



nestore Informa

Periodico semestrale dell'Associazione Nestore

N° 38 – marzo 2020

Editoriale

Fiorella Nahum - Comitato Scientifico Nestore

Emerge dall'ultimo Rapporto Censis che la "Silver Economy" (intesa come stili di vita, consumi, redditi, patrimoni degli ultra 65enni), se messa a confronto con quella dei giovani tra i 25 e i 39 anni, rappresenta una risorsa crescente per l'Italia nell'ambito dei dati globali dell'economia e dei consumi. In 25 anni il benessere economico degli over '65 è aumentato del 77%, parallelamente ad una crescente longevità che oggi raggiunge per uomini e donne una media di 83 anni, e a fronte di una perdita nell'occupazione, nel reddito e nei consumi dei giovani, stimata all'incirca attorno al 35%.

Nestore Informa ha ritenuto importante sollevare interesse e attenzione attorno a questo fenomeno, che si articola in molte forme di particolare rilevanza non solo per l'evoluzione dell'economia ma anche per la stessa conformazione della società italiana oggi e in prospettiva, e apre a ricercatori e studiosi innumerevoli e interessanti campi di indagine. Alcuni dei diversi aspetti toccati, quali ad esempio: i consumi culturali, i rapporti intrafamiliari e intergenerazionali (nonni e nipoti), i servizi sanitari, finanziari, assicurativi, il turismo, e altri sono di fondamentale importanza per una ricostruzione equilibrata dello scenario sociale in cui tutti siamo immersi.

Oltre al contributo di esperti e ad alcuni riferimenti quantitativi parziali, tutti documentabili, abbiamo voluto inserire anche riflessioni e testimonianze individuali ispirate a percezioni, vissuti ed esperienze passate, attuali e in prospettiva, non generalizzabili, ma di intrinseco valore umano, che travalicano lo stretto ambito dei "consumi", e ci restituiscono la figura di un anziano come "soggetto attivo a 360° della società civile".

Se è vero quindi il detto "*sono ciò che consumo*" le considerazioni cui siamo giunti, toccano altri aspetti non direttamente collegati ai consumi, ma suscettibili di condizionarli e forse meritevoli di qualche approfondimento in prospettiva.

Una prima constatazione cui siamo giunti è, come accennato, quella che gli anziani (over 65) non sono solo un soggetto attivo della società civile a 360°, ma sono destinati a crescere numericamente e di conseguenza ad influenzarne in modo sempre più rilevante la composizione e le caratteristiche identitarie in senso generale e settoriale, contribuendo in modo determinante alla sua evoluzione futura.

La seconda, è che, ad uno sguardo più attento e ravvicinato, nessun anziano è uguale agli altri e si configura come il risultato di una serie di variabili strettamente soggettive (nascita e origine geografica, età, sesso, istruzione, ambiente sociale, stato di famiglia, esperienze, storia di vita, ecc.) che lo determinano in maniera tanto più specifica e unica, quanto più la sua vita è stata lunga. Gli anziani, che sembrano spesso sbiaditi e di scarso interesse, ad un'osservazione più ravvicinata risultano meno omologati dei giovani a usi, costumi, mode e trend correnti, e perciò si rivelano inediti e sorprendenti bacini di fatti poco conosciuti, e portatori di esperienze uniche e originali, degne di curiosità, se non di significato storico e sociale.

Infine ci è sembrato che non si possano generalizzare o semplificare "*i consumi degli anziani*" quali soggetti titolari di un'identità puramente economica o di marketing, sintetizzabile attraverso una carta di credito o un bancomat, ma quali soggetti fra gli altri, appartenenti alla società in senso lato, ed espressione di un sentire individuale accomunato da bisogni, limiti ed esperienze specifiche, che ci hanno aiutato a conoscerli meglio e a capire di più.

In definitiva e in grandissima sintesi, "*gli anziani come soggetti, di bisogni, scelte e problemi di una società in divenire dove sono destinati a crescere numericamente e a pesare sempre di più*". Proprio perché, piaccia o no, questo è il trend per il futuro.

IN QUESTO NUMERO

• <i>Editoriale – Fiorella Nahum</i>	pag. 1
I consumi degli anziani	
• <i>"Consumi degli anziani": di che si parla? Rielaborazione di una ricerca a cura di Oscar Castellini</i>	pag. 3
• <i>Spendono e producono servizi – Fulvio Fulvi tratto dal quotidiano Avvenire</i>	pag. 5
• <i>Senior Consumers: dalla salute alla finanza – a cura di Oscar Castellini</i>	pag. 7
• <i>La Tecnologia, un consumo a servizio degli anziani – Emira Manina</i>	pag. 9
• <i>Senior Co-Housing: prospettive per l'Italia – Nadia Simionato</i>	pag. 11
• <i>Anziani: il nuovo tempo libero – Fulvio Campagnano</i>	pag. 13
• <i>Quant'è bella giovinezza... – Eligio Levi</i>	pag. 17
• <i>I persuasori occulti non ci avranno – Roberto Brambati</i>	pag. 18
• <i>Riflessioni di una ex consumista – Giovanna Bellasio</i>	pag. 19
• <i>Solo me ne vò... per la città – Antonio Mastrogiacomo</i>	pag. 20
Attualità e Costume	
• <i>Un mito quotidiano: i panzerotti Luini – Fiorella Nahum</i>	pag. 22
• <i>Un assessore ci salverà? – Fiorella Nahum</i>	pag. 25
Vita associativa	
• <i>Formazione (ottobre 2019 – marzo 2020)</i>	pag. 27
• <i>Workshop "Nonni-nipoti" – Claudia Alemani</i>	pag. 28
• <i>Momenti di approfondimento – Jenny Barbieri</i>	pag. 29
• <i>Milano "Architettura" – Jenny Barbieri</i>	pag. 30
• <i>Ricordando la Shoah: il Pentcho – Fiorella Nahum</i>	pag. 31
Visti, sfogliati, letti	
• <i>Perché l'Italia diventò fascista – B. Vespa – (a cura di F. Nahum)</i>	pag. 32
• <i>La parola "Dio" – G. Caramore – (a cura di A. Ceretti)</i>	pag. 33

Gruppo di Redazione:

*Fiorella Nahum
Giovanna Bellasio
Fulvio Campagnano
Oscar Castellini
Augusta Ceretti
Eligio Levi
Emira Manina
Antonio Mastrogiacomo*

Hanno contribuito a questo numero:

*Claudia Alemani
Jenny Barbieri
Giovanna Bellasio
Roberto Brambati
Fulvio Campagnano
Oscar Castellini
Augusta Ceretti
Eligio Levi
Emira Manina
Antonio Mastrogiacomo
Fiorella Nahum
Nadia Simionato*

Quote associative Nestore 2020

Soci individuali	50,00€
Soci collettivi	200,00€
Soci collettivi sostenitori	600,00€

*Banca Popolare di Milano – Ag.21
IT 16 E 05034 01737 000000042676
intestato ad ASSOCIAZIONE NESTORE*

I consumi degli anziani

Comportamento e consumi degli anziani.

Di che si parla? - Sintesi della ricerca "Il comportamento di consumo degli anziani" di Gianluigi Guido – Università di Salerno, marzo 2017 – a cura di Oscar Castellini, socio Nestore

Quando si parla di classi di persone su cui fare indagini, qualsiasi possano essere, occorre identificare bene le varie fasce di segmentazione al fine di poter trarne delle possibili e valide conclusioni.

Distinguiamo innanzi tutto i *Seniors* (nati prima del'45) dai *Baby Boomers* (nati tra il 1946 e i 1965). I *Baby Boomers* stanno invecchiando ma non sono vecchi e sono quindi capaci di vivere nuove esperienze. Sono caratterizzati da attivismo sociale e individualismo. Tale segmentazione parte dal presupposto che i soggetti che ne fanno parte hanno avuto esperienze di vita simili tra di loro e che hanno portato alla formazione di valori, atteggiamenti, comportamenti condivisi.

Distinguiamo innanzi tutto tra *Young-old* e *Old-old*: i primi sono anziani fino a 72 anni, attivi, in salute; i secondi dopo i 73 sono più sedentari e con minori capacità fisiche e mentali. Necessità di essere al corrente dei modelli di spesa delle due differenti categorie.

Una cosa da sottolineare è che gli ultimi studi socio demografici hanno dimostrato che l'età non basta come criterio di segmentazione degli anziani per il mercato ad essi rivolto.

A livello di consumi l'attuale generazione di anziani offre una più ampia varietà di ruoli (nonno, pensionato, ausiliario, esperto, saggio, ecc.).

È necessario per i marketers comprendere l'intera gamma di ruoli. In particolare si può identificare il pensionamento come una *rinascita dell'identità del consumatore* all'interno del quale gli anziani hanno più tempo e risorse per impegnarsi in obiettivi identitari e sono indotti dalle pubblicità ad apparire agli altri al meglio delle loro possibilità. Nelle donne, in particolare, i cambiamenti di ruoli iniziano prima e l'età cognitiva nelle donne anziane può essere vista come una vera forzatura nella percezione soggettiva.

Le consumatrici tendono con il passare degli anni ad essere meno razionali, analitiche e

consequenziali nelle loro scelte; manifestano un'età cognitiva inferiore e maggiore sicurezza.

Il pensionamento va visto come un fenomeno non lineare e di transizione entro il quale la famiglia del pensionato organizza i propri comportamenti d'acquisto in maniera differente - in particolare i primi 2 anni sono più partecipativi allo shopping e successivamente meno attivi -.

Il *Grey Market* diventa il nuovo mercato che le aziende tendono a sfruttare in base alle generali prospettive di vita.

L'Italia invecchia, mina
sulle pensioni del futuro.
Ma gli 'anziani' sono un
bacino per le imprese da
200 miliardi di consumi

Naturalmente i consumatori anziani necessitano prodotti chiaramente differenti dal resto della popolazione e non possono sempre adattarsi. Occorre perciò ridisegnare prodotti e servizi.

I cambiamenti culturali hanno avuto rilevanti effetti sugli anziani di oggi sotto molti punti di vista. Oggi ci avviciniamo ad un *ageless-society* dove l'età reale o percepita diviene sempre meno importante nella definizione di una persona. Il segmento degli anziani New-Age ricerca eccitazione, coinvolgimento e appagamento secondo uno stile di vita costruito sul concetto di una minore età cognitiva (è stata valutata una differenza media di 12 anni). Tale segmento evidenzia differenze in termini di atteggiamenti e valori rispetto a quelli più tradizionali: sono più predisposti a provare nuovi prodotti, esperienze di consumo, sfide personali e meno propensi ad accumulare ricchezze e cose materiali. Beneficiano di un reddito più alto che li porta a viaggiare di più e sono i più selettivi e meno influenzabili. Sono interessati alla spiritualità e alla cura del corpo e hanno maggiore interesse nell'apparire ed infine utilizzano sempre più le nuove tecnologie ed Internet.

A causa dell'accrescere della vita media delle persone, il mercato degli anziani tende ad aumentare. Da ciò consegue che anche specifici

consumi crescono come ad esempio le spese sanitarie. L'approccio all'acquisto di nuovi prodotti può essere facilitato se gli anziani sono educati a capire le innovazioni e collegarle a vantaggi personali. L'economia quindi deve adattarsi a un pubblico di consumatori che si riduce ed invecchia simultaneamente e con una domanda di consumo trascinata in modo crescente dai gusti e dai bisogni degli anziani.

In parallelo Politiche Pubbliche di sostegno come Servizi Sociali e Previdenza mirano a fornire informazioni sulle modalità di risparmio, incentivi e sostegno per la fascia dei più deboli.

Per quanto riguarda gli anziani un dato importante per il mercato è il *grado di soddisfazione e di benessere*. Tale dato riguarda un vissuto più ampio che riguarda la loro esistenza e il loro stato di salute che condiziona la soddisfazione. Per gli anziani il grado di soddisfazione nei riguardi della propria vita (*life-satisfaction*) deriva dalla comparazione tra le proprie aspettative e i risultati raggiunti e si tratta quindi di un dato soggettivo.

Gli elementi essenziali della soddisfazione per un anziano sono: *salute, socialità, qualità della vita*. In particolare la soddisfazione nei confronti della propria salute è la chiave per comprendere il benessere generale di una persona anziana. In generale, poiché l'anziano ha meno aspettative risulterà che la sua soddisfazione sarà maggiore di quella di un giovane.

Attaccamento ad una marca e alla fidelizzazione di un prodotto o servizio, sono due fattori che si manifestano attraverso un legame slegato da elementi di razionalità. Infatti non è un caso che preferiscono marche da tempo presenti sul mercato anziché nuove, vuoi per nostalgia, resistenza all'innovatività e attaccamento; un fattore che può derivare da valenze emotive e identitarie per l'anziano in generale.

Atteggiamento tipico dell'anziano è anche la sua fidelizzazione cioè la sua affezione ad una marca, prodotto o punto di vendita.

Con il sopravvivere della generazione dei *Baby Boomers* la loro condizione è notevolmente migliorata sia in termini di prospettive che di qualità della vita, anche se una gran parte della popolazione anziana ha ancora adesso un reddito molto vicino alla soglia di povertà.

