of the world



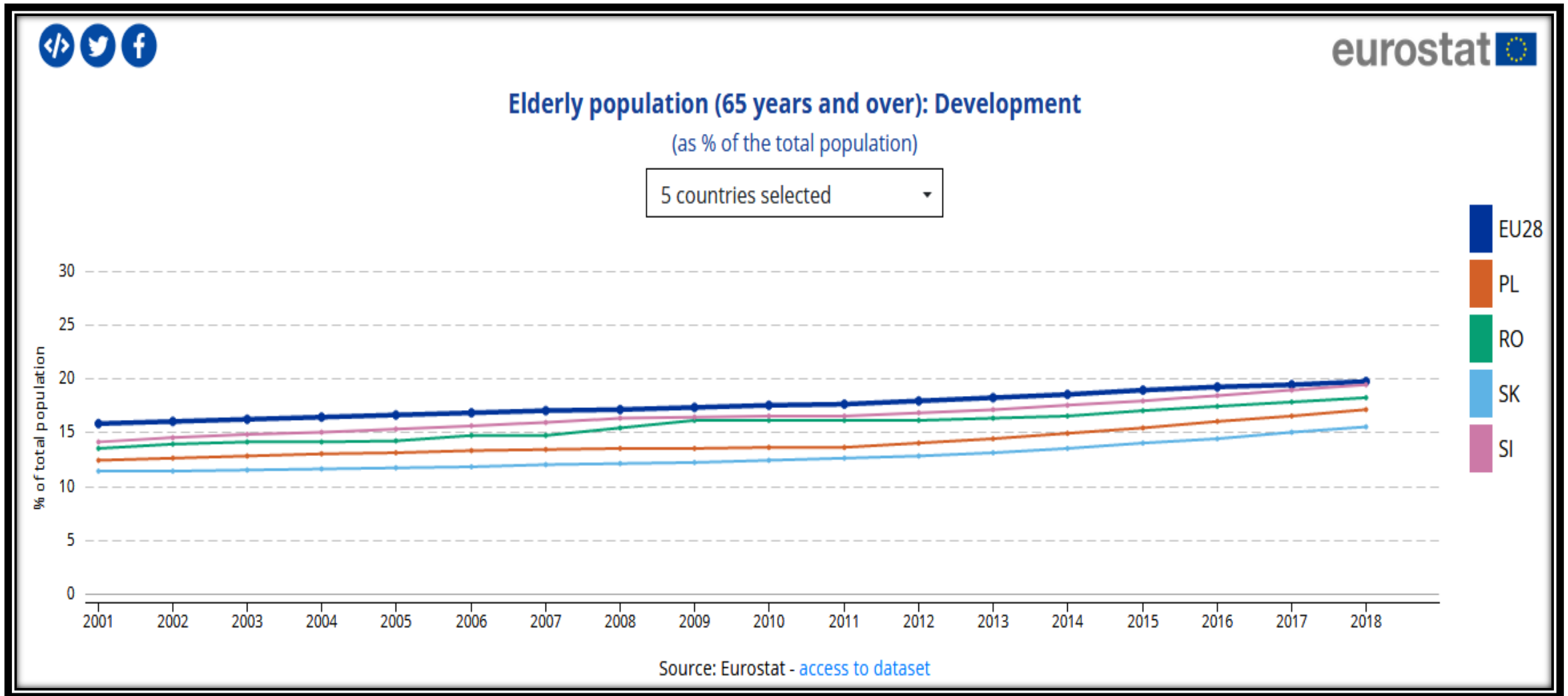
L'invecchiamento della popolazione: il dividendo demografico



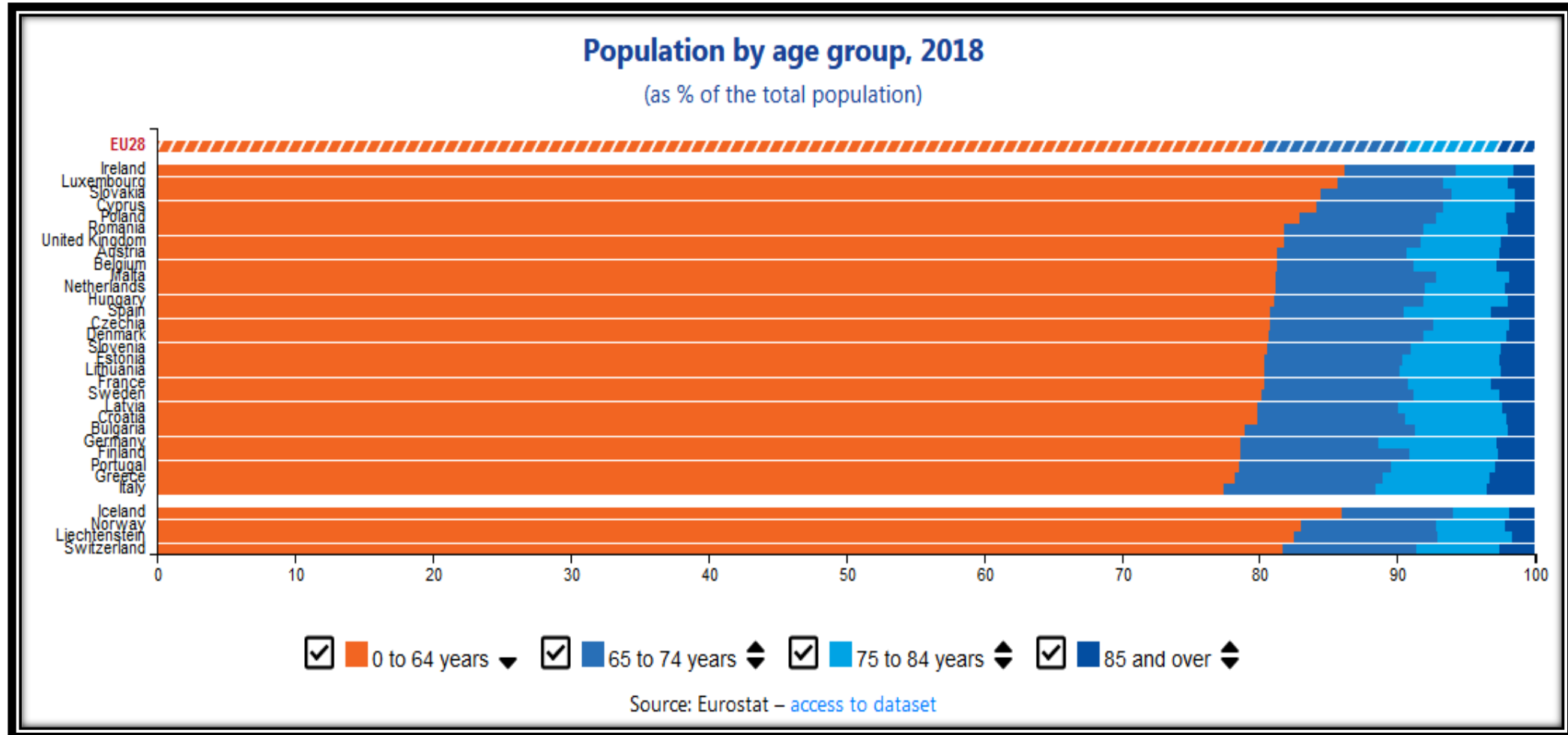
Europa ... c'è un italiano, un francese e un tedesco



