

Active Ageing

Richieste di mercato e opportunità di business

Angelo Di Gregorio – Università di Milano-Bicocca

L'invecchiamento della società:
sfide tecnologiche e opportunità di mercato
Centro Congressi Unione Industriale - Sala Piemonte
Torino, 15 ottobre 2013

Active Ageing

Richieste di mercato e opportunità di business

*Ageing
Society*

Tassi di
fertilità

Il numero
dei bambini
under-14 si
riduce al
ritmo di uno
ogni cento
secondi

Web Clock of Child Population in Japan

Version 2013

[日本語](#) [English](#)

Hiroshi Yoshida, Masahiro Ishigaki, Mail Research Group
Graduate School of Economics and Management, Tohoku
University

Access Counter: 119865

Basic Data

Date	Population of Children
April 1, 2012	16,640,000
April 1, 2013	16,490,000
Decreased Number per Year:	150,000

Reference Data: <http://www.stat.go.jp/data/jinsui/pdf/201204.pdf>
<http://www.stat.go.jp/data/jinsui/pdf/201304.pdf>

Current Time: 2013-10-07 10:37:16 Estimated: 1,641万3,902,2901 Children

Remaining Time When Japan Would Have Only One Child:

Remaining 669,660 Days 18 Hours 12 Minutes 53 Seconds
Predicted date 3,847 / 3 / 28

※ "Child" in this clock is the person less than 15 years old.

※For more details please visit:
(<http://www.econ.tohoku.ac.jp/hyoshida/>)

http://mega.econ.tohoku.ac.jp/Children/index_en_2013.jsp

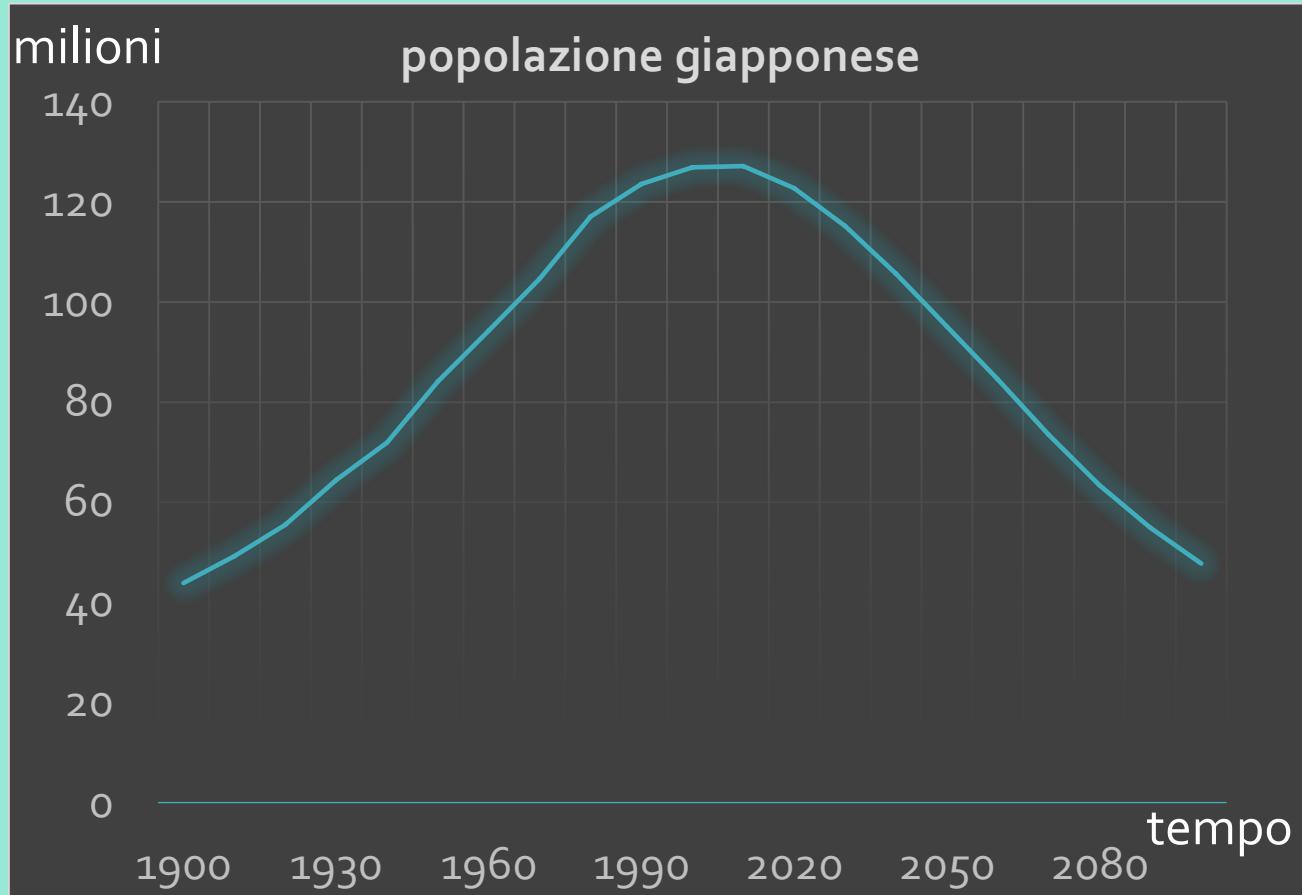
Active Ageing

Richieste di mercato e opportunità di business

*Ageing
Society*

Tassi di
fertilità

Speranza
di vita



Active Ageing

Richieste di mercato e opportunità di business

*Ageing
Society*

Fenomeno
trasversale
Est-Ovest

$$\text{Indice di dipendenza strutturale} = \frac{\text{Popolazione non attiva}}{\text{Popolazione attiva}}$$