A incidere sullo status finanziario sono soprattutto le spese mediche a causa dell'aumentare, con gli anni, delle problematiche legate alla salute.

Per questo motivo e per potere garantire un livello buono di Welfare sociale (oggi sempre più finanziariamente difficoltoso) alcuni Stati

incentivano i cittadini a convogliare parte dei risparmi nella creazione di un Fondo Pensionistico presso agenzie assicurative e istituti di credito privati.

Prende di fatto importanza una soluzione per la Pianificazione del Pensionamento che si rivolgerà non solo a monte, per i giovani, ma anche a valle verso gli anziani per garantire loro un grado soddisfacente della vita.

Quella idea poi stereotipata che l'anziano sia contrario a correre rischi finanziari si può considerare errata. Durante il periodo di pensionamento gli anziani infatti tendono ad aumentare i consumi, i risparmi investiti in prodotti finanziari facilmente liquidabili e ad aumentare l'assistenza finanziaria agli altri membri della famiglia.

Parlando di prodotti finanziari destinati ai Senior è necessario rilevare una loro propensione generale e diffusa verso società di brokeraggio e di banche commerciali da parte dei consumatori più anziani e meno affluenti. L'inesperienza può tradursi, il più delle volte, nell'incapacità di utilizzare correttamente le informazioni finanziarie.

Oggi gli Istituti di Credito hanno un nuovo marketing mix che li ha portati a sviluppare nuovi prodotti finanziari in base alle reali esigenze dei soggetti anziani, in ordine al servizio, alla location, alla comunicazione e ai loro prezzi.

Un'ultima cosa, la beneficenza.

Gli anziani rispetto ai giovani sono più propensi alla beneficenza. Gli elementi che spingono un individuo a donare sono *esterni* (che possono essere richieste di aiuto), *determinanti estrinseche* (età, sesso, reddito, status), *determinanti intrinseche* (un bisogno di autostima o senso di colpa, compassione, altruismo), *reazioni percettive* (spiritualità, resistenza agli stimoli esterni, autoaccettazione).

Tutti questi elementi, anche singolarmente, interagiscono e spingono l'anziano a donare. Non dimentichiamo che un importante strumento di finanziamento degli enti benefici sono infatti i lasciti ereditari.

Ne consegue che gli anziani diventano così promotori e/o fruitori di questi "consumi" che nell'ambito del sociale prendono sempre più corpo ed importanza. Coloro che, anagraficamente, ne hanno più bisogno, diventano a loro volta degli autentici stakeholders di questa filiera infinita e poliedrica dei "Consumi".

Spendono e producono servizi.

La "rivoluzione" degli anziani

Articolo di **Fulvio Fulvi** pubblicato a pagina 10 su **Avvenire** del 30 ottobre 2019

Quasi sempre in buona salute, con solide posizioni patrimoniali e una notevole propensione al consumo, in particolare nei settori del tempo libero e della cultura. E', in sintesi, il ritratto dell'italiano ultra sessantacinquenne che emerge dal 1° Rapporto Censis-Tendercapital, sulla cosiddetta "Silver Economy" presentato ieri a Roma.

La ricerca, che punta l'attenzione sui "buoni investimenti", mostra anzitutto come l'anziano in Italia sia un "generatore di welfare sociale e di relazioni", protagonista "di una silenziosa, quotidiana, profonda rivoluzione della società". Una figura lontana, quindi, dagli stereotipi del "vecchio" povero che pesa sulla collettività. L'anziano è una risorsa e non più un costo, almeno nella maggior parte dei casi. Lo studio parla addirittura di una "nuova potenza economica" con un ruolo definito "irrinunciabile" (e quindi sussidiario) nella produzione di servizi di utilità sociali.

Il 62,7% degli intervistati dichiara infatti di avere "le spalle coperte" dal punto di vista economico (contro il 36,2% del totale degli italiani che non ritiene solida la sua posizione). Il 60% delle pensioni erogate è inferiore ai mille euro mensili, ma sono molti i nuclei familiari dove ogni mese entrano due "assegni di quiescenza". L'incertezza per il futuro riguarda invece solo il 6,5% del segmento di popolazione preso in esame, che lamenta difficoltà nel tirare avanti.

Nel nostro paese vivono oggi 13,7 milioni di persone con più di 65 anni, il 22,8% della popolazione (siamo i primi in Europa): un trend in costante crescita, tanto che – si legge nella relazione – le previsioni annunciano per il 2051 un incremento della "categoria" di circa 3 milioni di unità (+ 42,4% mentre la popolazione della Penisola marcherà un - 4,1%). La regione più longeva d'Italia è la Liguria (28,5%) seguita da Friuli Venezia Giulia (26,2%) e Umbria (25,6%).

Il rapporto si basa sull'analisi di redditi, patrimoni, consumi ma anche dei fabbisogni, degli stili di vita e dei valori di cui sono portatori gli anziani ma considera anche aspetti più complessi come la cronicità delle patologie e la non autosufficienza (2,8 milioni non sono in grado di accudirsi da soli). Elevato è il bisogno di assistenza, garantita in 7 casi su 10, da mogli e figlie e da circa un milione di badanti, con una spesa annua per la loro retribuzione stimata in circa 9 milioni di euro, altri soldi che entrano nel circolo.

Il Rapporto evidenzia inoltre che la ricchezza media degli anziani è più alta del 13,5% rispetto a quella degli italiani mentre i "millennial" (i cittadini nati negli anni '80 e '90) fanno registrare addirittura una ricchezza inferiore del 54,6% rispetto alla media. Da ciò deriva che se i consumi degli italiani soffrono, quelli degli anziani no: nell'ultimo biennio la spesa media della popolazione segna infatti un +3,6% ma quella dei

longevi è cresciuta del 4,5% (la spesa dei giovanissimi invece è calata del 3%).

Gli ultrasessantacinquenni spendono in un anno 2,3 miliardi per musei e mostre (+47% in dieci anni), 2,2 miliardi per il cinema (+58,2%), 2 miliardi per visitare monumenti e siti archeologici: le prime tre voci di consumi tra le attività svolte "per migliorare la qualità della vita".

Il dato drammatico è che se non ci fossero i nonni molte famiglie sarebbero in difficoltà perché sono i più anziani a occuparsi regolarmente dei nipoti, a contribuire al mantenimento della famiglia dei loro congiunti. Sono 1,2 milioni, infine, gli ultrasessantacinquenni che svolgono attività gratuite in associazioni di volontariato.



“Anziani attivi e felici”

In 25 anni il benessere economico degli over 65 è aumentato del 77% - *(riprodotti dal supplemento “Popotus” di Avvenire del 30 ottobre 2019)



[...] L’Italia è ai primi posti in Europa per longevità, con una media di 83 anni. Si vive di più perché si vive meglio, tant’è che quasi tutti gli intervistati (88 su 100) si dichiarano soddisfatti della propria esistenza, grazie al benessere economico: negli ultimi 25 anni la ricchezza di chi è nella terza e quarta età è aumentata del 77%. Anche se il 60% delle pensioni non supera i 1.000 euro al mese, in molte famiglie entrano più pensioni, a cui si aggiungono i risparmi, la casa di proprietà e altri redditi. E così, se gli Italiani in generale hanno ridotto del 14% le spese, gli anziani al contrario le hanno aumentate del 23%. Ma come impiegano i loro soldi?

Scelgono attività che migliorano la qualità della vita: in un anno spendono 2,3 miliardi di euro in musei e mostre, 2,2 per il cinema, 2 per visitare monumenti e siti archeologici, e via via per andare a teatro, ai concerti, a ballare, per viaggi e vacanze... Sembra proprio che la cultura allunghi la vita.

“I nonni aiutano altri nonni” *(Vedi supplemento “Popotus”)

Anziano è bello, ma non sempre, visto che oltre 2,8 milioni di persone avanti con l’età non sono autosufficienti, hanno cioè bisogno di assistenza continua e molto spesso non possono permettersela. Ecco allora che i nonni più fortunati entrano in azione, anziani che si occupano di altri anziani per il piacere di essere utili: sono più di 5 milioni – un milione in modo regolare – e fanno parte di un formidabile ingranaggio di aiuto tra pari. Ma il loro contributo alla collettività non riguarda solo i coetanei: sono infatti 1,2 milioni quelli che sono impegnati nel sociale con attività gratuite in associazioni di volontariato, nei settori più diversi.

Se fino a qualche anno fa la longevità era vista come un costo (per cure e assistenza), oggi è fonte di sostegno e un motore per l’economia.



Senior Consumers: dalla salute alla finanza

(Fonti: Assolombarda-FederAnziani – 2018)
a cura di **Oscar Castellini**, socio Nestore

Gli over 65 si caratterizzano per: un consumo pro-capite medio annuo più elevato, 15.700€ (contro i 12.500 per gli under 35); un reddito medio più alto, 20.000€ (a fronte di 16.000 degli under 35); una maggiore ricchezza reale pro-capite, 232.000€ (vs 110.000); una resilienza al ciclo economico in quanto il reddito medio annuo degli over 65, tra le diverse fasce d'età, è l'unico ad avere superato i livelli precisi.

Gli anziani in salute rappresentano un segmento di consumatori appetibile per le imprese e diverse aziende stanno ritardando i propri prodotti, beni o servizi, a misura di anziano. Il punto cruciale, dunque, non è tanto invecchiare, ma invecchiare "bene" e in Italia, da questo punto di vista, la situazione è favorevole: l'indicatore "*speranza di vita a 65 anni*" è di 21 anni; un sessantacinquenne avrebbe in media davanti a sé 9,9 anni di vita in salute.

Il profilo dell'italiano ultrasessantacinquenne è quello di una persona che vive in una casa di proprietà, ha mezzi economici e tempo a disposizione per aiutare anche economicamente i familiari (30% dei casi), ha una vita sociale più ricca e frequenta più spesso gli amici, fa sport (il 14,4% tra i 65 e i 74 anni), va in vacanza e si dedica sempre di più ad attività di volontariato. Genera una domanda di beni e servizi crescente, diversificata e sempre più significativa, differente da quella che le statistiche coglievano solo un decennio fa.

Il valore complessivo, in euro correnti, della spesa degli over 65 è di circa 200 miliardi di euro, quasi un quinto dell'intero ammontare dei consumi delle famiglie residenti.

Promuovere presso i senior maggiore formazione bancaria, finanziaria e assicurativa e la conoscenza di prodotti favorevoli a loro riservati, non solo in ambito bancario ma anche in altri contesti (ad esempio: salute) è l'obiettivo di una campagna d'informazione promossa da Senior Italia FederAnziani in collaborazione con Intesa Sanpaolo.

L'iniziativa, in modo mirato, nasce per parlare di risparmio, prestiti, mutui, assicurazioni.

La campagna di informazione rappresenta un altro importante passo nella collaborazione già avviata fra le due realtà con gli obiettivi di favorire il benessere e la qualità della vita dei Senior; valorizzare il ruolo dei Senior nell'ambito delle loro famiglie e della società; favorire l'inclusione finanziaria dei Senior.

Con questi obiettivi Senior Italia FederAnziani ha avviato la partnership con Intesa Sanpaolo, la cui rete in Italia consta di 4.000 filiali, 11,1 milioni di clienti, nonché leader in tutti i segmenti bancari con una quota di mercato del 16% nei depositi e nei crediti.

La collaborazione tra le due realtà è partita nel 2016 con la realizzazione di un workshop informativo e un convegno nell'ambito del Forum della Salute ed è proseguita con la realizzazione di un'ampia survey per comprendere le esperienze pregresse e le esigenze dei senior in merito ai prodotti finanziari.

Ora Senior Italia FederAnziani e Intesa Sanpaolo proseguono il lavoro comune con una campagna informativa/formativa e di inclusione finanziaria attraverso la rete territoriale e i canali comunicativi di Senior Italia FederAnziani.

La campagna, articolata attraverso una serie di incontri nei Centri Sociali Anziani, consentirà ai partecipanti di approfondire la loro consapevolezza su temi quali risparmio, prestiti, mutui, assicurazioni e prodotti finanziari in genere anche al fine di ridurre il rischio di truffe.



Su cosa investono i pensionati italiani?

Uno degli investimenti più tradizionali sono i Buoni delle Poste e di solito comprano quelli Ordinari, anche se magari gli converrebbe prendere quelli legati agli indici delle Borse Europee, ma non disdegnano quelli per minorenni, un classico per un pensionato che vuole fare un regalo ad un nipotino.

Le persone anziane sono molto propense ad investire soldi in Poste Italiane, perché sanno che

la maggior parte sono **investimenti garantiti**, e che comunque – almeno per il momento – Poste non potrà fallire perché legata alla Cassa Depositi e Prestiti, al contrario delle normali banche italiane che potrebbero cadere in un **Bail In**.

Tra questi prodotti amano da sempre i libretti postali, ma non disdegnano nemmeno i Conti Deposito bancari.



Altri investimenti sicuri per i pensionati rimangono quelli classici, cioè il settore immobiliare; l'oro, i diamanti, le opere d'arte, ovviamente tutti **beni rifugio** e considerati tutti come degli investimenti a lungo termine.