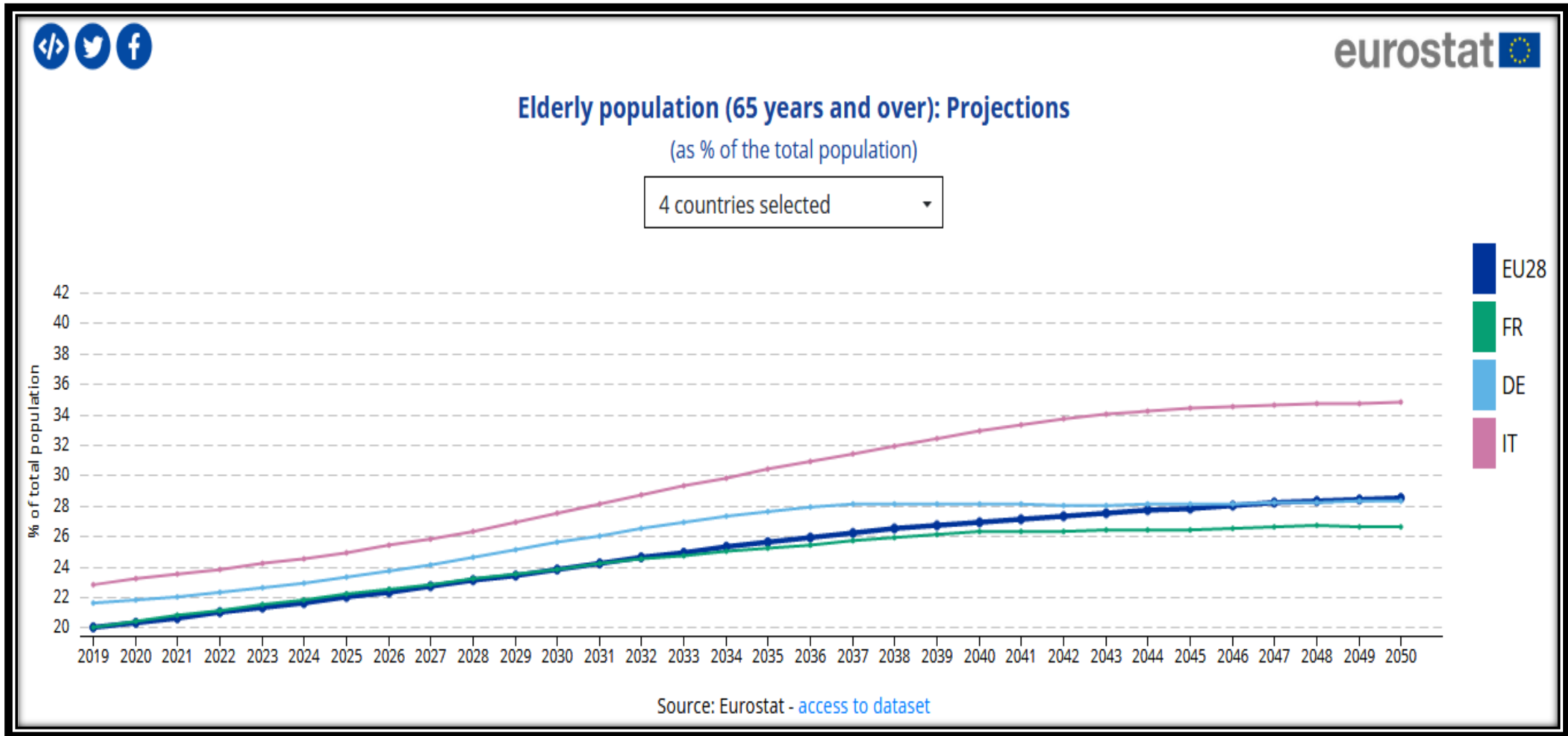
... ma c'è anche un polacco, un rumeno, uno slovacco e uno sloveno



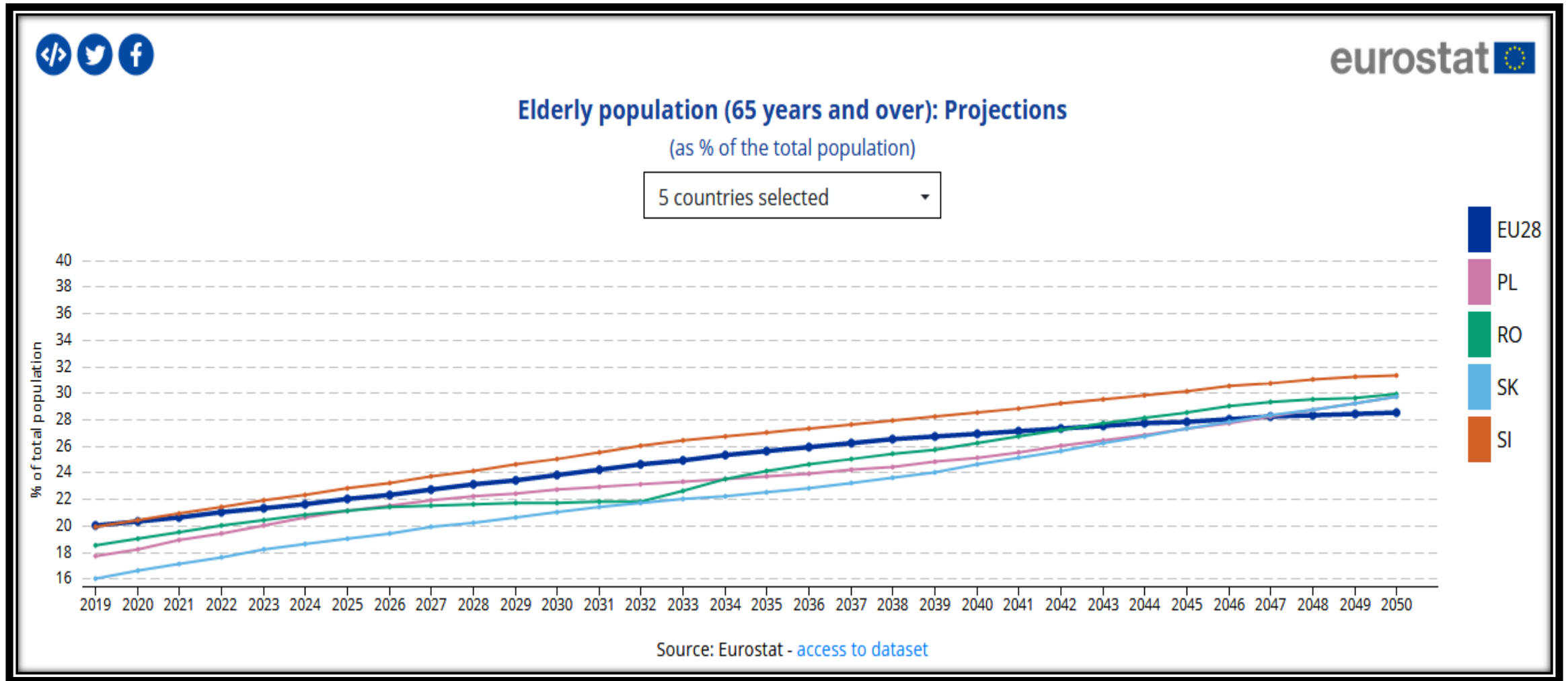
Siamo tutti vecchi? Beh... non proprio



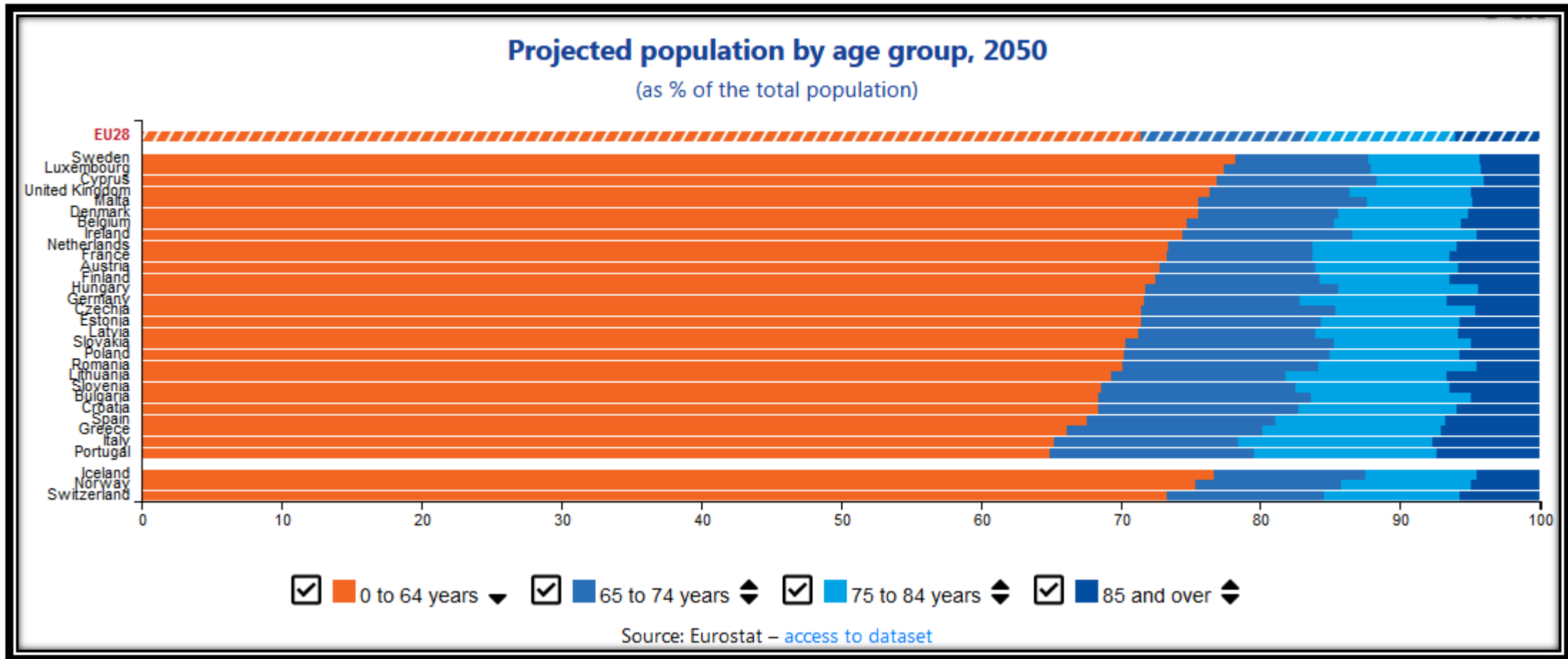
Europa ... ci sarà un italiano, un francese e un tedesco