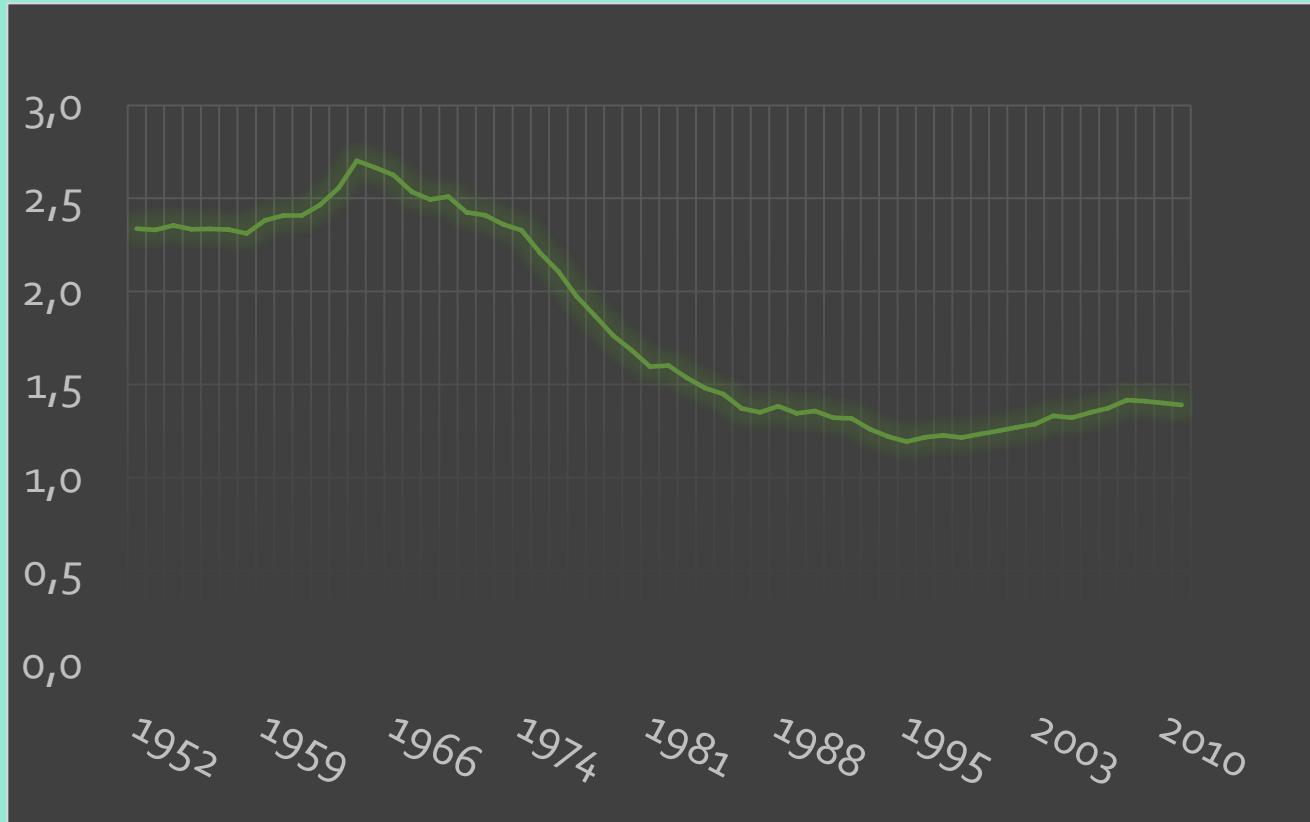
$$\text{Indice di vecchiaia} = \frac{\text{Popolazione over 65}}{\text{Popolazione 0 - 14}}$$

	% Over-65	% Over-80	Indice di dipendenza strutturale	Indice di vecchiaia
UE (27Stati) (dati 2010)	17,4	4,7	49,3	111,54
Area Euro (dati 2010)	18,3	5,0	50,8	118,83
Germania	20,6	5,3	51,5	153,7
Italia	20,3	6,0	52,3	145,0
Grecia	19,3	5,1	50,7	135,0
Bulgaria	17,7	3,9	46,0	128,3
Lettonia	17,4	4,1	45,2	127,0
Portogallo	18,2	4,6	49,9	120,5
Austria	17,6	4,9	47,7	119,7
Slovenia	16,5	4,1	44,3	116,2
Ungheria	16,7	4,1	45,6	114,4
Spagna	17,1	5,0	47,4	113,3
Croazia	17,1	3,7	47,7	113,3
Svezia	18,5	5,3	54,0	111,5
Estonia	17,0	4,3	47,9	111,1
Repubblica Ceca	15,5	3,7	42,7	107,6
Finlandia	17,5	4,8	51,6	106,1
Belgio	17,2	4,9	51,7	101,8
Romania	14,9	3,1	43,0	98,0
Regno Unito	16,6	4,7	51,6	95,4
Danimarca	16,8	4,1	53,1	93,9
Francia	16,8	5,4	54,5	90,8

Active Ageing

Richieste di mercato e opportunità di business

*Ageing
Society*



Tasso di fertilità totale – Italia

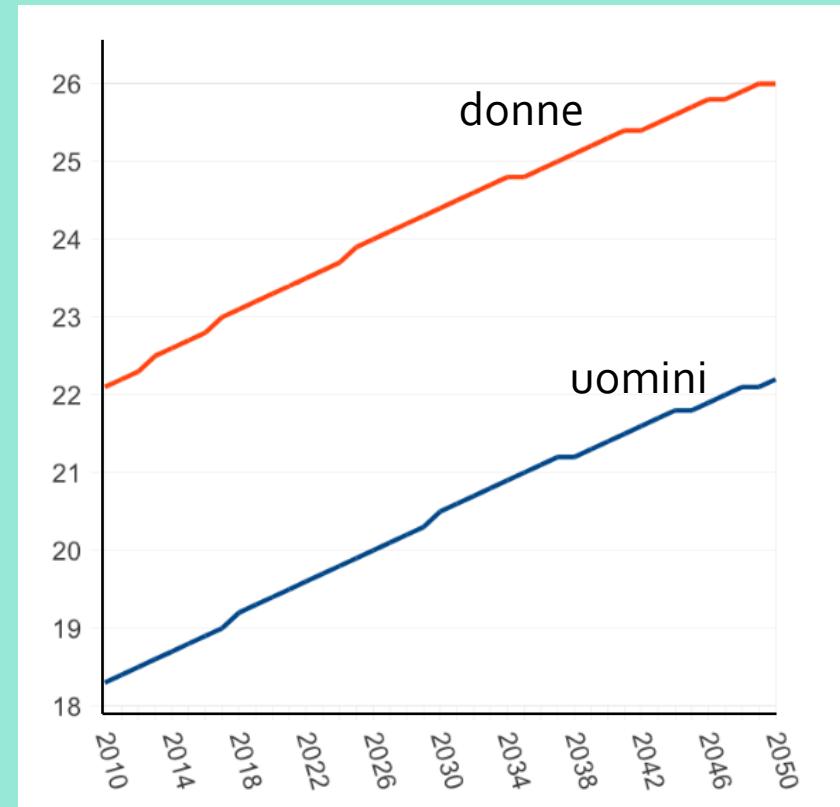
Active Ageing

Richieste di mercato e opportunità di business

*Ageing
Society*

Nel 2010 è per gli uomini di poco superiore ai 18 anni e per le donne è di 22 anni