In questo ultimo anno si è vista una notevole crescita degli investimenti in oro, comprare il metallo giallo sembra diventata la soluzione per compensare la volatilità dei mercati azionari.

Le tasse da pagare sui **redditi da capitale**, sono purtroppo – per i piccoli investitori – aumentate in questi ultimi anni.

Le tasse quindi, saranno calcolate sul reddito (gli interessi positivi) che abbiamo fatto con l'investimento.

Per esempio: se in 1 anno ho investito 1.000 euro e ho guadagnato 100 euro, dovrò pagare il **26%** sui **100 euro** che ho guadagnato e quindi **dovrò dare 26 euro al fisco**.

Questo succede con la quasi totalità degli investimenti che si fanno, a meno che non siano investimenti su Obbligazioni Statali italiane o Buoni Fruttiferi postali, lì l'aliquota non è del 26% ma del 12,5%.

Veniamo ora alla parte ‘succosa’ di questo articolo: parliamo di monete virtuali.

I pensionati non sono tutti poveri o in bolletta, ce ne sono anche di benestanti anzi: rispetto ai giovani sono mediamente più ricchi e molti di loro hanno una bella quantità di risparmi da parte sia in **immobili** che in beni mobili, cioè conti correnti,

conti deposito, Buoni postali o altre forme di solidi investimenti.

Una piccola parte di questi risparmi, potrebbero essere investiti in crypto valuta o moneta virtuale. Dato che si tratta di investimenti ad altissimo rischio, **sconsigliamo di investire oltre il 3% – 5% dell'intero capitale**.

Per fare un buon investimento è importante conoscere alcuni elementi tecnici, ma questo non è tutto.

È ancora più importante conoscere gli aspetti personali di chi fa l'investimento che sono completamente slegati dai mercati finanziari.

Ciascuna scelta finanziaria, infatti, implica dei compromessi fra rischio e rendimento.

Il compromesso ideale dipende dalla specifica situazione personale. Ne deriva che per consigliare l'investimento ideale è INDISPENSABILE conoscere a fondo la situazione personale di chi fa l'investimento. Con situazione personale intendo:

- 1) i dati anagrafici personali e della stretta cerchia familiare;
- 2) il complesso del patrimonio, dei redditi e delle spese;
- 3) le necessità finanziarie oggettive e psicologiche;

È sempre valido il consiglio generale che spesso è meglio rinunciare ad un mancato rendimento (la rendita di cui si parla) piuttosto che cadere in una delle moltissime trappole tese dal mondo del risparmio gestito. Vi è sempre la possibilità, infatti, di parcheggiare momentaneamente la liquidità di un deposito remunerato ed acquistare delle obbligazioni in una fase di mercato meno pazza come quella che stiamo vivendo. Non è certamente la soluzione tecnicamente migliore, ma sicuramente è una soluzione che non espone a rischi.

La tecnologia: un consumo al servizio degli anziani

Emira Manina, socia Nestore

Le aspettative di vita si spostano verso un'età sempre più avanzata; nella nostra società è pressoché scomparso il concetto di "famiglia" dove convivevano più generazioni a reciproco supporto; sono sempre più numerosi i nuclei familiari composti da una/due persone, di cui una gran parte costituita dalla categoria più fragile: quella degli anziani bisognosi, a vari livelli, di assistenza, di pratiche per la conservazione della propria autonomia, di sicurezza. Il fenomeno si riflette anche sul cambiamento dei modelli di consumo delle famiglie degli anziani e sui bisogni sociali e sanitari di questa fascia di popolazione. Può la tecnologia fornire un supporto per facilitare la vita quotidiana dell'anziano?

Una risposta in senso affermativo la possiamo trovare: nella **Robotica**, nella **Domotica**, nella **Teleassistenza**. In un interessante articolo di Aladar Bruno Ianes, direttore medico di Corian Italia, dal titolo "*I robot si prenderanno cura dei nostri anziani?*", riportato su un numero della rivista "Il dirigente" di Manageritalia, viene evidenziata l'importanza dello sviluppo della "Robotica medicale" con campi di applicazioni specifici per la popolazione anziana e conseguenti importanti ricadute positive sia in campo economico che sociale. Secondo dati ISTAT, tra un trentennio oltre un terzo degli italiani avrà più di 65 anni e le persone di 90 anni passeranno dagli attuali 700mila a 2,5milioni.

Incremento che si riflette anche in ambito di prospettive economiche correlate alla Silver Economy, ove sta emergendo un settore interdisciplinare di ricerca su applicazioni tecnologiche espressamente disegnate per gli over 75, che attribuisce alle tecnologie e all'intelligenza artificiale un ruolo chiave per l'indipendenza, la sicurezza e la qualità della vita degli anziani e, conseguentemente, l'aprirsi di un'importante fetta di mercato.

Una delle branche più promettenti è la "Robotica riabilitativa" che sta contendendo il tasso di crescita al comparto di "Robotica chirurgica" rispetto a tutti gli altri campi di "Robotica medica", proprio grazie all'importante impulso ricevuto dagli ambiti neurologico e geriatrico che spesso convergono su parecchie patologie dell'anziano e che richiedono poi importanti percorsi riabilitativi.

Ad assistere medici e fisioterapisti, o a sostituirli nelle terapie necessarie dopo traumi o malattie invalidanti, o comunque per diminuite capacità motorie o di equilibrio, tipiche di molti anziani, sono una notevole quantità e varietà di dispositivi fra cui citiamo: "Robot indossabili", "Esoscheletri totali" o per "singole parti del corpo", "Arti robotici", "Robot fisioterapisti", apparecchiature che riproducono i movimenti naturali degli arti e che consentono allenamenti deambulatori personalizzati e monitorati, anche dal paziente, in realtà virtuale. Dispositivi aventi l'obiettivo di replicare la stessa biodinamica dell'uomo ed in grado di misurare le patologie dell'apparato muscolo scheletrico e del sistema vestibolare e cognitivo fornendo al terapista una strategia riabilitativa per i diversi distretti del corpo.



Si citano anche dispositivi per il "ricupero funzionale" il cui funzionamento ricorda quello di un videogioco, dove su di uno touch-screen appaiono oggetti da toccare ed il paziente, a seconda dell'arto da riabilitare, può interagire con la macchina, seduto o su di una pedana, per eseguire oltre 160 esercizi riabilitativi. Le nuove tecnologie in ambito geriatrico permettono inoltre di lavorare sul controllo posturale, sulla propriocezione e sull'equilibrio, e vengono utilizzate per la prevenzione e nella valutazione del rischio di caduta dell'anziano, una delle prime cause di disabilità degli over 75 anni.

È inoltre possibile essere seguiti da medici o fisioterapisti nella propria abitazione interfacciandosi con loro sullo schermo durante l'esecuzione assistita degli esercizi riabilitativi.

Anche la **Domotica**, disciplina dedicata allo studio delle tecnologie migliorative della qualità della vita nell'abitazione e negli edifici in genere, può offrire un importante contributo alla sicurezza ed all'autonomia, o semi-autonomia dell'anziano, consentendogli di continuare a vivere nella sua casa, condizione generalmente auspicata sia

dall’anziano stesso che dalle strutture sociosanitarie ad esso preposte.



La “Domotica”, con le sue possibilità di connessione dei diversi impianti presenti nell’abitazione, permette l’entrata in funzione automatica e l’integrazione delle più varie funzioni quali: controllo, sicurezza, confort, risparmio energetico, diffusione sonora, illuminazione, comunicazione, ecc., attivabili e programmabili da un’unica unità di controllo e supervisione e, anche, da smartphone e tablet. Sono moltissime le funzioni automatiche che si possono attivare e altrettante le loro combinazioni, programmabili sia dall’interno che dall’esterno dell’abitazione anche da posizione remota. Entrare in una “casa domotica” è come entrare in una casa fatata dove automaticamente: si aprono e si chiudono le porte; si alzano e si abbassano le tapparelle; si accendono le luci in uno o più ambienti e ne vengono regolate intensità e colore anche in punti diversi di uno stesso ambiente od in altri dell’alloggio; si ascoltano musiche in più locali, uguali o diverse locale per locale; si avviano elettrodomestici; si regola la temperatura con contemporanea regolazione dei consumi; viene segnalata la presenza di persone o cose estranee; vengono rilevate e segnalate perdite d’acqua, fughe di gas e quant’altro la fantasia può dettare con relative combinazioni.

Nell’ambito di tutte le possibilità offerte da questa tecnologia si inserisce la “Domotica assistenziale” come espressione di aiuto a disabili ed anziani perché, grazie alle automazioni personalizzabili, si rende possibile anche per loro l’esecuzione in autonomia di azioni anche complesse, altrimenti non perseguitibili. Tra la gamma di “sistemi domotici” offerti dal mercato è opportuno adottare per gli anziani quelli più semplicemente gestibili, con linguaggi intuitivi, immediati anche per loro che, spesso, trovano difficile il dialogo con le nuove tecnologie. È auspicabile che a questa scelta partecipino più figure: medici, progettisti,

tecnicni, al fine di adottare soluzioni che possano dare adeguata risposta alla valorizzazione delle capacità residue dell’anziano, privilegiando quelle funzioni che più si prestano al mantenimento della sua autonomia e della sua sicurezza.

Altro importante campo dove la tecnologia può offrire un notevole contributo all’anziano, soprattutto all’anziano che vive da solo, è la **“Teleassistenza”**. Tecnologia di assistenza a distanza in grado di recare soccorso, in tempi brevi, nei casi di emergenza a seguito di malori, cadute, incidenti di vario genere, rendendo la solitudine dell’anziano più accettabile perché confortata dalla consapevolezza dell’aiuto che può essere attivato in breve tempo. Il mercato offre dispositivi diversi fra cui, forse, quelli più diffusi e conosciuti sono quelli costituiti da un bracciale da indossare, simile ad un orologio, e da una “Stazione base” installata nell’abitazione. L’orologio è dotato di sensori in grado di monitorare diversi parametri utili a stabilire lo stato ed i movimenti della persona che lo indossa, di trasmetterli alla Stazione base che, se rilevato lo stato di emergenza, li comunica a numeri telefonici memorizzati: famigliari, amici, Centro Servizi, a seconda delle scelte configurate. Lo stato di necessità può essere segnalato sia attraverso un pulsante sul bracciale premuto da chi lo indossa, sia dall’orologio stesso che è in grado di rilevare l’emergenza e di inviare automaticamente la chiamata di soccorso ai numeri telefonici configurati.

Altro sistema di soccorso a distanza è quello attivato attraverso particolari tessuti, o capi di biancheria, con sensori in grado di rilevare la posizione e di monitorare i parametri fisiologici dell’anziano durante lo svolgimento di diverse attività, con segnali che possono essere visualizzati sul proprio smart-phone ed inviati ad una Centrale di Allarme a medici curanti e/o a care-giver, assicurando un costante controllo all’anziano ed un rapido intervento in caso di allarme.

Le Regioni ed i Comuni mettono a disposizione, per le persone con limitazioni permanenti, contributi per l’acquisto di tecnologie, comprese quelle “domotiche”, finalizzate al miglioramento dell’accessibilità e della fruizione dell’ambiente domestico. Si riducono così per lo Stato i costi a lungo termine dei Presidi Sociosanitari e si dà la possibilità anche agli anziani di continuare a vivere autonomamente nella propria casa supportati, appunto, da tecnologie per loro predisposte.

Senior Co-housing: prospettive per l'Italia

A cura di **Nadia Simionato**, (CEO di Newcoh-Cohousing.it)

Secondo molti esperti, è necessario ripensare all'insieme dei servizi sociali per gli anziani: la spesa sociale italiana impegna molte risorse per la vecchiaia. Tuttavia, i servizi assistenziali non bastano più a soddisfare una domanda che sta diventando sempre più diffusa e complessa.

È urgente pensare a soluzioni alternative su molti fronti, tra cui quello delle politiche abitative.

La percentuale di persone anziane nella nostra società cresce rapidamente. La "nuova vecchiaia" non è un passaggio netto dall'autonomia alla non autosufficienza ma un percorso graduale di perdita dell'autonomia che deve essere rispecchiato nei servizi, tra cui quelli abitativi.

Nel nostro Paese il 18,5% del totale di ultra65enni (2,5 milioni di persone) è in una condizione di non autosufficienza per almeno una delle funzioni essenziali della vita quotidiana e l'11% delle famiglie ha almeno una persona al proprio interno con limitazioni funzionali (e di queste, meno del 20% riceve assistenza domiciliare pubblica, dati Istat 2013).

Inoltre, il sostegno alla vecchiaia impiega più della metà delle risorse destinate alla spesa sociale. L'Italia è tra i Paesi europei con la spesa per vecchiaia più alta (e tra quelli con la spesa per famiglie e infanzia più bassa).

Le risorse impiegate sono molte, ma non sono spese in modo efficiente. Il sostegno alla vecchiaia si esplicita per lo più in erogazioni monetarie (quali pensioni, indennità di accompagnamento, ecc.) e poco nell'offerta di servizi.