... ma anche un polacco, un rumeno, uno slovacco e uno sloveno



Saremo tutti vecchi? Beh... un (bel) po' di più!



E in Italia?

Cent'anni e non sentirli

CENTENARI IN ITALIA AL 1° GENNAIO 2019

Istat Istituto Nazionale di Statistica

100 anni e più

14.456

84% donne | 16% uomini

105 anni e più

1.112

87% donne | 13% uomini

110 anni e più

21

100% donne

I RECORD

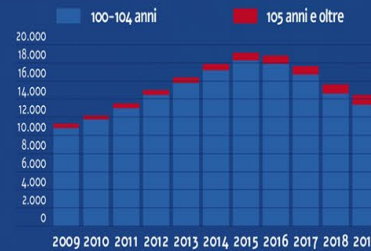
La persona vivente più vecchia d'Italia ha **113 anni**, è donna e risiede in Emilia-Romagna

Al Nord il maggior numero di centenari. In Liguria la più alta concentrazione di persone con **105 anni e più**

5.882

persone con **105 anni e più** dal 2009 al 2019

0,5% sono stranieri



L'uomo più longevo d'Italia è morto a quasi **112 anni**



La donna più longeva d'Italia è morta a **117 anni**

Come cambiano le esigenze degli italiani?

Aspettative di vita a livello mondiale

Figure 20. Estimated and projected life expectancy at birth for both sexes by SDG region, 1950-2100, according to the medium-variant projection

Considerable progress has been made towards closing the longevity differential between countries, but wide gaps remain

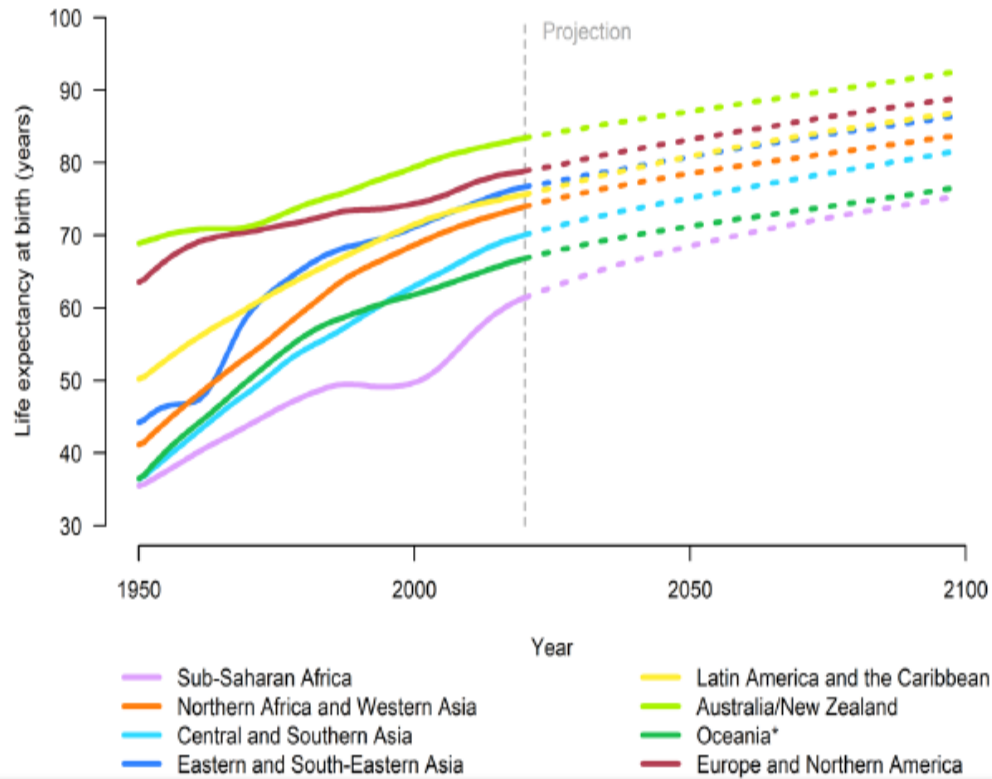
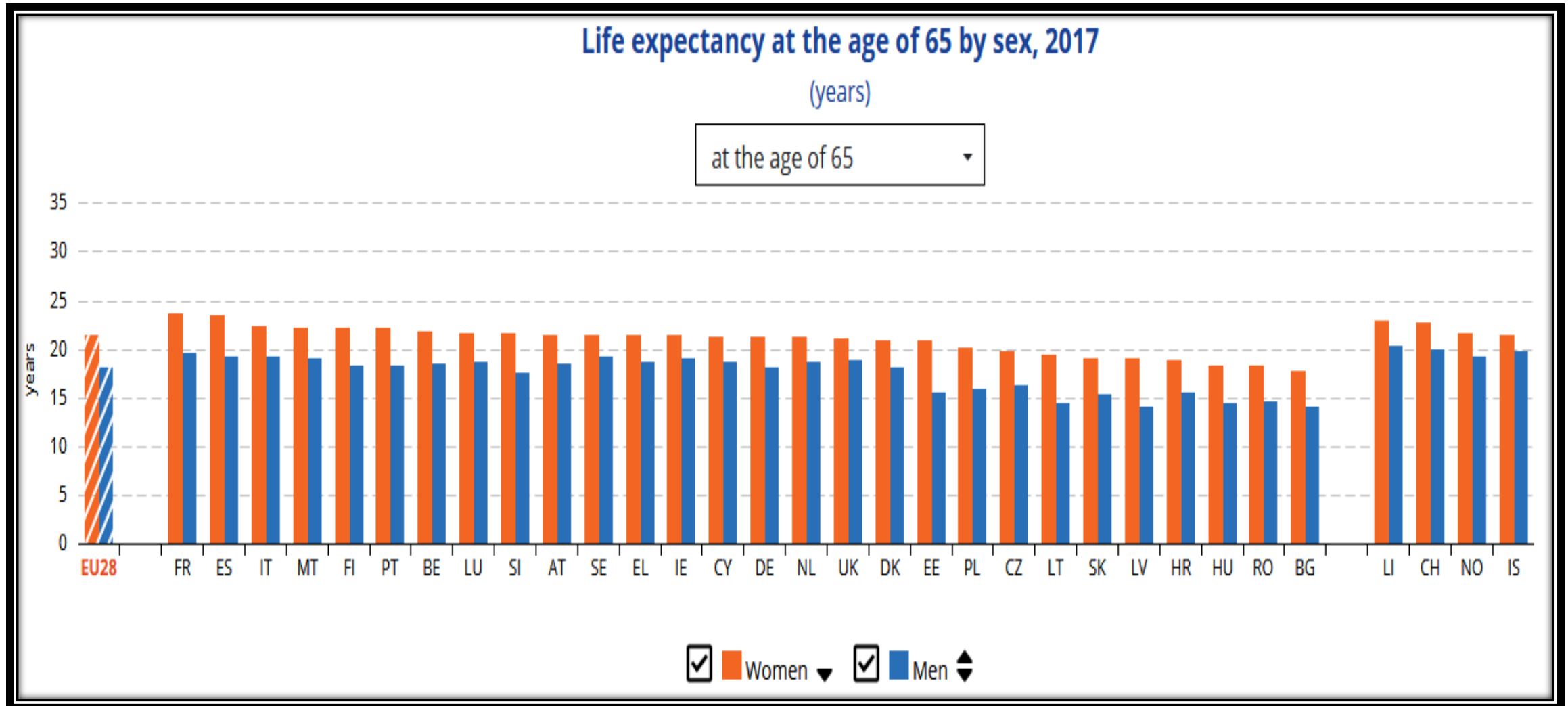