Per il 2050 è prevista rispettivamente di 22 e 26 anni

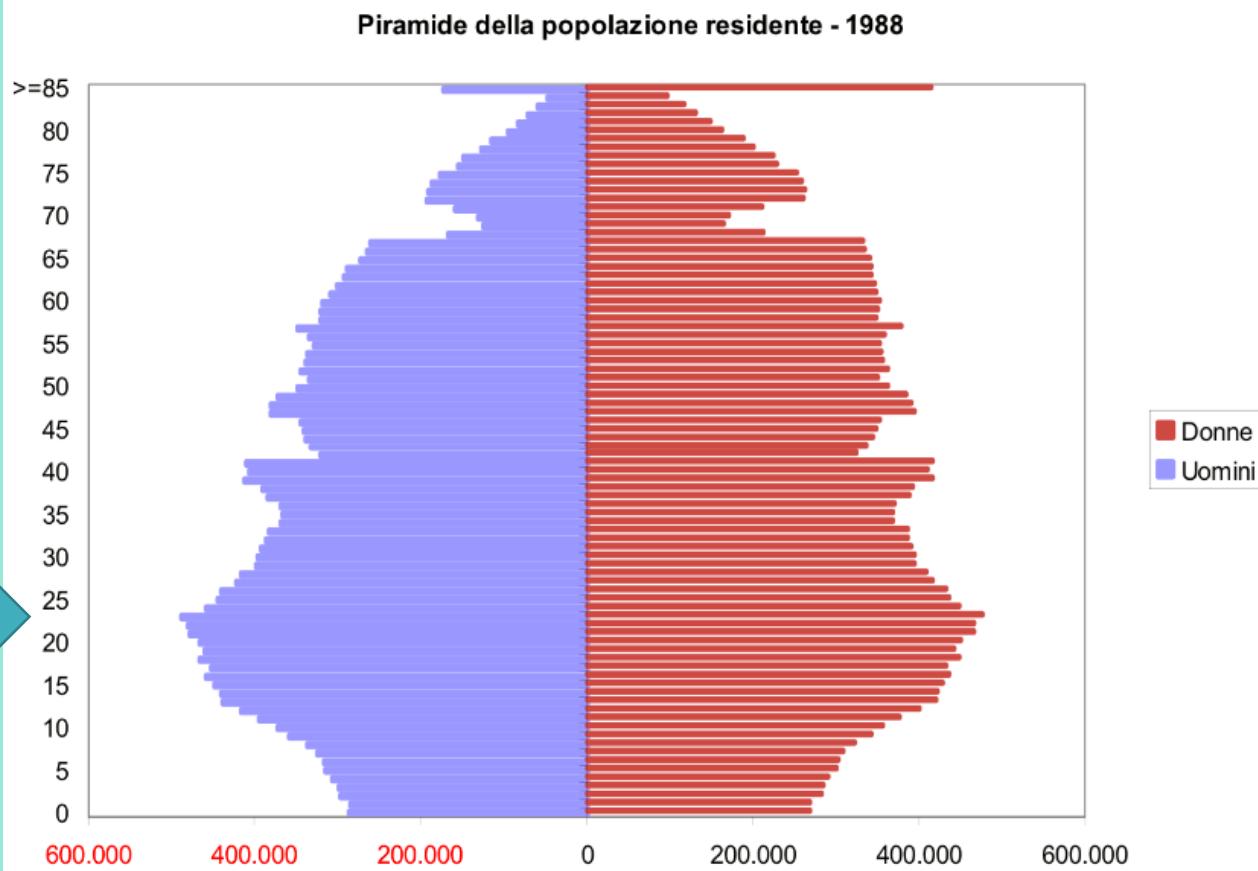


La speranza di vita a 65 anni

Active Ageing

Richieste di mercato e opportunità di business

*Ageing
Society*

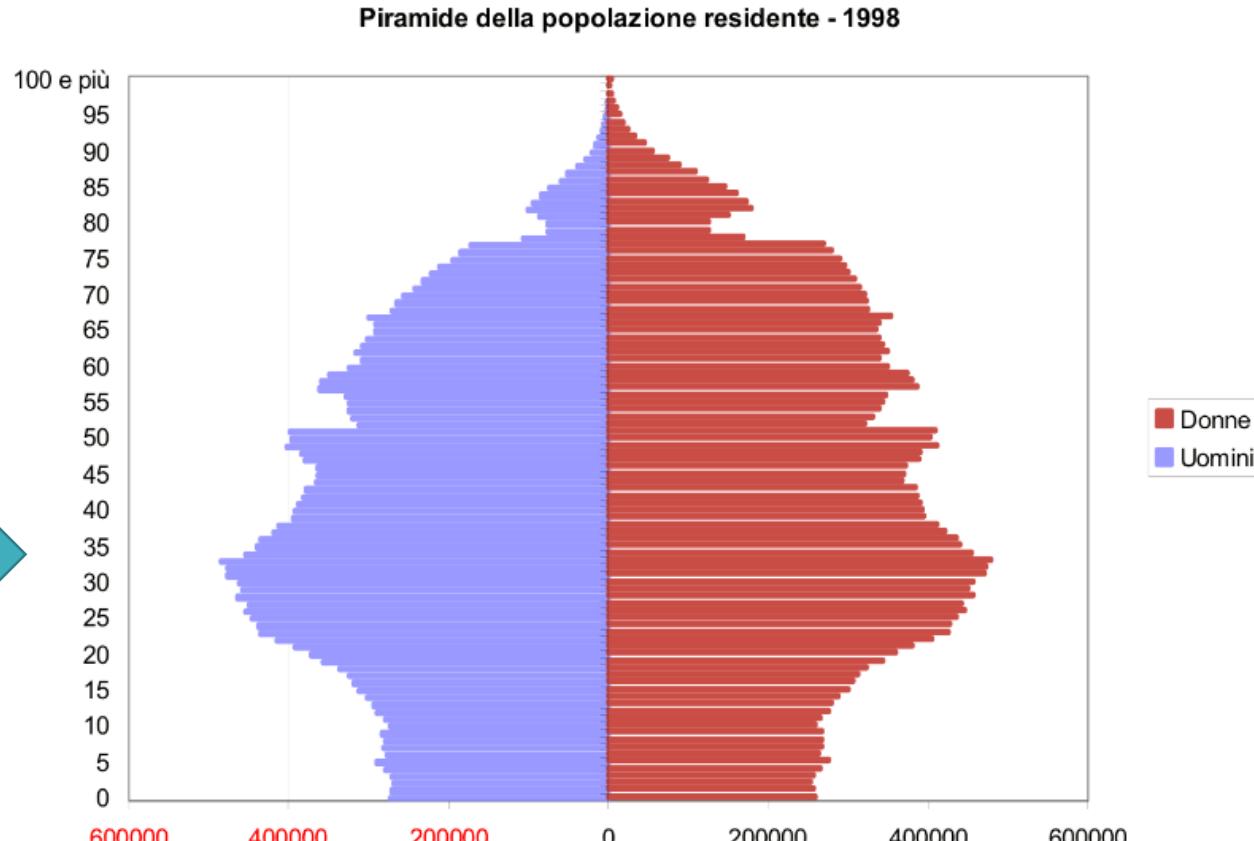


La popolazione uomo/donna per età in Italia

Active Ageing

Richieste di mercato e opportunità di business

*Ageing
Society*

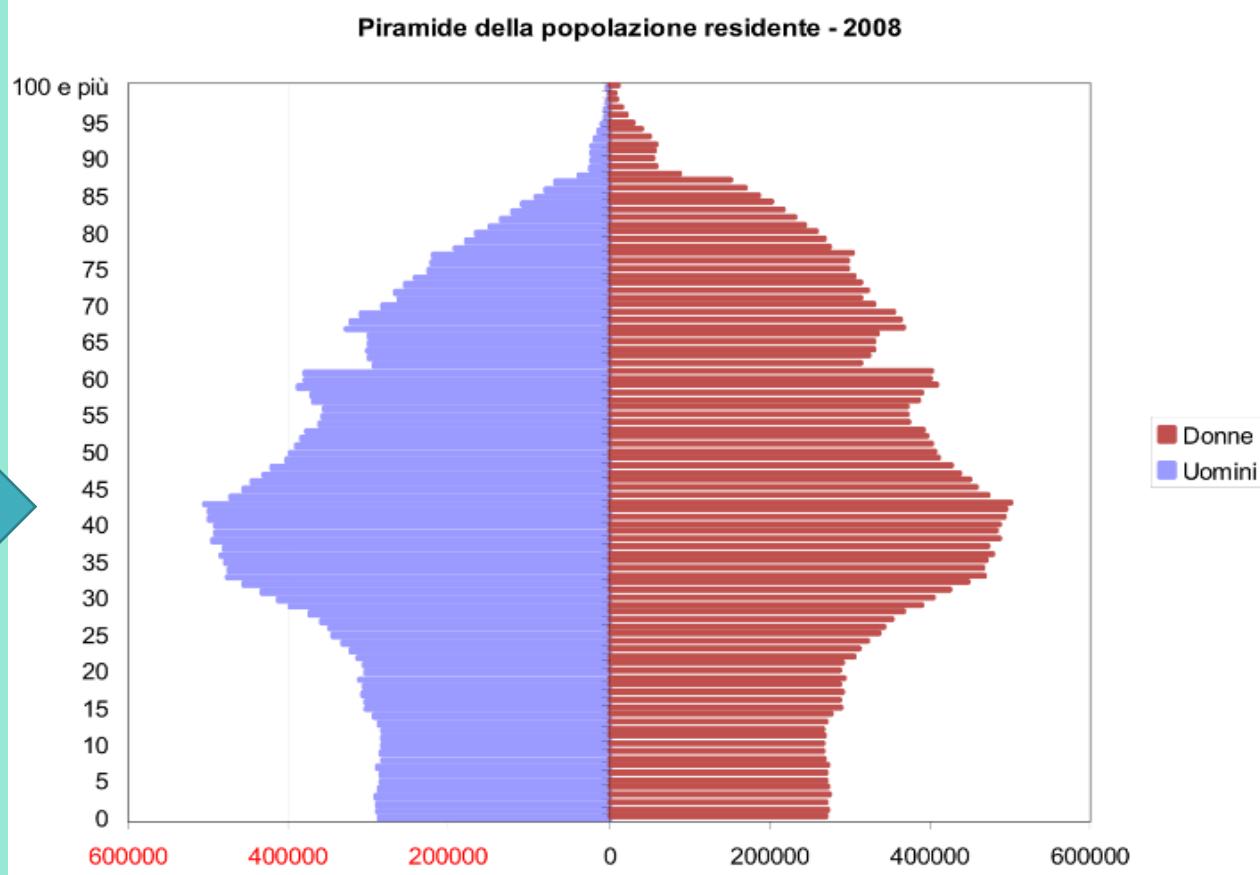


La popolazione uomo/donna per età in Italia

Active Ageing

Richieste di mercato e opportunità di business

*Ageing
Society*

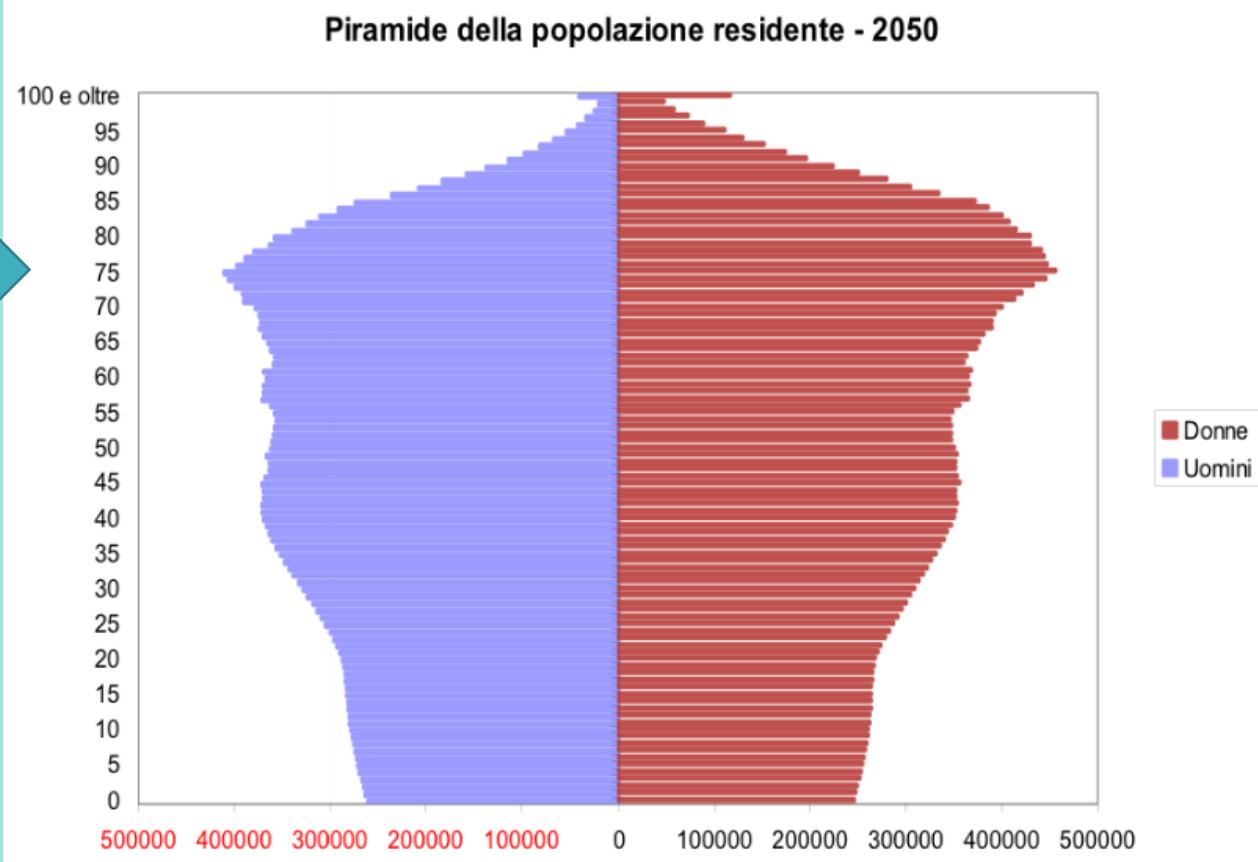


La popolazione uomo/donna per età in Italia

Active Ageing

Richieste di mercato e opportunità di business

*Ageing
Society*



La popolazione uomo/donna per età in Italia

Active Ageing

Richieste di mercato e opportunità di business

*Ageing
Society*



*Active
Ageing*

Attività fisica in modo continuativo

- *65-74 anni:* dal 4,4 del 2001 al 9,8 del 2010
- *over 75:* dal 1,4 del 2001 al 3,5 del 2010

Interesse e partecipazione politica

- *uomini 65-74:* dal 46,9 del 2001 al 53,9 del 2010
- *donne 65-74:* dal 25,6 del 2001 al 35,8 del 2010
- *uomini over 75:* dal 42,2 del 2001 al 43,0 del 2010
- *donne over 75:* dal 20,6 del 2001 al 23,9 del 2010

Active Ageing

Richieste di mercato e opportunità di business

*Ageing
Society*



*Active
Ageing*

Utilizzo della
tecnologia

Persone che hanno utilizzato il pc negli ultimi 12 mesi (2002-2010)

- uomini 65-74: dal 6,2 al 20,9
- uomini over 75: dal 1,8 al 5,0
- uomini totale: dal 42,0 al 56,5

- donne 65-74 : dal 1,6 al 7,8
- donne over 75: dal 0,2 al 1,3
- donne totale: dal 36,9 al 51,0