L'attuale modello di Welfare italiano prevede che le famiglie soddisfino i loro bisogni di cura autonomamente (attingendo ai propri risparmi o fornendo loro stesse le cure di supporto agli anziani). I cambiamenti delle strutture familiari impongono di soddisfare bisogni di cura e socialità anche all'esterno della famiglia. Fattori determinanti sono la contrazione delle risorse destinate agli anziani; l'allungamento dell'aspettativa di vita media; l'aumento del numero delle donne impiegate in attività; gli orari di lavoro sempre più estesi e flessibili; l'avanzamento dell'età di donne primipare; l'emigrazione giovanile, che allontana, anche

fisicamente, le generazioni; il cambiamento delle dinamiche sociali.

Il cohousing e il senior cohousing

Il cohousing è un'abitazione collaborativa nella quale i residenti partecipano attivamente alla progettazione del proprio habitat e nella scelta del proprio vicinato. Le abitazioni private dei cohousing contengono tutte le caratteristiche delle case convenzionali e mantengono la dimensione di totale privacy, ma prevedono l'aggiunta di aree comuni che incoraggiano l'interazione sociale. I residenti possono quindi accedere a una serie di attrezzature e strutture comuni come giardini, lavanderie, sale hobbies, cucine e a tanti servizi pensati per migliorare la qualità della vita.



Tra le declinazioni frequenti nel Nord Europa troviamo anche i senior cohousing: in questa area ne esistono circa 400, prevalentemente diffusi nei Paesi nordici (ma si stanno diffondendo anche nell'Europa mediterranea, Spagna e Francia in primis). Il modello è ancora per la maggior parte sperimentale e spontaneo, di tipo associativo, ma supportato e agevolato dalle amministrazioni pubbliche, specialmente locali; la sperimentazione ha già dimostrato che si tratta di un modello di "secondo welfare" sostenibile.

In Francia e Germania stanno nascendo realtà private che sviluppano/organizzano residenze in senior cohousing e gestiscono i servizi. Le pubbliche amministrazioni appaiono interessate ad agevolare questi progetti anche se non esiste, ad oggi, una legislazione univoca e centralizzata, ma esperienze simili di collaborazione pubblico/privato.

Secondo una ricerca della Wageningen University di Utrecht – Daphne Albers (2007), la comparazione tra la condizione di vita di oltre 200 abitanti in insediamenti di senior cohousing in Olanda con un campione ponderato e omogeneo di terza età che vive individualmente, ha dimostrato che: gli abitanti di insediamenti in

cohousing vivono in condizioni di piena indipendenza mediamente 10 anni più di chi vive da solo (74 contro 64 anni, in media); chi vive in cohousing ha contatti sociali più frequenti e una vita più attiva (coltivano hobby o partecipano ad attività collettive almeno una volta alla settimana il 76% di cohouser contro il 25% della media nazionale); gli abitanti in cohousing considerano gli spazi in comune come una "estensione" della loro casa e sono soddisfatti di vivere in abitazioni anche di piccole dimensioni (il campione nazionale di chi vive da solo denuncia una significativa insoddisfazione per la propria abitazione).

La situazione in Italia

A parte alcuni sporadici casi, in Italia il senior cohousing è ancora agli inizi, in una fase del tutto sperimentale: manca ancora una puntuale analisi del mercato e il supporto della pubblica amministrazione è quasi del tutto assente.

Tuttavia, i tempi sembrano essere maturi perché si assiste a una forte sollecitazione da parte del mercato e delle community interessate a questo tipo di soluzione, mentre stanno progressivamente maturando condizioni culturali dal momento che si osservano le sperimentazioni funzionanti in altri Paesi. Va comunque detto che il modello spontaneo di aggregazione dei cohouser non appare sostenibile nel nostro Paese così come i primi esempi di social housing.

Fra gli esempi nostrani, nel 2014 ha preso il via a Trento la "Casa della Vela", progetto di cohousing intergenerazionale in cui anziani e studenti vivono sotto lo stesso tetto, in appartamenti separati, e condividono gli spazi comuni della Casa ma, soprattutto, l'esperienza di vita. Il progetto è nato quindi dall'analisi dei reciproci bisogni e come esperimento per dare una soluzione al problema degli anziani prestando particolare attenzione agli aspetti di relazione e costi.

Nel nostro, come in altri Paesi ci sono anche i cosiddetti "Silver Housing", ossia soluzioni lusso, a costi molto elevati, che offrono un alto livello di assistenza ma che, ovviamente, non possono essere rivolte a un pubblico vasto.

Sarebbe importante diffondere anche in Italia il senior cohousing perché invecchiare in comunità anziché invecchiare in un luogo rovescia la logica dell'assistenzialismo e promuove azioni ex ante, riducendo il disagio potenziale. Vi è poi l'importante aspetto del "Co-care": i cohouser si supportano reciprocamente nei periodi di difficoltà e sono in grado di risolvere i problemi assistenziali meno complessi. Inoltre, si può

formare una Comunità aperta, che si relaziona con l'esterno, promuove e organizza servizi, scambia opportunità a beneficio di tutti e con economie di scala: aggregazione e ottimizzazione della domanda di servizio (pasti, pulizie, attività...) e di specialisti (medici, infermieri, assistenti domiciliari, ecc.), con conseguenti risparmi sia per chi gestisce le strutture che per gli inquilini stessi. Per questo il Senior Cohousing viene incentivato sempre di più dai governi nordeuropei che, in questo modo, trovano una soluzione efficiente a un problema assistenziale.

Newcoh – Cohousing.it dal 2007 promuove in Italia progetti di Cohousing privilegiando l'intergenerazionalità e il mix sociale. Il senior cohousing rappresenta un'area di interesse anche alla luce, come detto, delle esperienze estere e tuttavia la peculiarità della domanda italiana porterebbe a privilegiare l'idea di "gruppi senior" inseriti in contesti di cohousing multigenerazionale. Entrambi i modelli presentano vantaggi e svantaggi: l'omogeneità di fruitori all'interno di un "senior cohousing puro" agevolerebbe notevolmente le economie di scala di spazi e servizi dedicati, tuttavia il mix sociale e generazionale rappresenta per i più proprio quel valore aggiunto che un cohousing può offrire (vivere in contesti di micro comunità ampia e varia, dove i reciproci vantaggi in termini di relazione sono determinati anche dalle diversità tra gli appartenenti alla comunità). Un equilibrio che va ben valutato con i grandi operatori immobiliari (gli unici ad essere in grado, oggi, di affacciarsi a questo tipo di sviluppi potendo investire e sperimentare) che tuttavia ad oggi, non sono particolarmente attratti dal mercato italiano, specialmente quello "a reddito", anche a causa di un quadro normativo molto incerto e sfavorevole. L'intervento pubblico, in questo senso, sia a livello normativo, sia a livello di supporto, potrebbe determinare l'effettiva svolta che ad oggi manca e di cui tanto si sente il bisogno.



Anziani: il nuovo tempo libero

Fulvio Campagnano, socio Nestore

Attenzione: gli anziani hanno decisamente voltato pagina. Alcune ricerche fatte negli ultimi anni e, in particolare, gli ultimi dati CENSIS e ISTAT denotano che gli "over 65" hanno cambiato il proprio stile, riuscendo – tra l'altro - a riorganizzare e gestire diversamente il proprio tempo libero. L'aumento della longevità, dovuta alle migliori condizioni e al benessere economico più elevato, ha portato ad una modifica radicale del quotidiano, stravolgendo usi e abitudini.

È pur vero che in una società complessa come la nostra chi si ferma è perduto, ma i "nonni" italiani si sono messi al passo con i tempi, rapportandosi sempre più e sempre meglio con il resto della società. Hanno assunto ruoli rilevanti nei comportamenti intergenerazionali e nel volontariato e, come si è detto, vivono diversamente il proprio tempo libero. Se sono cambiate le abitudini, c'è da sottolineare come sia cambiato anche il concetto di "vecchio". Un recente studio del prof. Edoardo Boncinelli, genetista, professore di Biologia e Genetica al S. Raffaele di Milano definisce "vecchio" chi ha compiuto 75 anni, forse superando la valutazione anglosassone che applicava la seguente suddivisione in sottocategorie:

- **Young-old:** (65-70 anni) riferita ai cosiddetti "giovani vecchi"
- **Middle-old:** (70-74 anni) riferita ai cosiddetti "mezzo vecchi"
- **Old-old:** (oltre i 75 anni) riferita ai cosiddetti "vecchi vecchi"

Pertanto, secondo il prof. Boncinelli, oggi si inizia a essere biologicamente vecchi al compimento dei 75 anni.

Spostiamo ora l'attenzione sulla cosiddetta "Grey Economy" con particolare riferimento alle spese riferite a turismo, cultura e spettacolo.

Gli anziani hanno una ricchezza media più alta del 13,5% rispetto a quella media della totalità degli italiani. Questo dato è fornito dal CENSIS nella cui relativa ricerca si evidenzia che in 25 anni si è ridotta la spesa dei consumi familiari (-14%) mentre è aumentata quella degli anziani (+ 23%)

che oggi spendono molto più anche per la cultura, lo svago e i viaggi.



Si è recentemente svolto a Milano un convegno per illustrare il 15° Rapporto Annuale di Federculture 2019 sul tema della spesa per la ricreazione. Federculture è l'associazione nazionale degli enti pubblici e privati, istituzioni operanti nel campo delle politiche e delle attività nel settore della cultura, del turismo, dello sport e del tempo libero.

Il consuntivo 2018 si è assestato su 72,5 miliardi di euro, pari al 6,7% della spesa complessiva delle famiglie italiane, con la stessa incidenza che si era osservata per il 2017. L'incremento registrato rispetto al 2017 è stato del 2,4%, leggermente superiore a quello osservato nel totale di spesa per consumi finali pari al 1,9%.

Nella composizione interna della voce di spesa per ricreazione e cultura, rimasta sostanzialmente invariata, si può notare che quella destinata a servizi culturali e ricreativi, pari a 30,3 miliardi, ne rappresenta sempre la porzione maggiore (42%), ma è cresciuta nel 2018 meno delle altre componenti (1,4%).

È interessante rilevare che, nel 2018, tra le varie voci che compongono la spesa culturale quella che aumenta maggiormente è la spesa per l'acquisto dei libri, (+ 5%). A livello di spesa media mensile familiare il dato medio nazionale è pari a 127,7 euro. Nelle regioni settentrionali la spesa supera i 150 euro. Mentre nel Sud e nelle isole lo stesso dato scende a 80 euro circa.

Ovviamente gli anziani, come si è detto, sono coloro che hanno speso di più.

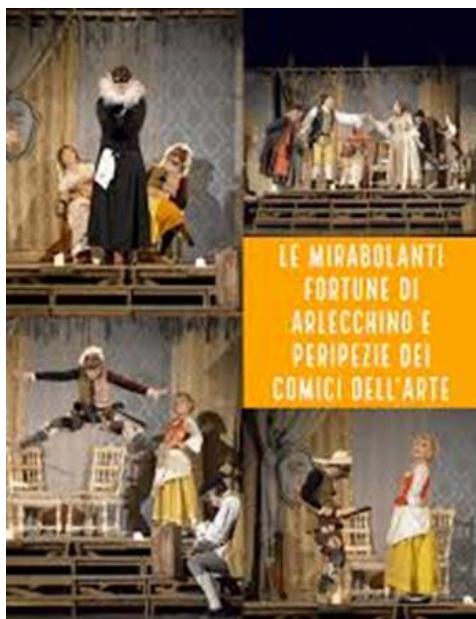
È interessante dare uno sguardo alle seguenti importanti statistiche fornite dall' ISTAT riferite alla fruizione culturale in termini di presenze.

La fruizione culturale 2018 per classi di età (per 100 persone con le stesse caratteristiche)

	E	T	A'		
Attività' Culturali	55 - 59	60 - 64	65 - 74	75 e più	Media Nazionale
Teatro	19,1	19,0	16,5	8,2	19,2
Cinema	39,0	34,3	23,9	9,0	48,8
Musei e mostre	29,8	32,0	24,6	10,7	31,7
Concerti di musica classica	9,2	9,5	7,6	5,0	9,3
Altri concerti di musica	15,9	13,2	7,7	3,5	20,0
Spettacoli sportivi	20,8	18,0	11,7	5,7	25,4
Discoteche, balere, ecc.	10,3	8,0	5,3	3,0	19,2
Siti archeologici monumenti	27,9	28,6	21,8	8,1	27,4

La fruizione culturale 2018 per classi di età (variazione % 2018/2017)

	E	T	A'		
Attività' Culturali	55 - 59	60 - 64	65 - 74	75 e più	Media Nazionale
Teatro	1,0	0,0	5,8	2,4	0,0
Cinema	3,7	-0,3	5,3	9,8	1,6
Musei e mostre	0,3	0,6	5,6	1,90	3,6
Concerti di musica classica	4,2	1,1	1,3	6,4	2,2
Altri concerti di musica	3,6	8,2	2,5	14,6	7,5
Spettacoli sportivi	1,0	5,3	1,7	9,5	2,4
Discoteche, balere, ecc.	1,9	7,0	19,7	11,8	0,0
Siti archeologici monumenti	4,1	9,2	12,4	2,5	9,2



Questo scenario descrive, dunque, un Paese che ha affrontato la crisi e negli anni più recenti ha messo in atto politiche di incentivo al settore culturale, o meglio ad alcuni suoi ambiti in particolare, ossia quello dei musei e dei siti monumentali e archeologici, che hanno prodotto risultati positivi e portato con loro anche nuove importanti risorse e iniziative rivolte alla conservazione, al restauro, all'incremento del patrimonio culturale. Questo ci dice che si può, e si deve, agire anche negli altri ambiti.