Figure 22. Estimated and projected life expectancy at age 65 years for SDG regions, 1990-1995, 2015-2020, 2045-2050, according to the medium-variant projection

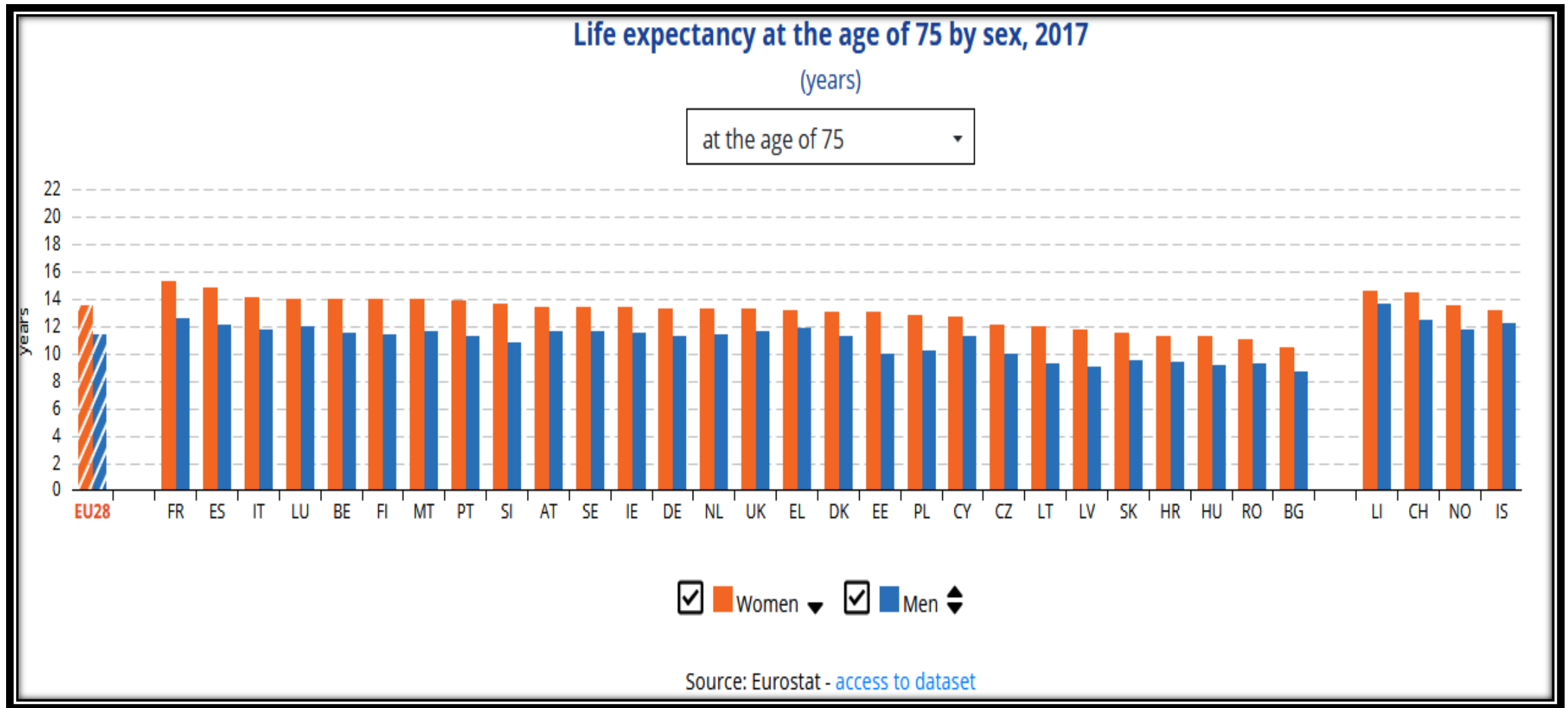
Survival after age 65 has increased for both men and women in each of the eight SDG regions



Orizzonte temporale di investimento



Orizzonte temporale di investimento



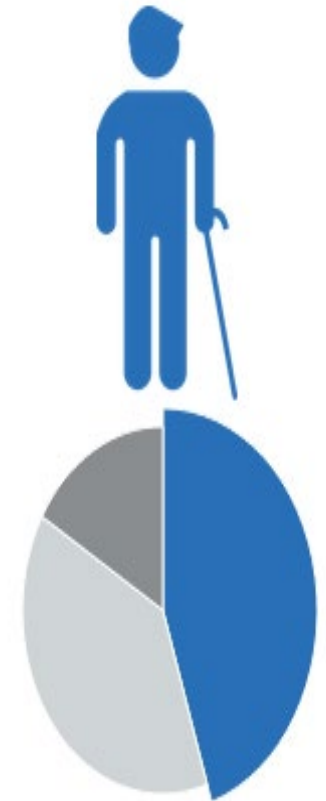
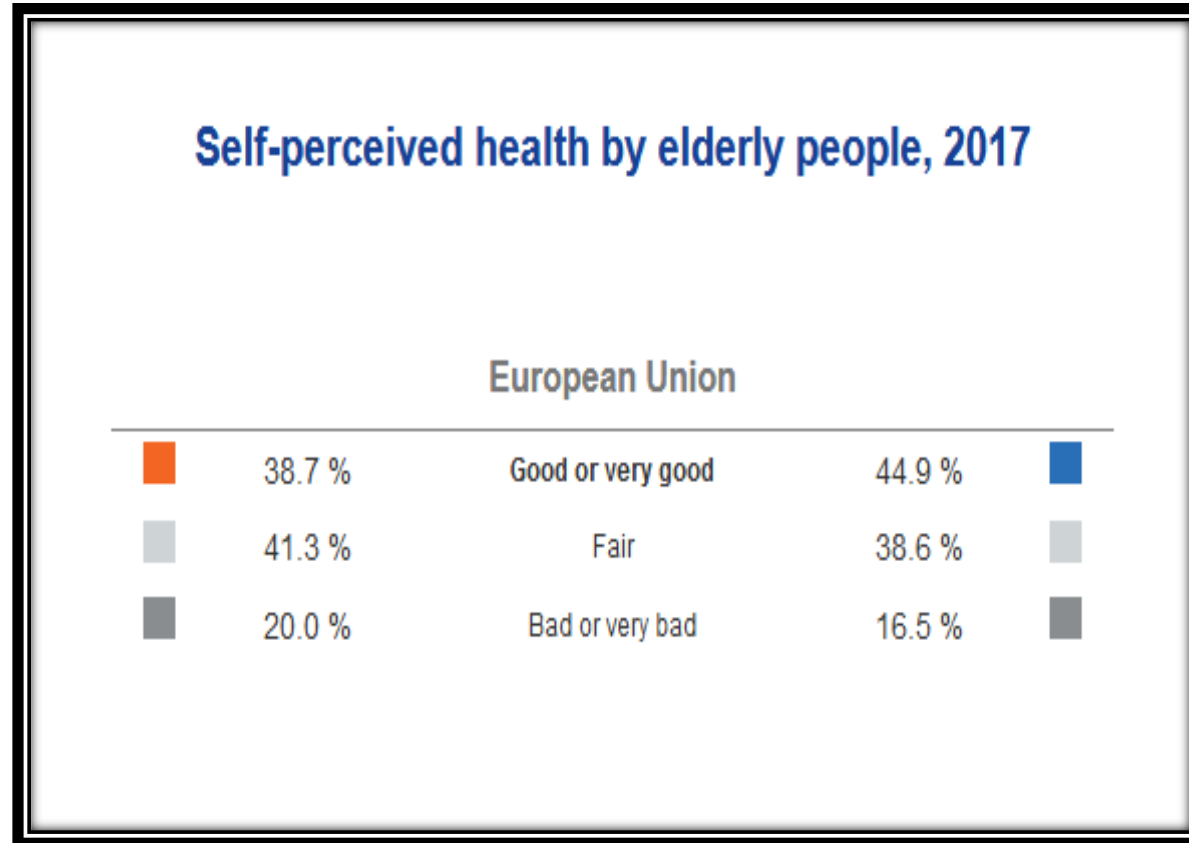
Impatti dei trend demografici: prime osservazioni

- Impatti su clima e sostenibilità
- Impatti su geopolitica
- Impatti su tipologie di consumo in diverse parti del mondo
- Impatti su occupazione ed educazione
- Impatti su sostenibilità dei sistemi pensionistici e di welfare
- Flussi migratori
- Impatti su scelte di investimento!!