Active Ageing

Richieste di mercato e opportunità di business

*Ageing
Society*



*Active
Ageing*

Utilizzo della
tecnologia

Persone che hanno utilizzato Internet negli ultimi 12 mesi (2002-2010)

- uomini 65-74: dal 3,4 al 19,0
- uomini over 75: dal 1,1 al 3,8
- uomini totale: dal 32,0 al 54,6

- donne 65-74 : dal 1,4 al 6,4
- donne over 75: dal 0,8 al 0,8
- donne totale: dal 22,4 al 43,6

Active Ageing

Richieste di mercato e opportunità di business

*Ageing
Society*

*Active
Ageing*

Siamo pronti?

Istituzioni

*Non è un'opinione,
ma un dato oggettivo*

Active Ageing

Richieste di mercato e opportunità di business

ONU

1982, Vienna, *Prima Assemblea Mondiale sull'invecchiamento della popolazione*

1991, *Risoluzione n. 46 "I principi delle Nazioni Unite per le persone anziane"*

- Indipendenza
- Partecipazione
- Cura
- Auto-realizzazione
- Dignità

2002, Madrid, *Seconda Assemblea Mondiale sull'invecchiamento della popolazione*

"Garantire che le persone in tutto il mondo siano in grado di invecchiare con sicurezza e dignità e possano continuare a partecipare nella loro società come cittadini aventi pieni diritti"



Istituzioni

*Valore
segnalativo*

Active Ageing

Richieste di mercato e opportunità di business

UE

2012, Anno Europeo per l'invecchiamento attivo e la solidarietà fra generazioni

Fondi strutturali 2007-2013

- *Fondo FEAR – Fondo europeo agricolo per lo sviluppo rurale.* Casa di riabilitazione per persone con disabilità, costruita con Fondi strutturali nella regione di Malopolskie, residenza per anziani nel villaggio rurale di Mogilno, Polonia.



Active Ageing

Richieste di mercato e opportunità di business