Il Rapporto di Federculture evidenzia i molti temi in agenda, sui quali occorre intervenire con politiche decise: dare seguito alla **normativa speciale per le imprese culturali e creative**, una risorsa decisiva anche per l'economia del Paese; continuare nelle politiche di incentivo alla programmazione; **defiscalizzare i consumi culturali; ampliare il raggio di azione di Art bonus** (estendendolo a nuove categorie di destinatari) e **di App18** (rimodulata anche in favore di altre fasce di età, oppure in base a diverse fasce di reddito); **incrementare gli investimenti in cultura** per la

conservazione e per la produzione culturale.

«La crescita, cui tutti teniamo, passa anche attraverso la cultura – commenta Andrea Cancellato, Presidente di Federculture – con cui possiamo dare un contributo complessivo al miglioramento dell’Italia, alla sua reputazione internazionale, alla sua consapevolezza di Paese ricco di storia e di un patrimonio culturale fra i primi al mondo, all’accompagnamento di processi economici di grande rilevanza. Tutto questo probabilmente non può essere fatto con una sola legge di bilancio. Può e, sommessione dicono, deve essere fatto nell’arco di una legislatura in modo costante e programmato in dialogo con le parti interessate. Noi ci saremo, al fianco di chi vede nella cultura una grande risorsa per il Paese, in tutte le sue articolazioni e con tutti i suoi soggetti; noi ci saremo impegnati come non mai in questo momento così importante per l’Italia. Non ci mancano le risorse, ma occorrono programmazione, convinzione, continuità».

E il turismo? Ecco la sintesi.

I dati del **turismo** vedono dal 2008 al 2018 una **crescita del turismo internazionale (+52,2% mondo, +46,1% Europa)** mentre l’**Italia cresce di meno** (+34% nel decennio, di cui +23,3% dal 2013 al 2018). La composizione di questa crescita deve far riflettere: si registra un aumento di arrivi internazionali del 51,2%, mentre gli arrivi nazionali crescono del 20,8%, con una debolezza quindi nel mercato interno.

Ma c’è di più: è molto significativa un’analisi recentemente prodotta dall’Osservatorio Innovazione Digitale nel Turismo della School of Management del Politecnico di Milano. I dati sono ricavati da una survey ai turisti digitali ovvero tutte le persone che hanno svolto una vacanza nel 2019 e hanno utilizzato internet in almeno una fase del viaggio (per ispirazione, ricerca, prenotazione, condivisione tramite social e recensioni, ecc.). I **turisti silver sono quelli nella fascia di età 65-74 anni.**

. **I silver viaggiano meno:** il 79% non fa più di 2 vacanze in un anno (9 punti percentuali in più rispetto alla media totale dei turisti digitali)

. **Ma la loro vacanza principale è durata di più:** il 69% ha fatto una vacanza di più di una settimana (13 punti percentuali in più rispetto alla media totale dei turisti digitali)

. **Si spostano più per rilassarsi e divertirsi che per**

conoscere nuove culture: tra le principali motivazioni la possibilità di divertirsi è stata selezionata dal 21% del campione dei silver (7 punti percentuali in più rispetto alla media dei turisti digitali), mentre la conoscenza di nuove culture e destinazioni è la principale motivazione per il 16% (ben 9 punti percentuali in meno rispetto alla media totale dei turisti digitali)

. **Restano più in Italia a scapito di mete europee in particolare:** per l’85% la destinazione della vacanza principale era in Italia (7 punti percentuali in più rispetto alla media totale dei turisti digitali), per il 13 % l’Europa (Italia esclusa) e il restante 2% il resto del mondo (Europa esclusa)

. **Vanno di più al mare proprio per rilassarsi:** il 51% (12 punti percentuali in più rispetto alla media totale dei turisti digitali) si è recato in una destinazione marittima per la vacanza principale, il 22% in città, il 20% ha fatto un viaggio itinerante visitando più mete e la restante parte del campione è andata in montagna o in campagna

. **Si muovono con la famiglia (probabilmente i nipoti):** il 70% (16 punti percentuali in più rispetto alla media totale dei turisti digitali) ha viaggiato in famiglia, il 20% con il partner (10 punti percentuali in meno rispetto alla media totale dei turisti digitali) e il restante 10% da solo o con amici.

Molti prenotano on line in autonomia ma sono anche tanti coloro che fanno ricorso alle agenzie di viaggio: (vedere il grafico allegato)

. **Circa un terzo di essi usa i social:**

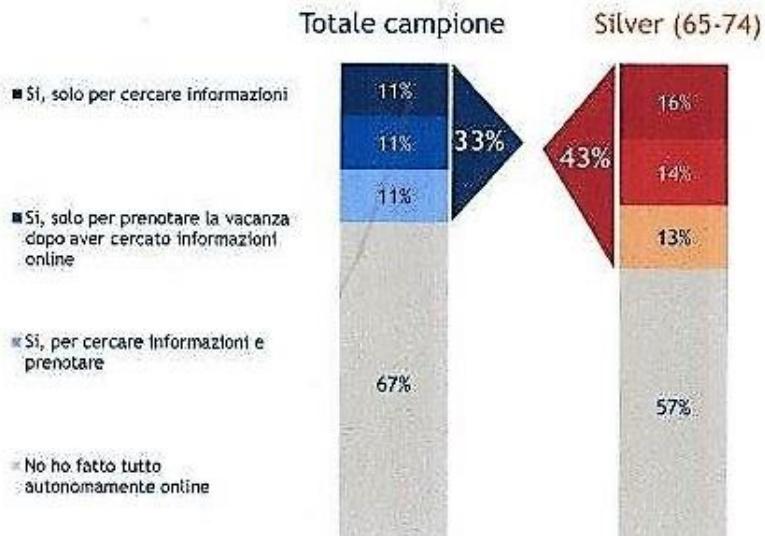
- Condivisione e recensione durante il viaggio: 35%
- Condivisione e recensione al rientro dal viaggio: 28%

In conclusione, pur con qualche contraddizione, si può notare che oggi - quando si parla di “nonni” - non bisogna più riportare alla mente la barba, la sdraio, la pipa e l’uncinetto, ma (al contrario) l’immagine di persone nuove che hanno la consapevolezza di essere più grintose e con molte più aspettative per il domani.

Per non parlare poi, in questo contesto, dei tantissimi che si dedicano alla gestione dei nipoti o al volontariato.

N.B. Ovviamente questa relazione è precedente all’accertamento del “Coronavirus” che speriamo non produca effetti disastrosi e in controtendenza.

Prenotazione online vs ricorso all'agenzia



Indagine sul turista digitale | Base: 1092 turisti rappresentativi delle pop. internet italiana



Quant'è bella giovinezza ...e non si può essere autonomi

Elvio Levi, socio Nestore

Ricordo un verso di Lorenzo de Medici detto il Magnifico: "Quanto è bella giovinezza che si fugge tuttavia!"

Chi vuol esser lieto sia. Del doman non c'è certezza" per condividere un argomento di grande interesse per molti anziani e/o per le loro famiglie.

Parleremo sottovoce, semplicemente, senza creare ansie e preoccupazioni della **perdita di autosufficienza**.

Più si va avanti con gli anni più cresce la possibilità di non essere in grado di svolgere da soli le funzioni fondamentali della nostra esistenza, quindi di dover dipendere da altri.

È un problema serio che preoccupa, crea disagi, sofferenza fisica e psicologica, necessità di risorse. Necessariamente si è spinti alla ricerca spasmodica, faticosa, di qualcosa e di qualcuno che possa alleviare tale sofferenza.

Per facilitare questa ricerca, riteniamo utile condividere alcune conoscenze.

Un aiuto può venire dallo Stato.

In Italia è prevista l'erogazione di una indennità di accompagnamento di € 517 mensili ai cittadini che hanno perso la possibilità di assolvere autonomamente ad alcune funzioni fondamentali della vita.

L'indennità viene riconosciuta, a domanda, indipendentemente dall'età e dal reddito, ma solo dalla quantità e qualità delle funzioni che non si riesce ad assolvere.

La Regione Lombardia, tramite le AST (Aziende Sanitarie Territoriali) mette a disposizione dei non autosufficienti servizi di assistenza domiciliare, integrata, programmata o di ospedalizzazione domiciliare.

Le famiglie che ne hanno le possibilità, possono ricorrere al ricovero in una casa di riposo per anziani. Ve ne sono molte in località diverse, per lo più molto attrezzate e con personale specializzato. Costano mediamente dai 2000 ai 4000 euro al mese.

Molto diffuso è anche l'utilizzo di assistenti familiari, comunemente chiamati badanti.

In Italia, italiani o stranieri, se ne può disporre di circa un milione.

Molte agenzie specializzate sono in grado di fornire uomini e donne affidabili, capaci, selezionati per assolvere mansioni diverse.

Il costo varia a seconda delle ore lavorate e delle prestazioni richieste.

Il contratto nazionale (consultabile nell'apposito sito INPS al quale vi rimandiamo – www.inps.it) definisce tutti i costi che si devono sostenere (orario, diurno e notturno, vitto e alloggio ove previsto, le ferie, la tredicesima mensilità e i contributi. Indicativamente parliamo di una cifra che si aggira attorno alle 10 - 12 euro l'ora.

Va ricordato infine che è possibile il ricorso ad una protezione assicurativa.

Esiste una polizza specifica definita **LTC (Long Term Care)** vale a dire "*cure a lungo termine*", che può fornire un contributo finanziario, anche significativo, certamente un utile supporto all'economia familiare.

Tale forma assicurativa, non è molto nota per cui riteniamo utile dare qualche informazione in più. La perdita di autosufficienza è intesa come l'impossibilità fisica totale e permanente, provocata da qualsiasi causa, di almeno tre delle sei attività che non possono essere compiute autonomamente e che sono attività primarie della vita quotidiana di ciascuno:

"nutrirsi, lavarsi, soddisfare bisogni fisici, camminare, vestirsi, farsi il bagno o la doccia"

L'assicurazione si impegna a mettere a disposizione dell'assicurato, o dei suoi familiari, una rendita mensile o un capitale.

Esistono due principali polizze LTC:

- LTC temporanea: dove è possibile godere del vitalizio solo se la perdita avviene all'interno del periodo contrattuale;
- LTC a vita intera: dove si prevede la copertura assicurativa in caso di perdita di autosufficienza in qualsiasi momento.

Di norma possono essere stipulate dai 30 agli 80 anni.

Il premio da versare e i benefici che si possono ottenere dalle Compagnie di Assicurazioni sono diversi a seconda dell'età, durata, condizioni dell'assicurato e dei bisogni che si intendono soddisfare. Prima di stipulare qualunque tipo di contratto è necessario esaminare le clausole con molta attenzione per capire bene cosa sia possibile ottenere in base al costo che occorre sostenere.

Mi piace concludere ricordando che tutti gli esseri umani, indipendentemente dall'età, sesso, lavoro che svolgono. colore della pelle, condizione

economica, hanno diritto ad una vita dignitosa, cioè al rispetto della

DIGNITA' UMANA

Ricordando che:

È il bene più prezioso, più importante degli esseri umani, che ognuno ha dentro sé stesso. È la dimensione del valore morale della esistenza umana.

È il rispetto che si deve avere degli altri, della loro vita, del loro lavoro, delle loro idee religiose o politiche.

È il rispetto che si deve avere di sé stessi, nel senso che non si deve fare nulla che possa nuocere ad altri, nulla che possa mettere in dubbio la propria onestà intellettuale, nulla di cui chi ci vuole bene debba vergognarsi.

È considerare che tutti gli esseri umani sono persone con un'anima, sentimenti, affetti, convinzioni, qualità, pregi e difetti.

È considerare che non sono cose che si possono usare, comprare o vendere, sfruttare, umiliare. Sono semplicemente:

Esseri umani e come tali vanno trattati sempre, da chiunque, in ogni circostanza.



I persuasori occulti non ci avranno!

Roberto Brambati, socio Nestore

Non ho letto statistiche; né mi ritengo all'altezza di fare analisi sociologiche sul tema dei consumi della popolazione che appartiene alla fascia cosiddetta della terza età: o forse dovremmo meglio dire della quarta età, visto che oggi nella terza età si annoverano tantissime persone che vengono considerate "anziane" solo perché hanno completato il loro percorso professionale e sono entrate "eroicamente" a far parte della legione dei pensionati.



Scrivo quindi di ciò che vedo, dei comportamenti e dei commenti delle persone che conosco e con cui io condivido, a livelli diversi a seconda del contesto di riferimento, esperienze, emozioni, interessi.

Ecco la prima evidenza che voglio raccontare.