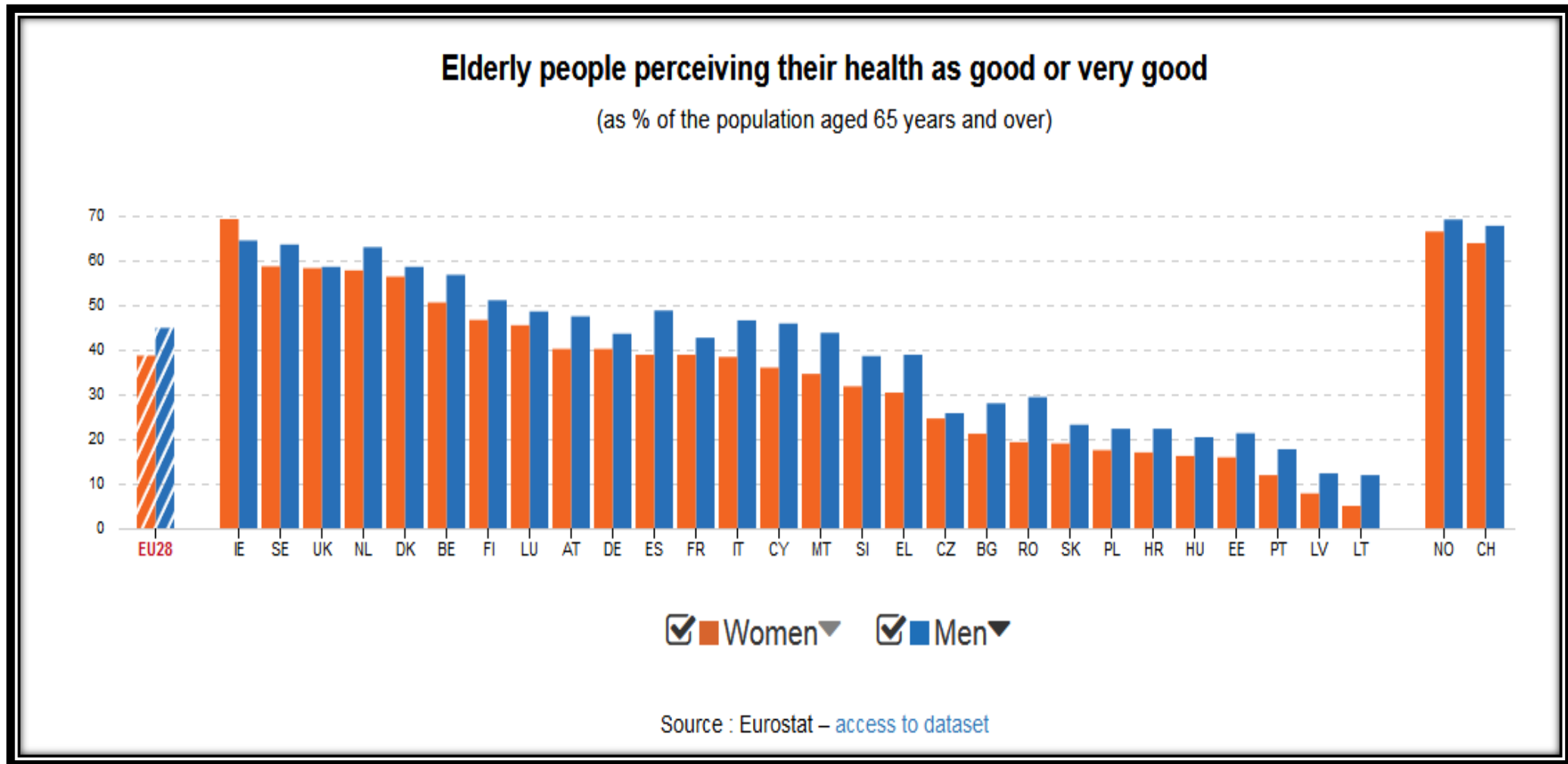


Le opportunità di
investimento nelle
economie sviluppate: le
potenzialità della *silver
economy*

Come si sentono le persone anziane in Europa?

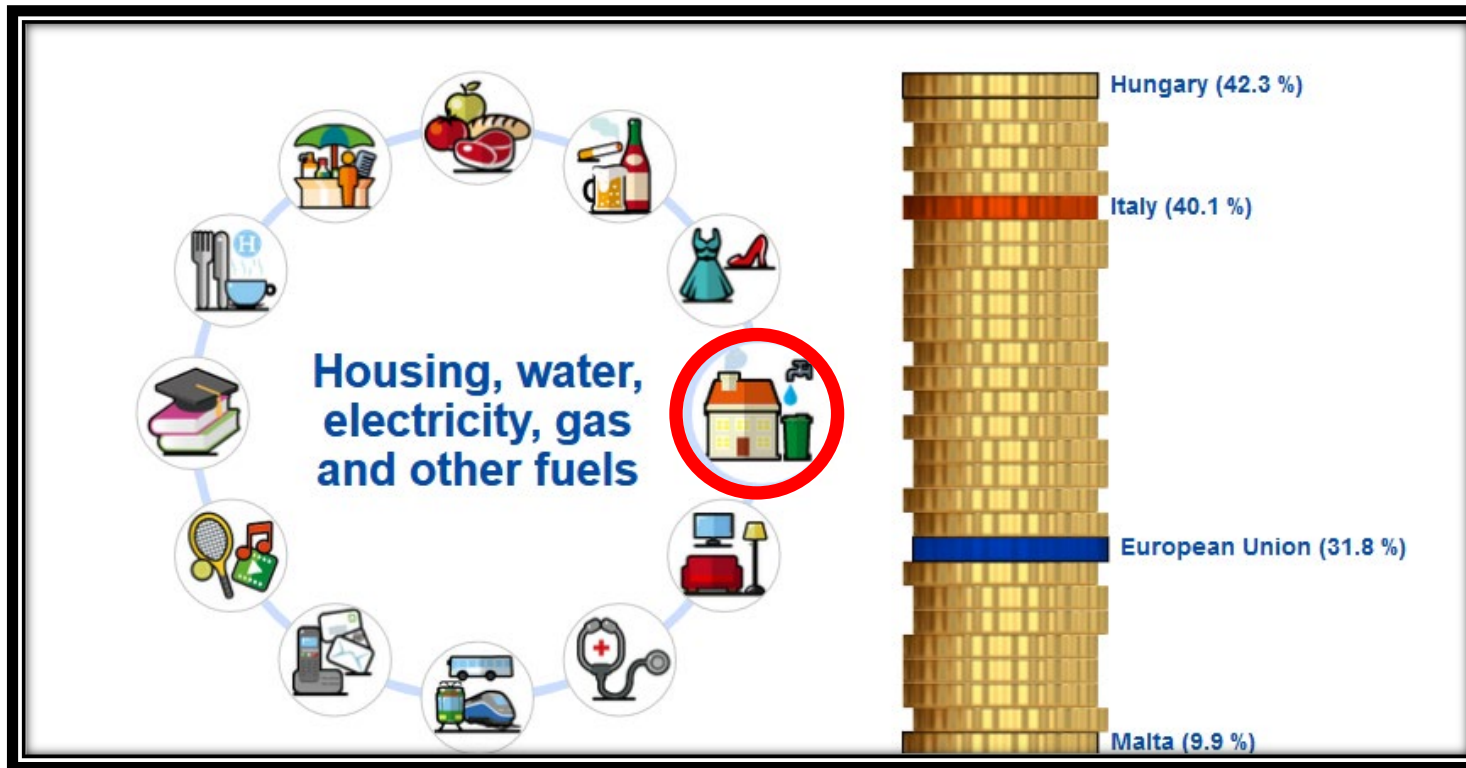


Come si sentono le persone anziane in Europa?