UE

2012, Anno Europeo per l'invecchiamento attivo e la solidarietà fra generazioni

Fondi strutturali 2007-2013

- *Fondo FEAR – Fondo europeo per lo sviluppo rurale.* Casa di riposo per persone con disabilità, costruita nella regione di Malopolskie, nel bellissimo villaggio rurale di Mogilno
- 7º Programma Quadro
 - WIISEL
 - Robot-ERA



Active Ageing

Richieste di mercato e opportunità di business

UE

2012, Anno Europeo per l'invecchiamento attivo e la solidarietà fra generazioni

Fondi strutturali 2007-2013

- *Fondo FEAR – Fondo europeo agricolo per lo sviluppo rurale.* Casa di riposo per anziani e persone con disabilità, costruita in Polonia, nella regione di Malopolskie, nel bel mezzo del villaggio rurale di Mogilno
- 7º Programma Quadro
 - WIISEL
 - Robot-ERA

*Progetto europeo KIC
(Knowledge Innovation Community)
sul tema Healthy Living and Active Ageing*



Istituzioni

Ruolo grandi imprese

Active Ageing

Richieste di mercato e opportunità di business

Italia

Il coordinamento per Anno Europeo per l'invecchiamento attivo 2012 è stato affidato al Dipartimento per le Politiche della famiglia della Presidenza del Consiglio dei Ministri
www.invecchiamentoattivo.politicheperlafamiglia.it

Quattro Regioni premiate per i loro progetti

- *Liguria*: AIDA; Over to Over; Senio Capital; SEACW; DOREMI; Rehab@home
- *Emilia-Romagna*: Servizio di telesoccorso; Centri-diurni; Ascoltalibri
- *Friuli-Venezia Giulia*: Istituto Regionale Rittmeyer
- *Piemonte*: Prontofarmaco festivo



Istituzioni

Active Ageing

Richieste di mercato e opportunità di business

*Ageing
Society*

*Active
Ageing*

Siamo pronti?