In molti ambienti, i miei coetanei hanno maturato negli anni, grazie a scelte di stile di vita, di valori legati alla conservazione dell'ambiente e di sostenibilità delle attività umane, una sensibilità che consente loro di districarsi tra le sirene del mercato, senza lasciarsi catturare dai messaggi accattivanti della pubblicità, dalle offerte super convenienti della grande distribuzione. Per loro il vero risparmio è quello che va a vantaggio non di un singolo consumatore, ma della comunità: da quella più ristretta dei vicini e degli attori sodali, a quella che si identifica con la filiera produttore/consumatore, fino a considerare quella del mondo intero, come destinatario finale di tutte le nostre scelte individuali. In questo, molto ha significato la preferenza per i prodotti biologici, che ne ha decretato l'ampia diffusione in tutti i canali di distribuzione.

Certo, le persone di cui sto parlando sono forse una schiera di privilegiati che possono basare le

proprie scelte su un'educazione medio/alta, spesso cattolica, su un substrato culturale di ispirazione sociale e solidale; forse non sono molti, ma posso testimoniare che negli ultimi anni (in particolare, per me da una decina d'anni) questa schiera si è rinforzata: le campagne ambientaliste e sociali, inizialmente diffuse solo in settori di comunicazione alternativa ed ultimamente affacciate anche sui mezzi di comunicazione popolari, hanno iniziato a "cambiare il mondo", come auspicavano i pionieri di questo pensiero.

Mi sto riferendo specificatamente alla mia esperienza di partecipazione ad un Gruppo di Acquisto Solidale, un modo diverso e coinvolgente di fare la spesa, una comunità di poche decine di famiglie che scelgono i loro fornitori secondo criteri di garanzia del rispetto dell'uomo, degli animali, della terra.

Acquistiamo non solo prodotti alimentari, ma anche articoli per la pulizia della casa e per l'igiene personale; contribuiamo ognuno con il tempo, le forze e le competenze disponibili per far arrivare i migliori prodotti nelle nostre case. Ovviamente non siamo solo "anziani": fortunatamente ci sono famiglie giovani che aderiscono all'idea, anche se ovviamente molti di loro non riescono a dedicare molto tempo alle attività organizzative. Ma noi anziani siamo felici di trasmettere loro con i nostri sforzi la bellezza e la forza di questa idea; verrà anche per loro il tempo di preoccuparsi di come impiegare le lunghe ore della pensione...

Non so quanti dei lettori di Nestore Informa conoscano questo fenomeno o, magari, ne facciano già parte attiva; a Milano ci sono decine di questi gruppi che coprono tutta la città e pure l'hinterland. Invito tutti a considerare la possibilità di aderire ad uno di questi gruppi per fare un'esperienza di volontariato diversa, avendo come ritorno immediato, oltre alla soddisfazione morale, il beneficio di consumare solo prodotti eccellenti.

Ma c'è un'altra storia che vorrei brevemente raccontare.

Credo di poter dire che anche queste persone, che pur possono permettersi ogni tanto la soddisfazione di qualche capriccio (il cibo speciale, la preparazione di un pasto per un nipote che si invita a casa propria) sono molto oculate nelle loro scelte di consumatrici, poco propense a farsi catturare dai messaggi più o meno occulti della pubblicità e molto attente a far quadrare i conti fino alla fine del mese. Anche dal punto di vista dei messaggi pubblicitari legati a prodotti sanitari, mi sembra ci sia comunque la tendenza a fidarsi solo

del medico curante o delle custodi sociali che le seguono ed assistono in questi temi delicati. In conclusione: il mio punto di vista sul consumo degli anziani, se sia compulsivo o artificialmente indotto dai mezzi di comunicazione, si può riassumere nel motto "*Non ci avranno!*"

Riflessioni di una ex-consumista

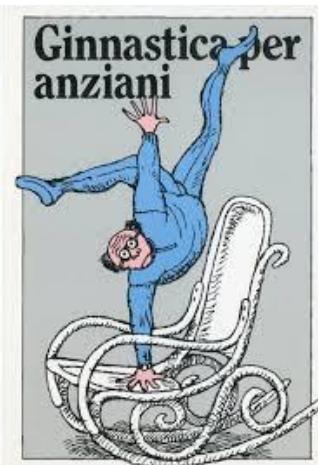
Giovanna Bellasio, socia Nestore

Confesso che quando lavoravo ero piuttosto spendacciona: guadagnavo bene e un po' anche per questioni di ruolo mi piaceva indossare abiti e accessori di marca. Naturalmente cercavo di procurarmeli nel periodo dei saldi, cosa non sempre possibile. Mi ricordo che qualche mattina, mentre in metrò stavo andando in agenzia di pubblicità dove lavoravo, facevo mentalmente il conto di quello che avevo addosso e spesso ero un po' allarmata. Proprio per frenare le spese eccessive non ho mai voluto farmi una carta di credito, limitandomi ad un saggio bancomat.

Quando sono andata in pensione mi sono ritrovata con qualcosa come circa 35 tailleur (per tutte le stagioni) e ho cominciato a distribuirli a cognate e amiche: nonostante tutti i miei sforzi negli armadi ne ho ancora una quindicina.

Poi mi sono dedicata a mercati e mercatini e ovviamente ai saldi ma praticamente compro e accumulo soltanto in vista di compleanni e Natali per amici e parenti, soprattutto bambini. Ma non mi è passata la voglia di comperarmi prodotti cosmetici soprattutto per la cura del viso, quindi creme, sieri, maschere, scrub etc.

Per attutire il mio senso di colpa per il fatto di indulgere in tali frivolezze, spesso compro qualcosa anche per mia nipote e non vedo l'ora di quando verrà il tempo di regalarle qualcosa anche alle sue bambine.



Da sempre mi pago una scuola speciale di ginnastica a corpo libero che frequento ormai da cinquant'anni e va detto che la maggior parte delle allieve è sopra ai 70 anni. Da anni mi concedo anche il lusso di un massaggio anche settimanale per aiutare la circolazione che non ho mai avuto perfetta. E ovviamente vado abbastanza dal parrucchiere anche se di recente alterno quello milanese con una bravissima parrucchiera cinese che ho scoperto a Chiavari dove vado spesso per il fine settimana.

Per quanto riguarda i consumi culturali sono da 35 anni una affezionata loggionista del Teatro alla Scala di Milano e da oltre 30 anni abbonata ai Concerti del Conservatorio; anche il Teatro di prosa mi interessa molto e cerco di andarci almeno una volta al mese. Il Cinema mi attira meno e sono diventata un po' selettiva, evitando film violenti o deprimenti.

Di recente ho scoperto che spendo molto in libri, comprati sempre ostinatamente in librerie ma qui non soltanto per farne dei regali bensì anche per mio personale diletto e ho deciso che forse in futuro sarà saggio dedicarsi anche al book-crossing, anche perché lo spazio della libreria è ormai limitato.

Una cosa non ho mai fatto e non farò mai: acquistare on-line. Ritengo una iattura il commercio elettronico perché sta uccidendo una moltitudine di piccoli negozi ed inoltre fruisce di un sistema fiscale agevolato che ritengo poco corretto.

Insomma per dirla in breve, fin quando le gambe mi porteranno gli acquisti on-line non mi avranno!



Solo me ne vò...per la città

Antonio Mastrogiacomo, socio Nestore

Non c'è cosa più bella, a Milano, che essere invitati da una splendida giornata di sole ad uscire di casa.

Bene esco, mi sento da subito partecipe della vita della città e del suo frenetico movimento. Mentre il calore del sole mi procura una piacevole sensazione di benessere.

*Passeggiando per Milano,
camminando piano piano,
quante cose puoi vedere,
quante cose puoi sapere.*

Ben presto mi accorgo quanto sia difficile qui passeggiare, si cammina a buona andatura per non perdere tempo, soprattutto perché ciascuno ha un impegno, una meta da raggiungere. Ed io ho tanto tempo e nessuna metà da raggiungere, almeno per il momento. Vorrei solo partecipare.

Pochi passi, mi fermo cercando di scorgere qualche volto noto, vagamente somigliante, simpatico ed a me vicino per età e simbianze.

Solo, un po' di smarrimento. Sono confuso, proseguo insicuro e forse per questo qualche studente, senza rallentare," mi invia un messaggio di solidarietà con un sorridente "buona passeggiata".

Mi rinfranco e mi chiedo dove saranno i miei colleghi, un peccato non godere di questa bella giornata.

C'è forse qualcuno ancora...

*seduto in pizzo a un letto a riposare la stanchezza
o chi a colazione si mangia i sospiri e un po' di mele
cotte e chi in uno sputo di giardinetto succhia fili
d'aria a un vento di ricordi.*

Ma la vita scorre veloce, il mattino è passato tra l'ingresso a scuola degli studenti, l'inizio delle attività commerciali e degli uffici, l'apertura dei negozi, la spesa delle famiglie, l'attività dei mercati.

Siamo alla pausa pranzo, dove prevale almeno all'esterno una apparente tranquillità, mentre nelle innumerevoli mangiatorie, c'è una atmosfera più movimentata ed una voracità senza pari. Non mi sembra il caso per un anziano parteciparvi.

A seguire il momento della chiusura dei mercatini rionali, della riapertura delle strade interessate e

della loro pulizia. E rivediamo riaffacciarsi chi non ha altri impegni:

*i vecchi (che invecchiano piano) con una piccola busta della spesa,
i vecchi che portano il mangiare per i gatti e come i gatti frugano tra i rifiuti.*

Il pomeriggio si ha l'impressione che la città si muova più adagio, sia più tranquilla Si definiscono progetti, idee e se ne portano a compimento altre. Si lascia spazio e godimento alle signore con i loro itinerari di shopping. Ed anche noi abbiamo la possibilità di muoverci con disinvoltura ed avere tutta l'attenzione e l'assistenza necessaria, soprattutto in campo sanitario.

Ma siamo al tramonto che sancisce la consumazione della giornata.

Abbiamo partecipato alla vita della grande città, usciamo dall'isolamento, le condizioni e l'autonomia ce lo permettono. Se Pure...

i vecchi invecchiano piano, e devono vivere fino alla morte.

Un tuffo ci ha ricontattato con la realtà. Ci siamo resi conto dei nostri bisogni, soprattutto della partecipazione di cui dovremmo farne consumo

quotidiano, dei sogni che questa notte saranno, come sempre, l'alimento dell'anima.

Il sole ha finito di consumare la sua energia per noi e va a riposare ma prima di sparire, rivolgendosi alla luna le dice:

"Io vado a casa, ti raccomando tutti gli innamorati".

A noi basta un sonno ristoratore e questo sogno ben augurante di **Enrica Mannari**

(Fiorisciti)

Datti acqua e tempo. Datti sole e vento.

Datti quello che ti serve per far crescere in te tutto ciò di cui hai bisogno, come se tu fossi un giardino segreto.

Dove trascorrere ore a guardare tutte le meravigliose specie di piante e fiori che ci sono cresciuti dentro.

Quelle piante, quei fiori rappresentano tutte le tue conquiste, le tue fatiche, i tuoi dolori, i sorrisi, gli amori. Prenditene cura.

Mi risveglio serenamente, sarà merito del sogno: per qualche sciocco siamo responsabili di spendere la ricchezza degli altri, io dico che consumiamo il valore del nostro lavoro.



Milano – Piazza XXV Aprile

Attualità e Costume

Un mito quotidiano: i Panzerotti Luini

a cura di Fiorella Nahum

Quando si dice "longevità", non necessariamente e non sempre ci si riferisce ad una condizione degli anziani, intesi come "persone". Quella dei Panzerotti Luini è una bella storia che testimonia la solidità e la longevità dei valori che contano e aiutano a mantenere invariata la fisionomia di una città dinamica come Milano che cambia più velocemente di qualsiasi città in Italia, ma riesce comunque ad essere sempre la stessa, dimostrando la forza della propria identità. Gli ingredienti del successo di una piccola impresa famigliare come quella dei Luini sono semplici: originalità dell'idea, qualità del prodotto, capacità e perseveranza del lavoro, fedeltà alle origini. Aggiungiamo a questo la grande apertura di Milano, capace di accogliere e di integrare le intelligenze e le risorse rappresentate da quanti sono venuti nei secoli e nei decenni a lavorare qui per costruirsi una vita. E abbiamo una storia imprenditoriale di successo.

È una storia di famiglia che parte da Bisceglie in Puglia e approda in una piccola strada dietro Piazza Duomo, nel cuore della città, dove da 70 anni vi è un piccolo negozio di specialità pugliesi contraddistinto dall' insegna "Panzerotti Luini", che continua ad attirare da anni inesauribili lunghe code ordinate di persone di tutte le età che, ancor prima di mezzogiorno, ingombrano festosamente tutto lo spazio di passaggio disponibile nella strada.



Cristina Luini (a sin.) con i genitori e la sorella Emanuela

In una città che cambia velocemente come Milano, e che oggi non è certamente quella di 70 anni fa, ha qualcosa di mitico il fatto che un marchio e un luogo piccolo come il negozio Luini, siano rimasti sempre uguali a sé stessi e abbiano mantenuto una così alta capacità di successo, diventando e rimanendo tutt'oggi il principale richiamo di Via Santa Radegonda. Per citare quanto diceva Il Gattopardo di Tomasi di Lampedusa "*devi cambiare tutto se vuoi che tutto resti uguale*".