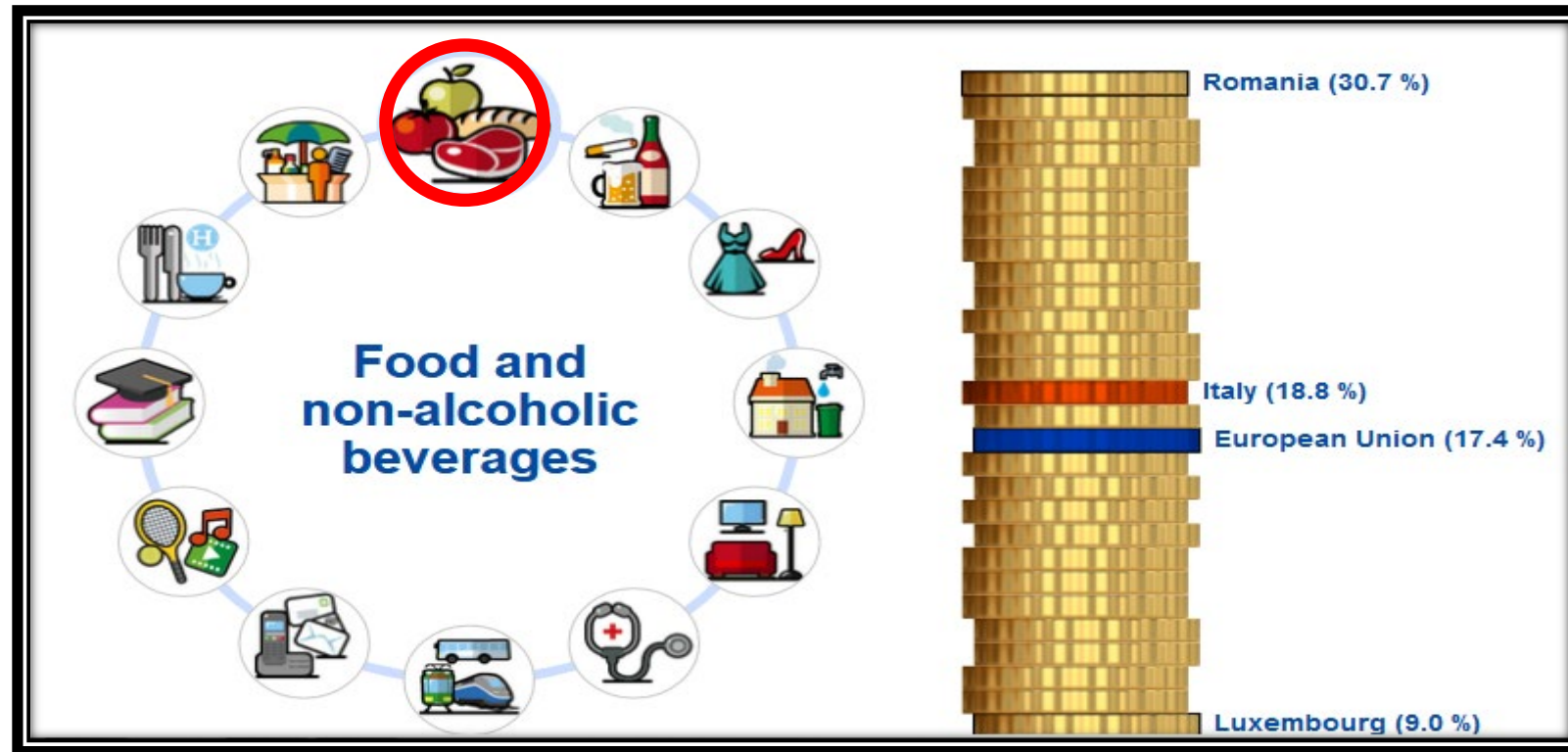
Dove spendono le persone anziane in Europa?

Consumption expenditure of elderly people (aged 60 years and over) by category, 2015
(as % of total consumption)



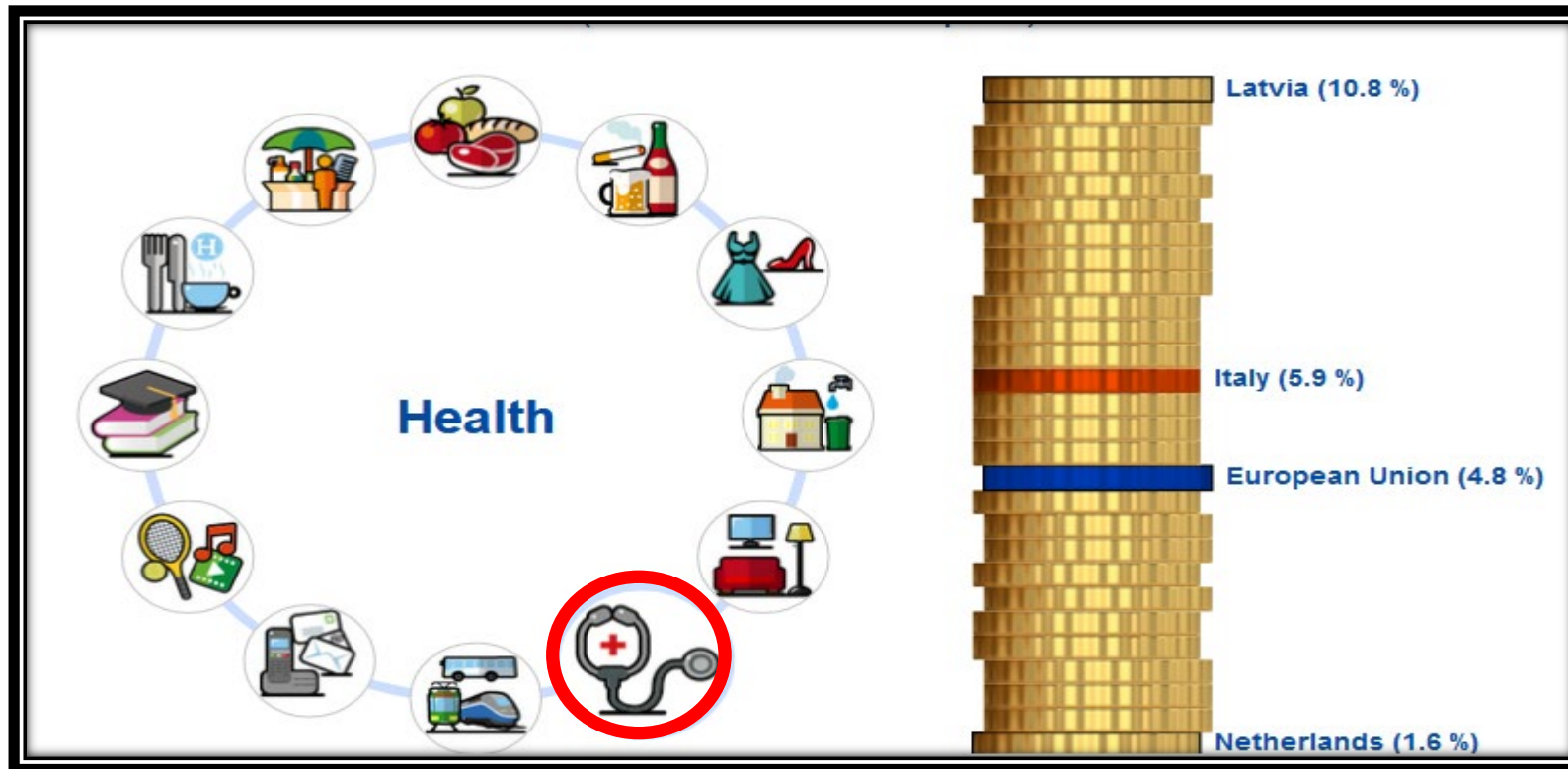
Dove spendono le persone anziane in Europa?