Istituzioni

*Non è un'opinione,
ma un dato oggettivo*

Imprese

Active Ageing

Richieste di mercato e opportunità di business

*Ageing
Society*

2011 Concorso internazionale: *Ageing Society & Interior Design*

Ideato da Università di Milano-Bicocca e Politecnico di Milano,
con il patrocinio/supporto di Università di Tokyo, Consolato e Banca
d'Italia di Tokyo, CCIAA MB, Confindustria MB

Istituire un concorso internazionale di design organizzato “ad
inviti”, che avesse come tema opere dell’ingegno riferibili a mobili
e/o arredi di qualità per una Ageing Society

Supportare l’industria del mobile e dell’arredo di Monza e Brianza

*Non è un’opinione,
ma un dato oggettivo*

Imprese

Active Ageing

Richieste di mercato e opportunità di business

*Ageing
Society*

Dopo solo due anni forse qualcosa è cambiato

Una maggiore consapevolezza
e la necessità di nuovi mercati
e/o segmenti di mercato da coprire
hanno di sicuro influito

*Non è un'opinione,
ma un dato oggettivo*

Imprese

Adattamento

Active Ageing

Richieste di mercato e opportunità di business

Ageing Society

Active Ageing

*Non è un'opinione,
ma un dato oggettivo*

Sian

*Caratteristiche
supplementari*

*Prodotto
essenziale*

*Componente
simbolica e
benefici
essenziali*

L'approccio di IKEA

Stesso prodotto, ma diverse valenze simboliche veicolate con la comunicazione

AD per raggiungere il target

Adattamento

Active Ageing

Richieste di mercato e opportunità di business

*Ageing
Society*

*Active
Ageing*

Siamo pronti?

Istituzioni

*Non è un'opinione,
ma un dato oggettivo*

Imprese

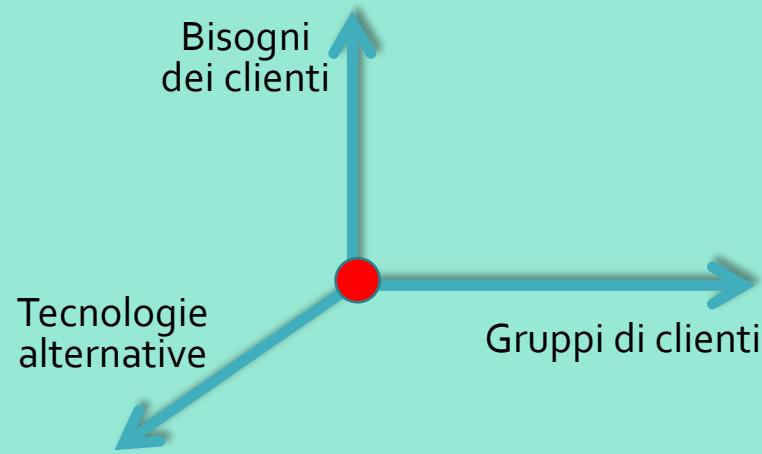
Adattamento

*Cambiamento
radicale*

Active Ageing

Richieste di mercato e opportunità di business

Processi di Innovazione



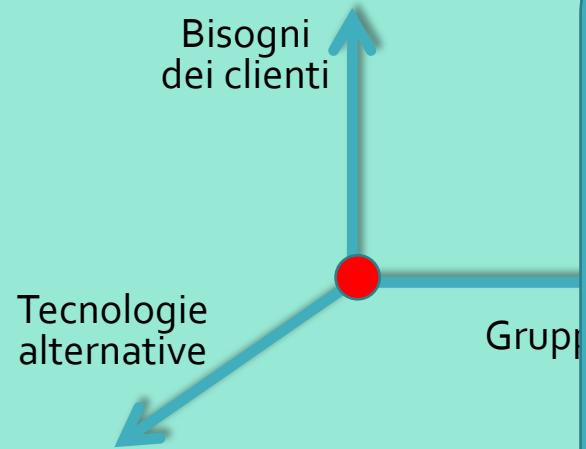
- *Partendo dalle proprie competenze e osservando i gruppi di clienti da servire, le funzioni d'uso da soddisfare e le tecnologie da impiegare, alcune imprese hanno sperimentato offerte mirate a soddisfare i bisogni di una popolazione over-65*

sviluppo
radicale

Active Ageing

Richieste di mercato e opportunità di business

Processi di Innovazione



● Partendo dalle proprie competenze e osservando i gruppi di clienti da servire, le funzioni d'uso da soddisfare e le tecnologie da impiegare, alcune imprese hanno sperimentato offerte mirate a soddisfare i bisogni di una popolazione over-65

Turismo senior

Tour operator specializzati che si rivolgono ad un target in grado di apprezzare offerte fuori stagione, interessato a viaggiare

Shopping Telematico

In Giappone Ntt East, Seven Eleven e Urban Renaissance Agency ha fornito a 550 clienti pilota un tablet che permette di ordinare e acquistare cibi pronti con un "touch"