La storia inizia con un cognome lombardo, quello di Agostino Luini, sposato con Giuseppina Di Liddo, originaria di Bisceglie, che si trasferirono da Lodi a Milano con i figli Franca, Carla e Luigi dopo la guerra nel 1949 per rilevare un antico forno del 1888, che la tradizione milanese dice successore del forno delle Grucce, menzionato da Alessandro Manzoni nei Promessi Sposi. Come spiega Luigi, oggi 88enne, l'idea dei panzerotti è venuta a sua mamma, la signora Giuseppina, che ha recuperato gli ingredienti del

panzerotto da un vecchio libro di ricette di famiglia, ed ha cominciato a sfornarli a Milano riscuotendo subito un grande successo per la loro appetitosità e qualità, mai venuta meno nel corso degli anni. *"Siamo stati i primi a proporli a Milano e allora piacevano soprattutto ai giovani liceali, agli studenti della Statale, agli impiegati del centro. Poi sono venuti gli altri, anche gli anziani e i turisti, eabbiamo continuato..."*. Fino a che nel 1988 hanno ricevuto un Ambrogino d'oro, diventando un "cult" e un orgoglio cittadino che è un riferimento per molti.

È curioso che i panzerotti Luini e la loro notorietà siano rimasti sempre gli stessi, con poche varianti negli ingredienti e nessuna vera diversificazione o ampliamento di gamma o di prodotto. Anche la dimensione famigliare dell'impresa, espressa dal marchio e da un negozio sempre uguale, anche per quanto riguarda gli arredi, la comodità e il decoro del locale, senza pretesa di crescere o trasformarsi in qualcos'altro, sono gli stessi. Un negozio, un punto vendita appunto, ma in realtà molto caratteristico e molto di più.

I "Panzerotti Luini" sono ormai un mito in un settore, quello del pane quotidiano, che va diritto al cuore della gente, e costituiscono uno scenario di cui i milanesi, inarrestabili innovatori, non potrebbero più fare a meno.

Quale ne è il segreto? È un fatto di rendita legata al marchio depositato e alla pura qualità gastronomica (come il panettone Motta o il Grana Padano) oppure si tratta di un filo più profondo e sottile che passa attraverso una lungimirante professionalità manageriale e alla continuità famigliare?

Lo abbiamo chiesto alla Dr.ssa Cristina Luini, una delle due figlie di Luigi, attualmente impegnate nella gestione e nell'amministrazione dell'impresa di famiglia. Ecco la sua testimonianza:

Cristina, ci daresti un breve biglietto di presentazione per aiutarci a capire meglio questa storia di successo? E quale è il tuo ruolo nella Luini s.r.l.?

Una laurea in Lettere Moderne all'Università Cattolica, un amore per il giornalismo nato da una tesi su "La Voce" e un'intervista al suo direttore Indro Montanelli; un percorso iniziale negli uffici stampa e poi il richiamo nell'attività di famiglia.

Per un po' ho provato a tenere i piedi in due scarpe, ma ad un certo momento non è più stato possibile. Quando nel 2002 la Fratelli Luini Srl è diventata Luini Srl con l'acquisto di tutte le quote da parte di mio padre, sono entrata con mia sorella a tempo pieno nella società. È stato un momento di svolta, l'inizio di un passaggio generazionale a cui si è affiancata anche una significativa crescita dimensionale: ora abbiamo circa quindici dipendenti diretti che si avvicendano in laboratorio, zona vendita e uffici amministrativi, con la costante presenza nostra a seguire e affiancare tutte le fasi di lavoro.

Mio papà, dall'alto dei suoi 88 anni, avvia all'alba il laboratorio per preparare i primi impasti, mia sorella Emanuela prosegue la giornata lavorativa in zona vendita mentre io ricopro un ruolo di gestione dei processi

amministrativo-contabili che l'attività implica. Ecco, proprio questi sono i problemi che ci hanno assillato di più in questa fase di passaggio, non tanto quelli legati alla nostra attività principale, la panificazione, quanto quelli relativi a ciò che ci gira attorno dal punto di vista di permessi, prescrizioni e attività burocratiche in genere.

Che evoluzione ha avuto l'azienda nel corso del tempo?

Il grosso del lavoro in questi anni è stato quindi quello di consolidare e strutturare l'attività per adeguarla ai ritmi e alle sfide che i nostri tempi ci richiedono, pur cercando di mantenere quell'identità di Bottega Storica (siamo tra i primi ai quali il Comune di Milano e la Regione Lombardia hanno attribuito questo riconoscimento) che caratterizza la nostra realtà. Lo sviluppo commerciale è da sempre

uno dei nostri obiettivi, ma non deve snaturare quel nome, Luini, che leggiamo con orgoglio sulla nostra insegna tutte le mattine quando veniamo al lavoro. Ci è servita l'esperienza dell'apertura a Londra circa 20 anni fa (ad oggi l'unico punto vendita oltre a quello di Via Santa Radegonda): inizialmente Emanuela e il papà facevano personalmente la spola con la capitale inglese, mentre rimanevo io a Milano; dopo l'avviamento e il passaggio a un gestore locale non è stata più la stessa cosa e il commento di un nostro cliente di ritorno dalla City ("questi sì che sono Luini, non quelli che ho mangiato a Londra") hanno dichiarato definitivamente terminata l'esperienza britannica.

Nonostante l'esito non soddisfacente, abbiamo appreso un altro insegnamento importante e riguarda il lavoro di gruppo, che è una delle caratteristiche che più apprezzo in questa attività: ognuno dà il suo contributo in maniera armonica per offrire un piccolo prodotto che contiene però una cura e una dedizione che i nostri clienti ci riconoscono sempre e spesso in maniera molto affettuosa.



Quali prospettive per il futuro?

Riporto a titolo di esempio tra i tanti messaggi e recensioni che riceviamo questo ricevuto qualche giorno fa (Tripadvisor – Paolav879): “Consiglio vivamente i loro panzerotti! Ogni volta che passo da Luini, ricordo le mie bimbe di 3-4 anni con il mento e le gote sporche di pomodoro che sbrodolava sul golfinò e la mozzarella che filava e che loro cercavano di accalappiare; erano i sabati pomeriggio di “qualche” anno fa. Ora sono più che quarantenni, ma Luini merita ancora la nostra visita!”

Sono tanti i nostri clienti, che ci hanno conosciuto in gioventù e che ritornano costantemente oppure, passati molti anni, ci ritrovano con il ricordo proustiano di sapori passati: li troviamo spesso fuori dall’ora di massimo afflusso (la mattina presto, il pomeriggio o il sabato mattina) li riconosciamo e scambiamo volentieri quattro chiacchiere; alcuni passano solo per salutarci. Tutti si concedono un piccolo sgarro alla restrizione dietetica imposta dall’età, anche se a ben guardare, tanto sgarro non è, dato che gli ingredienti base sono quelli della nostra tradizione mediterranea (farina, olio extravergine, pomodoro e mozzarella) con in più la ricerca nel tempo di una frittura sempre più leggera.

Sono spesso i nostri maggiori “influencer”, perché passano il testimone a figli e nipoti, così come anche noi pensiamo di fare con la nostra attività: continuare a mantenere viva la tradizione di Luini fino a quando qualcun altro (lo speriamo) raccoglierà il nostro testimone.



Via Santa Radegonda all'ora di punta

Ci sarebbe ancora molto da chiedere e da dire, ma dobbiamo fermarci qui. Forse il legame con gli anziani è circoscritto alla longevità della Bottega Storica e alla sua sapiente evoluzione che ha permesso la sua continuità. Ma non è escluso che ingredienti genuini, sapore, appetitosità e soprattutto tanto amore siano ciò di cui gli anziani, come gli altri, hanno bisogno.

Un assessore ci salverà?

Fiorella Nahum, socia Nestore

Mai come in questi ultimi anni, mesi, e particolarmente in queste ultime settimane, noi anziani siamo stati tanto al centro dell'interesse e delle preoccupazioni delle istituzioni e dell'opinione pubblica. Sembra paradossale, ma è così.

Le severe misure restrittive contro il *corona virus* messe in atto dal Governo per contrastare il dilagare di un contagio, sono rivolte a tutti i cittadini, ma sembrano particolarmente sottolineare la necessità di proteggere le categorie fragili, fra le quali gli anziani, più a rischio degli altri di fronte alle conseguenze del COVID 19. Perciò, paradossalmente e involontariamente gli anziani sembrano diventare i destinatari privilegiati di queste misure, con l'invito martellante a "restare a casa" e le conseguenti particolari necessità di specifici servizi (spesa a casa, medicinali, assistenza personale, ecc.).

Comunque, è ormai un fatto consolidato che il progressivo aumento dell'età media stia portando all'aumento numerico degli anziani nella società in permanente trasformazione. Siamo sempre più longevi e sempre più numerosi percentualmente. È normale quindi che siamo destinati a pesare sempre più sugli orientamenti e gli accadimenti sociali, e per ora il trend sembra irreversibile.



Se l'ipotesi è corretta, sono numerose le testimonianze che la suffragano, e i tentativi di risposta che ovunque si cercano di dare ai nuovi bisogni emergenti degli anziani. Ma la realtà, come spesso accade, supera la fantasia e l'immaginazione. Mi riferisco a tre episodi, apparentemente distanti uno dall'altro, ma di ispirazione comune e, per ora, dai risultati incerti...

Il primo si riferisce al "**Ministero della Solitudine**" che Theresa May, allora premier conservatore britannico, istituì a Londra nel 2018, raccogliendo l'eredità morale della deputata laburista Jo Cox, uccisa da un estremista di destra alla vigilia del referendum sulla Brexit. Il "Ministero della solitudine", dettato in realtà da esigenze economiche doveva farsi carico dei problemi delle innumerevoli persone anziane e fragili che si sentivano abbandonate, sole e isolate in Gran Bretagna senza che nessuno potesse assisterle. Il bisogno di dar loro una risposta e al contempo di ottimizzare il costo che gravava pesantemente sul bilancio delle istituzioni del Regno Unito, indusse la May a istituire il "Ministero della Solitudine" affidandolo a una donna, Tracey Crouch.

Si trattava di un'iniziativa insolita e innovativa per rispondere ad una piaga cronica molto diffusa nel Regno Unito, ma non solo, che affonda le radici nei problemi psicosociologici di tutte le categorie a rischio e soprattutto degli anziani, sempre più longevi e soli in una società tritatutto.

Nestore Informa ne diede notizia nel N. 34 (pag. 19). Poi ce ne dimenticammo, e ora non sappiamo se questa lodevole iniziativa ha avuto un seguito, né se si è diffusa altrove.

Oggi, un nuovo bisogno che accomuna la maggior parte delle persone anziane, si presenta alla ribalta nel nostro Paese, apparentemente modificato nelle sue motivazioni di fondo, ma altrettanto innegabile, crescente, denso di conseguenze sociali. Il quotidiano La Stampa del 14 febbraio dedica un'intera pagina a raccontare due iniziative, esemplari nella loro apparente irrilevanza, che sono state prese recentemente in due diversi Comuni italiani, uno Villa Del Conte di 5700 anime, ubicato nel profondo padovano, che ha nominato un "**Assessore alla solitudine**" per rispondere non alla solitudine nel senso letterale del termine, quanto al bisogno "*di contrastare una vita da robot*" e creare una rete di assistenza per tutti coloro, giovani, ma soprattutto anziani, che non riescono da soli a far fronte all'eccesso di burocrazia nella vita di ogni giorno. La tecnologia sta infatti cambiando con una tale rapidità con

l'intento di velocizzare i processi di gestione della vita quotidiana, che qualsiasi percorso di apprendimento non riesce più a far fronte in tempo reale al processo di sostituzione della "macchina" all'"uomo".

L'eccesso di burocrazia e la spersonalizzazione crescente dei "servizi alle persone" che sta soffocando la nostra amministrazione pubblica e privata crea in tutti, ma particolarmente negli anziani, un senso di inadeguatezza, impotenza e frustrazione, e comporta alla fine una maggior perdita di tempo, piuttosto che una velocizzazione delle comunicazioni e dei servizi. E sempre più spesso sortisce l'effetto contrario di quello perseguito.

La *lentezza* è da secoli un attributo al quale molti filosofi dell'antichità hanno riconosciuto doti di nobiltà, dignità e civiltà, e hanno concesso rispetto. Riferito a tutte le età, sembrava particolarmente caratterizzare la situazione degli anziani, vincolati e limitati nell'azione più degli altri dalla loro fragilità fisica. Oggi il rispetto viene elargito a piene mani a chi corre di più e riesce a disumanizzarsi per arrivare prima. Fino a che punto un anziano, di media cultura, tanto più se sprovvisto del dovuto allenamento e della specifica preparazione, riesce a governare con successo un processo di comunicazione e di interlocuzione velocissimo con una voce anonima e senza tono, che procede implacabile dall'altra parte di un filo? È la persona che dialoga con un *sistema* e non ce la fa, la negazione dell'umanesimo di cui fino a tempi recenti abbiamo imbevuto la nostra cultura. Con l'amara conseguenza che un sistema automatico, pur studiato e collaudato per miliardi di persone, non riesca a garantire il diritto dei singoli, soprattutto se anziani/e, a sentirsi parte a pieno titolo della società in cui vivono. E il desiderio di fuga e di rifiuto del "sistema" che talvolta ne conseguono, mettono a repentaglio il concetto stesso di **democrazia** e di **uguaglianza** nel cui nome sono stati creati.