Consumption expenditure of elderly people (aged 60 years and over) by category, 2015
(as % of total consumption)



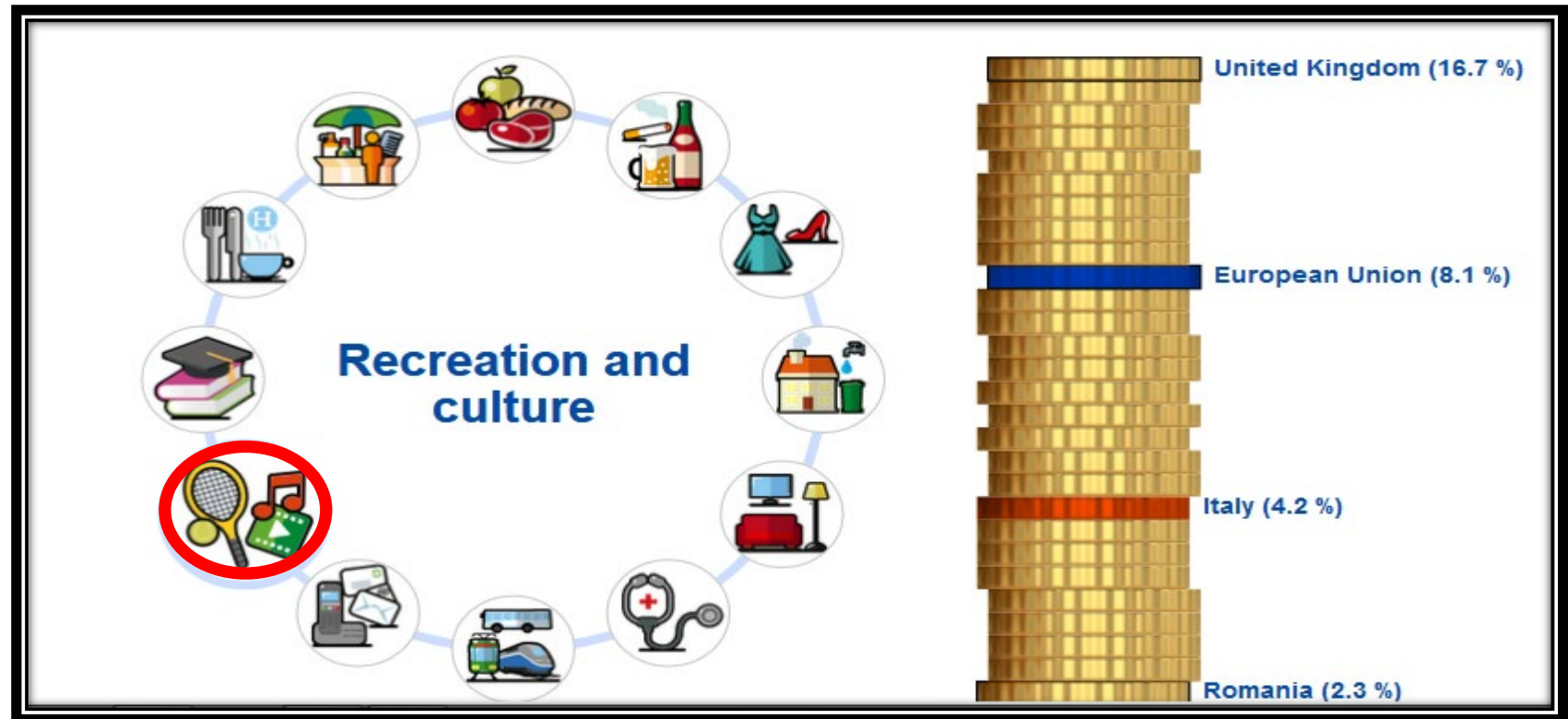
Dove spendono le persone anziane in Europa?

Consumption expenditure of elderly people (aged 60 years and over) by category, 2015
(as % of total consumption)



Dove spendono le persone anziane in Europa?

Consumption expenditure of elderly people (aged 60 years and over) by category, 2015
(as % of total consumption)



La silver economy: che cos'è?

Silver Economy è la somma di tutte le attività che servono alle persone con età di 50 anni e oltre.

Ciò include i prodotti e i servizi comprati direttamente e le ulteriori attività che generano da tali acquisti. Perciò la Silver Economy ricomprende una serie di attività correlate a produzione, consumi, commercio, servizi per persone anziane, di tipo privato e pubblico, che include effetti diretti e indiretti.

La silver economy in cifre

- In Europa = più di 199 milioni di individui di oltre 50 anni (39% del totale della popolazione).
- In totale questi individui consumano 3.7 mila miliardi di beni e servizi.

Se paragonata alle economie nazionali, la Silver Economy EU sarebbe la terza economia al mondo, dopo USA e CINA

La silver economy in cifre

- Secondo i dati Istat, oggi gli over 65 anni e più sono 13,6 milioni, il 22,6% della popolazione totale. In Italia ci sono 173 anziani (65+) ogni 100 giovani (0-14), nel 1951 erano 31
- Già oggi il valore dell' *economia d'argento* a **livello globale è stimato in 7 trilioni di dollari all'anno e in Italia è stimato intorno ai 620 miliardi di euro** in termini di prodotto interno lordo.

Il turismo senior

Secondo le previsioni della Commissione Europea, nel **2030 il valore del silver tourism avrà registrato un aumento del 169% rispetto al 2010, raggiungendo i 548 miliardi di euro**

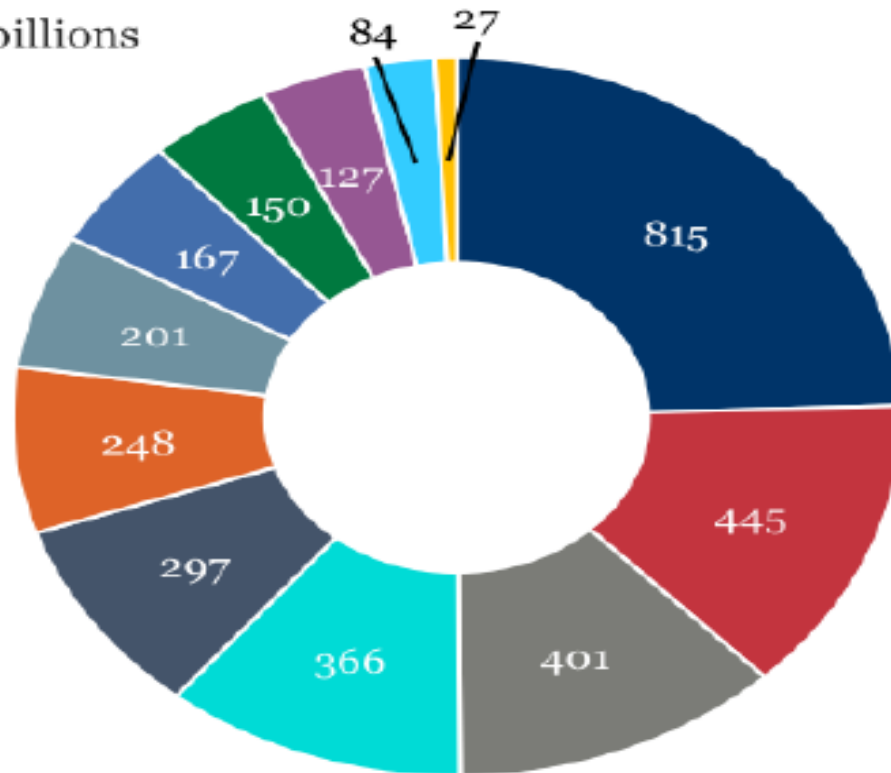
I consumi

Lato consumi, il 20% dei 50-64enni e il 13% degli over 60 sono consumatori edonisti, per i quali lo shopping è prevalentemente un piacere, si concedono regali anche acquistando il superfluo, comprano prodotti che li attraggono senza badare troppo al costo e cercano nel prodotto emozioni positive. Hanno le disponibilità economiche, il tempo e le energie mentali da dedicare alle loro scelte di acquisto: trascorrono quasi il doppio del tempo di una persona in attività lavorativa presso un supermercato e amano alternare il canale offline con quello online