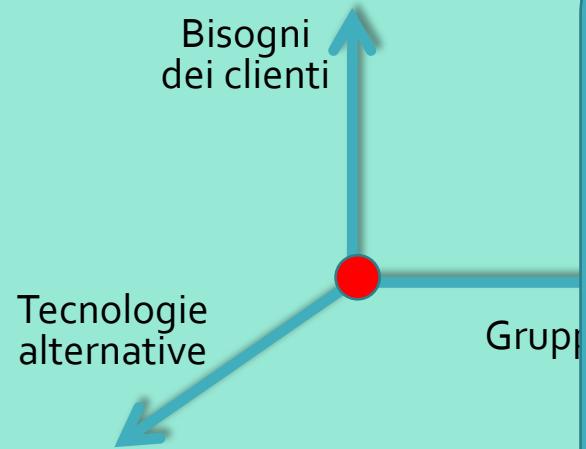
Voto elettorale

In USA, Oregon, è stato sperimentato il voto elettorale direttamente a casa propria utilizzando un tablet

Active Ageing

Richieste di mercato e opportunità di business

Processi di Innovazione



● Partendo dalle proprie competenze e osservando i gruppi di clienti da servire, le funzioni d'uso da soddisfare e le tecnologie da impiegare, alcune imprese hanno sperimentato offerte mirate a soddisfare i bisogni di una popolazione over-65

L'anziano come risorsa

La **BMW** ha realizzato una fabbrica di automobili a Dingolfing ad hoc per operai anziani, dei quali non si vuole perdere capacità ed esperienza

La **BSR**, azienda che opera nello smaltimento di rifiuti a Berlino, pur di mantenere e tutelare i suoi operai più anziani, ha varato il progetto "Lid to Lid": al posto di sollevare pesanti bidoni dell'immondizia, i senior rimpiazzano i coperchi dei cestini deteriorati, risparmiando fatica e avendo maggior tempo per formare i giovani neoassunti

Active Ageing

Richieste di mercato e opportunità di business

Processi di Innovazione

Gli esempi non
rendono la misura del
cambiamento in atto

Oggi assistiamo
alla "nascita"
di **nuovi target...**

... che hanno in
comune età,
condizioni psico-
fisiche e cultura...

... e per ognuno di essi
è necessario uno
specifico "pensiero
strategico"

Active Ageing

Richieste di mercato e opportunità di business

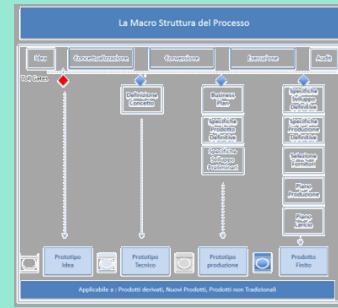
Processi di Innovazione

Fondamentale è quindi realizzare *processi di innovazione* che garantiscano credibilità all'innovazione stessa