La silver economy in cifre

Figure 6 Distribution of private consumption expenditure, 2015

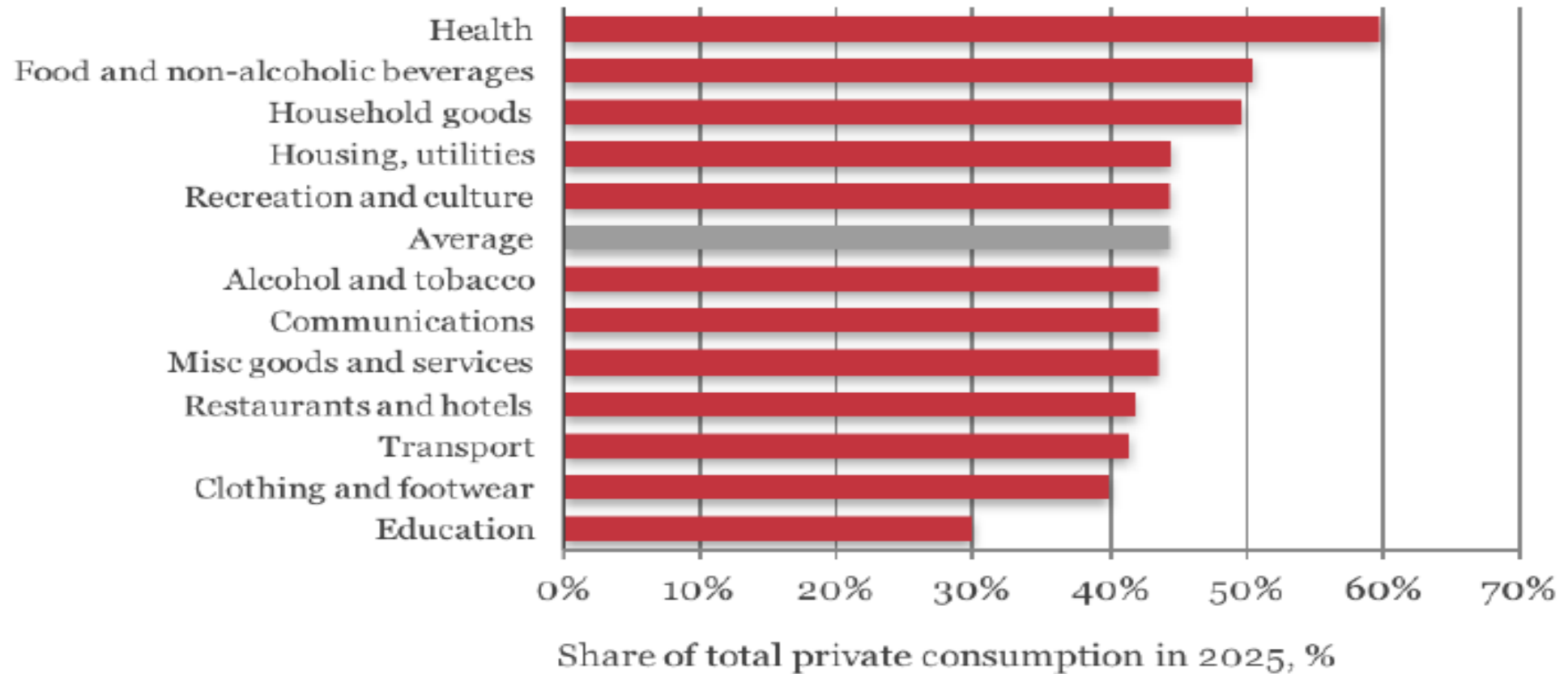
€, billions



- Housing, utilities
- Food, beverages
- Transport
- Misc. goods and services
- Recreation and culture
- Restaurants and hotels
- Furnishings, household
- Health
- Clothing and footwear
- Alcohol, tobacco etc
- Communications
- Education

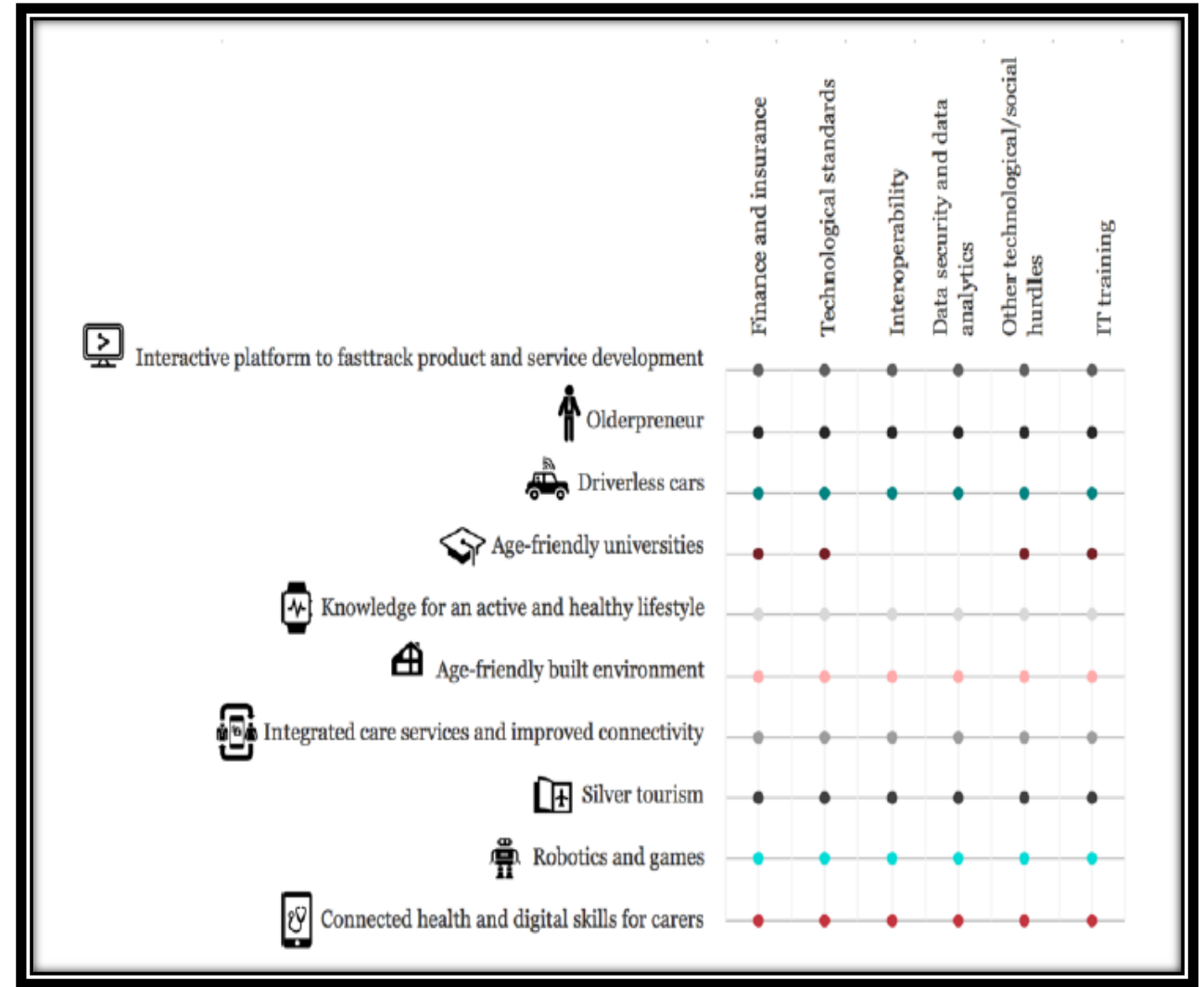
La silver economy in cifre

Figure 8 Silver Economy share of key consumption groups across Europe in 2025



Le opportunità di investimento derivanti dalla silver economy

- Tecnologia e digitalizzazione per servizi di health care anche a distanza
- Prodotti e servizi per una anzianità in salute (anche app, palestre specializzate ...)
- Prodotti, tecnologia e soluzioni per ridurre malattie degenerative (demenza senile, Alzheimer ecc.)
- Mobilità e trasporti per persone anziane (ad esempio driverless cars)
- Smart home per anziani da soli
- Educazione e training anche per persone della terza età
- Turismo e tempo libero
- *Robotics and games*



Grazie per l'attenzione

Fabrizio Crespi, Università di Cagliari e Università Cattolica

fabrizio.crespi@unicatt.it

338-4474533

<https://twitter.com/fabriziocrespi1>

www.linkedin.com/in/fabrizio-crespi-26476b175

www.contemplata.it

<https://www.facebook.com/contemplata.it>