Active Ageing

Richieste di mercato e opportunità di business

Processi di Innovazione



Generazione
idee

Sviluppo
idee

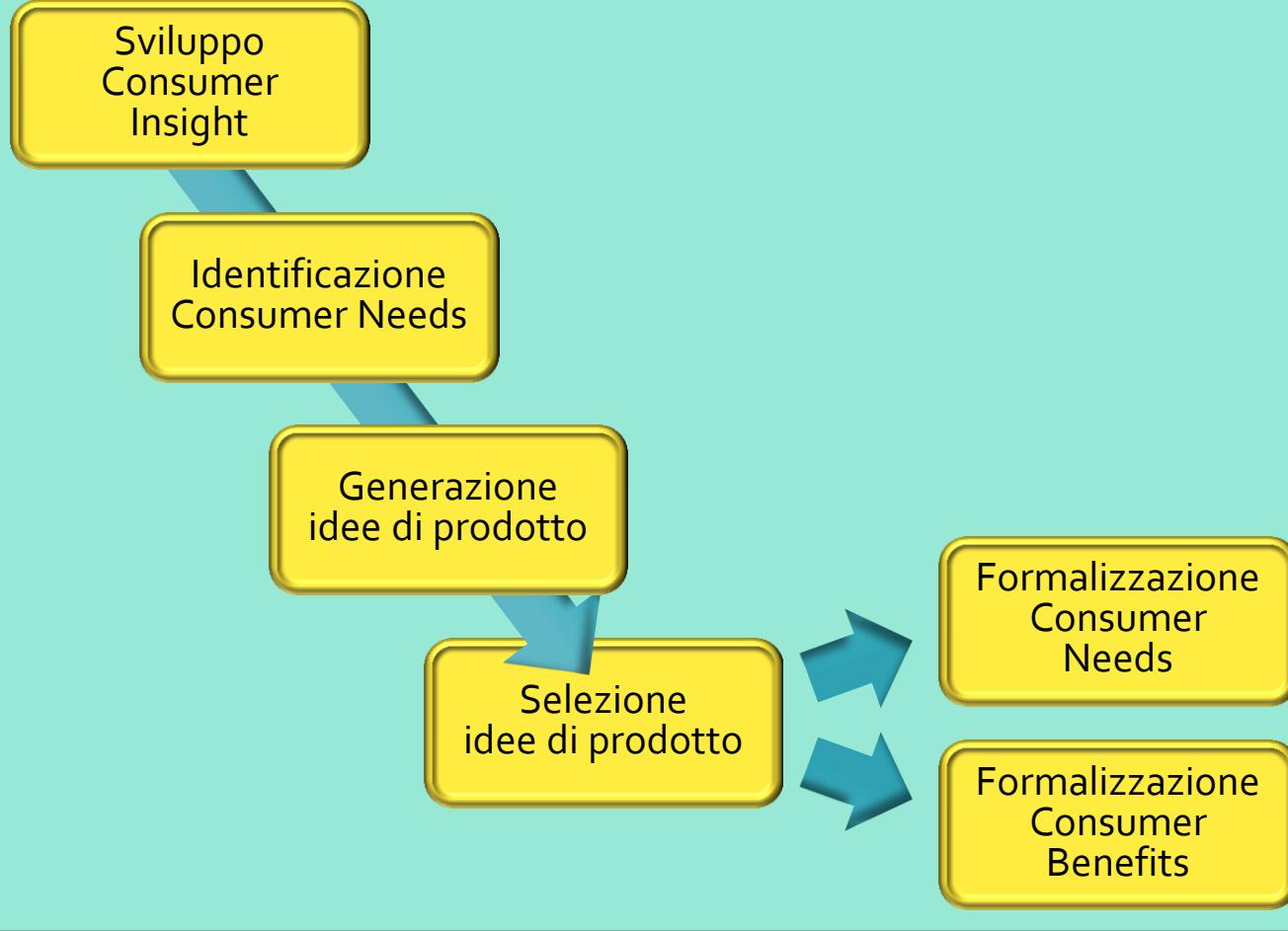
Lancio
prodotto

sviluppo
radicale

Active Ageing

Richieste di mercato e opportunità di business

Processi di Innovazione



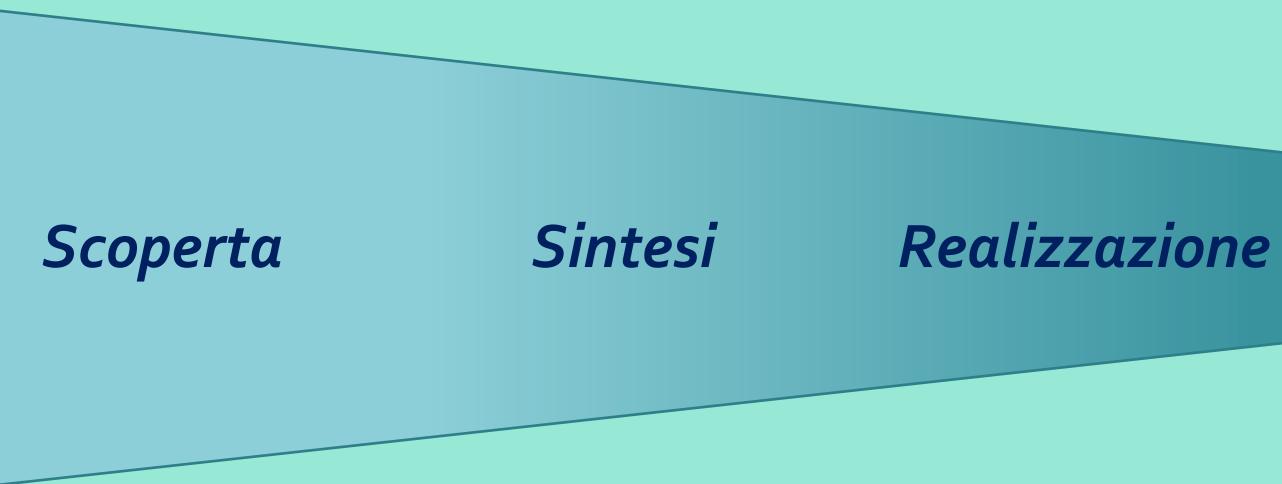
Istituzioni

sviluppo
indirizzi

Active Ageing

Richieste di mercato e opportunità di business

Processi di Innovazione



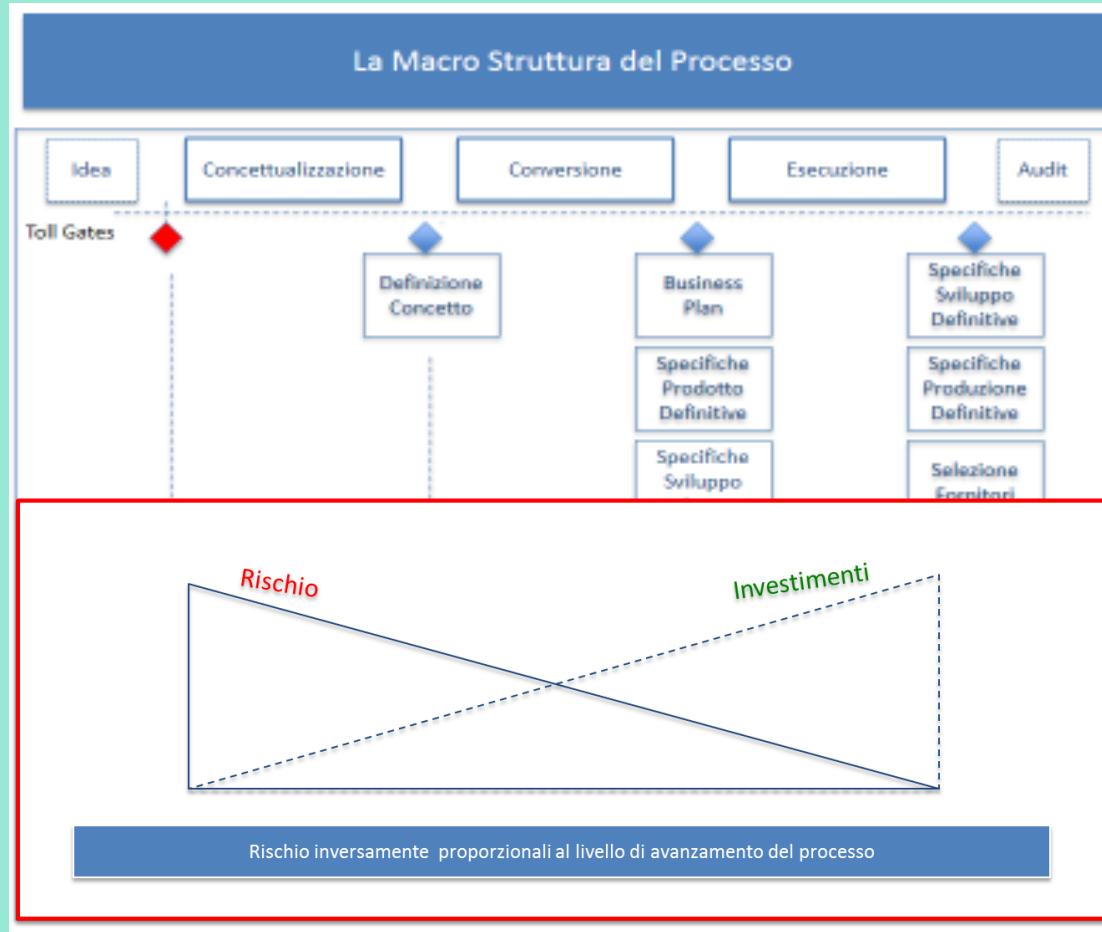
*Selezione
delle alternative* *Dalle alternative
alla scelta* *Sperimentazione*



Active Ageing

Richieste di mercato e opportunità di business

Processi di Innovazione



Active Ageing

Richieste di mercato e opportunità di business

*Ageing
Society*

*Active
Ageing*

Siamo pronti?

Istituzioni

*Non è un'opinione,
ma un dato oggettivo*

Imprese

Adattamento

*Cambiamento
radicale*

Active Ageing

Richieste di mercato e opportunità di business

Angelo Di Gregorio – Università di Milano-Bicocca

L'invecchiamento della società:
sfide tecnologiche e opportunità di mercato
Centro Congressi Unione Industriale - Sala Piemonte
Torino, 15 ottobre 2013