Il terzo viene riportato sempre da "La Stampa" del 19 febbraio u.s. Nel Municipio di Milano 3, Luca Costamagna, 29enne assessore del PD, ha creato l'**"Assessore alla felicità"**. L'iniziativa è personale e nasce dalla sensibilità individuale dello stesso assessore Costamagna, che si è interrogato sul bisogno insopprimibile e utopico che giace nel fondo di ogni individuo, e vuole aiutare a realizzarlo nel piccolo ambito della sua

circoscrizione. È un obiettivo che si lega al precedente, ma ancora più ambizioso e irrealizzabile, se pensiamo che il diritto al "perseguimento della felicità" costituisce il primo articolo della Costituzione Americana creata, guarda caso, dai "Pilgrim Fathers", oltre due secoli fa...

Prendiamo atto, con gratitudine di questi tentativi che ci riportano ad un vecchio umanesimo da tempo smarrito. A che punto siamo ora? Non so se i nostri "assessori" riusciranno a raggiungere i loro obiettivi sociali, ma è indubbio che la tecnologia continuerà a correre per aiutarci e al contempo, stritolarci sempre più nella conduzione della nostra vita quotidiana.



Vita associativa

<http://www.associazionenestore.eu/nestoreinformasalute> **NestoreInformaSalute**

Dal 10 marzo è attiva nel sito Nestore una nuova pagina intitolata “Nestore InformaSalute” dedicata a un capitolo di primaria importanza per la popolazione anziana, quale quello della salute, ispirato in questo momento essenzialmente all'esigenza di informazione e di ascolto legati alla crisi drammatica del “corona virus”.

Come Nestore Informa condividiamo con piena partecipazione questa nuova iniziativa voluta dalla nostra Presidente, che ci tocca tutti, sia come soci Nestore sia come Gruppo di Redazione volontario e particolarmente anziano, e siamo a disposizione con la nostra funzione comunicativa per contribuire al progetto. Come specificato nel messaggio indirizzato ai soci **“E' questo uno dei modi con cui vogliamo testimoniare, come Nestore, il nostro impegno ad ‘esserci’ cercando di costituire un punto di riferimento e, in qualche misura, di aggregazione.”** Lo scopo a medio termine quando sarà terminata l'emergenza, è quello di rendere questo spazio permanente nel sito Nestore a beneficio di tutti.

Programmi formativi (ottobre 2019 – marzo 2020)

Imparare dal corpo – 3 incontri a partire dal 3 ottobre 2019

Le tecniche di rilassamento e di concentrazione per un maggior benessere mente-corpo.

Docente: **Laura Perego**

Conoscere sé stessi con il teatro – 4 incontri in due edizioni: 1° a partire dal 6 novembre 2019; 2° a partire dal 12 febbraio 2020

Laboratorio teatrale: il Teatro come momento di divertimento da passare assieme, ma anche come occasione per una piacevole scoperta di sé attraverso una riflessione sulle nostre azioni quotidiane e il nostro modo di reagire e adattarci alle situazioni.

Docente: **Renata De Mattia**

Narrare la propria storia - 6 incontri a partire dal 5 novembre 2019

Laboratorio dedicato a tutti coloro che, a qualunque età, sentono il desiderio di raccontare e condividere la propria storia di vita

Docente: **Stefania Freddo**

Mai più contro te stesso – 2 incontri previsti per l'11 e il 12 marzo 2020 - **sospeso**

Il tuo eccessivo criticismo interiore ti logora e ti frena? Il tuo Giudice interiore limita e danneggia le tue relazioni e la tua professione? Come conoscere e liberarsi dal nostro Critico e dal nostro Giudice per un maggior benessere una migliore espressione di noi stessi.

ATTENZIONE:

La programmazione dei corsi riprenderà a ottobre.

Workshop: “nonni-nipoti”

Claudia Alemani – Coordinatrice Gruppo Rapporti intergenerazionali, consigliera e socia Nestore

Llavoro del nostro gruppo sta proseguendo su due piani.

Un primo filone concerne il lavoro nelle scuole, principalmente nella scuola primaria, ma con qualche affondo anche nella secondaria. Da ormai quasi dieci anni proponiamo quella che definiamo la nostra “cassetta degli attrezzi”, cioè un ventaglio di attività, che, concordate con le maestre, vengono adattate ai diversi gruppi classe, rispettando le età dei bambini e delle bambine e le loro competenze. Le attività riguardano, da un lato, il racconto della vita quotidiana in alcuni momenti storici che ci hanno visti bambini e bambine. Dunque una testimonianza dal vivo di come fosse la scuola, o la vita nelle cascine o come si festeggiasse il Natale o quali fossero i giochi negli anni cinquanta e sessanta del novecento o, ancora, come si vivesse durante la seconda guerra mondiale o come abbiano inciso le persecuzioni anti ebraiche. Le nostre testimonianze sono accompagnate da fotografie, da oggetti d’epoca, come giocattoli o cannucce con il pennino (che a volte riusciamo a far sperimentare). Dall’altro lato, sempre concordandolo con le e gli insegnanti, proponiamo laboratori creativi e artistici per l’esecuzione di oggetti di riciclo, di origami, attività di cartonaggio, ritratti e auto ritratti, studio della prospettiva. Inoltre abbiamo in corso un progetto Penpal, cioè uno scambio di elaborati, disegni, foto e manufatti con bambini di altre scuole (una delle quali in Uganda) per favorire la scoperta di altre realtà e permettere relazioni con bambini che vivono in situazioni diverse e/o in altri Paesi del mondo. Un’altra attività che proponiamo è il cosiddetto “progetto verde”, un percorso di studio e conoscenza delle piante con strumenti adeguati alle diverse età.

Abbiamo registrato riscontri molto positivi sia da parte dei-delle docenti delle scuole, sia soprattutto da parte dei bambini. Il nostro intervento permette di favorire scambi tra generazioni, di promuovere attenzione e rispetto per l’altro, diverso per età, esperienza e storia di vita, di assaporare il valore, anche emotivo, di un incontro.

L’altro filone sul quale stiamo lavorando, insieme con altri soci e socie, è una riflessione sulle

relazioni tra nonni, nonne, zii, zie e prozie con nipoti adolescenti.

Abbiamo dunque proposto tre incontri, insieme al gruppo di Nestore Cafè, per inquadrare questo tema con un’ottica psicologica, pedagogica e sociologica.

Se dal punto di vista psicologico (come ha scritto Tina Rivolta sul numero precedente riferendo gli elementi emersi nell’incontro con Isabella Gandini e Ivano Orofino), si è evidenziato come non si possa prescindere “dalla rete di relazioni in cui siamo generazionalmente immersi”, la pedagogista Silvia Luraschi ci ha richiamati alla necessità di “sfidare i propri pregiudizi per rispondere insieme ad alcune domande capaci di svelare l’ovvio: dove e quando è nata la mia idea di adolescenza? Che adolescente sono stata/o? Che cosa dicevano e come mi vedevano gli adulti di allora? Che cosa è cambiato oggi secondo me?” Anche in questo secondo incontro è emersa la necessità di ripensarsi in un’ottica sistematica: non soltanto noi e i nostri o le nostre nipoti, ma noi e la generazione dei nostri figli e delle nostre figlie, diventati adesso genitori, e, insieme, noi e i-le nostri-e nipoti.

L’ultimo incontro, tenuto da Carla Facchini, sociologa e presidente di Nestore, ha fatto il punto sui cambiamenti che si sono prodotti e si stanno producendo nei sistemi familiari: tanto per citarne alcuni, allungamento della vita media, più lunga permanenza dei nonni nelle vite dei nipoti, e dunque giovani adulti che hanno ancora nonni in vita.

L’interesse che questa tematica ha suscitato ci ha spinti a continuare il lavoro e abbiamo deciso di lavorare in due direzioni: abbiamo proposto ai soci e alle socie alcuni incontri, condotti da Maria Rosa Del Buono e Giorgio Gorli, per mettere in comune riflessioni e considerazioni e contemporaneamente stiamo ipotizzando di condurre una ricerca su questo tema. Gli incontri sono partiti ai primi di marzo 2020, mentre la ricerca è alle prime fasi. Si tratta di un campo ancora inesplorato, ma indubbiamente molto interessante per una Associazione come Nestore.

Momenti di approfondimento

Jenny Barbieri – consigliera e socia Nestore

Gli appuntamenti del secondo semestre 2019 sono stati molto apprezzati dai nostri soci, perché hanno potuto approfondire le loro conoscenze circa la tecnologia e le novità sul vivere futuro.

In effetti il **31 ottobre**, è stata organizzata una tavola rotonda dal titolo: **“Le nuove tecnologie: quale impatto sull’essere umano”**.

Gli insigni studiosi ed esperti della materia: il Prof. Gianfranco Pacchioni, docente di Chimica all’Università Bicocca di Milano e il Prof. Nino Salamone, docente di Sociologia all’Università Bicocca di Milano, coordinati dalla giornalista Cristina Magnaschi, ci hanno relazionato circa la storia della tecnologia, che si è evoluta e grazie al progresso della scienza e della ricerca, possiamo vivere meglio, in quanto disponiamo di dispositivi estremamente avanzati. Nonostante questo sia veramente grandioso e fantastico, la tecnologia ha modificato il nostro stile di vita, il modo in cui lavoriamo e le competenze richieste e di ciò non siamo sempre soddisfatti. Possiamo senza dubbio affermare che la tecnologia è una grande opportunità, ma anche una minaccia. Una opportunità se si pensa a tutte le innovazioni in campo medico, commerciale, meccanico, ecc., ma non possiamo negare che la tecnologia presenta anche dei lati negativi. Un esempio: la sempre crescente meccanizzazione del lavoro porta ad avere un minor contributo dato dal lavoro umano provocando forti tensioni sociali e uno sconvolgimento della società creando nuovi poveri e disoccupati.



Un altro tema interessante è stato affrontato il **21 novembre** con la tavola rotonda dal titolo **“Cohousing: un nuovo modo di abitare”**. Il Cohousing nasce alla fine degli anni '60 in Danimarca e dagli anni '90 è presente anche in Italia. Si tratta di una particolare forma insediativa che combina spazi privati e spazi comuni all’interno di un territorio esteso e/o di ridotte dimensioni, caratterizzato da volontarietà di adesione, valori condivisi, elementi di autoregolamentazione e di partecipazione attiva ad una comunità. La crescente diffusione nel mondo pone questioni importanti e di diverso tipo sia a livello giuridico che per quanto concerne le politiche urbane. La diffusione del fenomeno in Italia ha creato un forte interesse nei soggetti pubblici, i quali hanno adoperato iniziative di supporto e sono intervenuti, con modalità diverse per ogni paese, direttamente o indirettamente a sostegno di queste realtà insediative. Il cohousing è la dimostrazione di come sia possibile formare comunità che, sulla base di regole condivise, siano in grado di regalarsi, auto-gestirsi e di dotarsi di determinati beni e servizi, avvalorando ulteriormente la questione della libertà nell’aggregazione residenziale che, se libera di manifestarsi tramite sperimentazione di forme territoriali differenti dalle tradizionali, può produrre numerosi benefici. Hanno approfondito l’argomento e ci hanno relazionato circa la situazione nella nostra città: *Nadia Simionato*, responsabile Marketing & Comunicazione Cohousing.it, *Chiara Gambarana*, Associazione HousingLab e *Paolo Mazzoleni*, Presidente Ordine Architetti di Milano. Il coordinamento è stato svolto da *Pietro Cobor*, responsabile Ufficio Stampa Cohousing.it.

In questi anni si è capito che è importante conciliare la crescita economica con una equa distribuzione delle risorse in quanto lo sviluppo è reale se migliora la qualità della vita in modo duraturo. Per questo abbiamo organizzato il **12 dicembre** una tavola rotonda dal titolo **“Sostenibilità, energia, chimica verde: quali cambiamenti?”** con il Prof. Giuseppe Gavazzi, già docente di Genetica all’Università degli Studi di Milano e coautore del libro *“Sostenibilità. La lezione delle piante”*; il Prof. Pippo Ranci, già docente dell’Università Cattolica e Presidente Autorità Energia Elettrica e Gas e la giornalista *Cristina Magnaschi*, che ha coordinato l’incontro.

Già dagli anni '70 si era capito che il concetto di sviluppo classico, legato esclusivamente alla crescita economica, avrebbe causato il collasso dei sistemi naturali. La crescita di per sé non basta, lo sviluppo è reale solo se migliora la qualità della vita in modo duraturo. Negli ultimi anni si è diffusa l'espressione "sviluppo sostenibile", espressione alquanto ambigua, perché è abusata in vari contesti: politico ed economico. La realtà è che l'attuale modello di sviluppo economico non è sostenibile. La crescita economica ha promesso di creare ricchezza, benessere e rimozione parziale della povertà, ma tutto ciò a scapito delle risorse naturali e degli equilibri dinamici degli ecosistemi. Per questo si parla di chimica verde e con questo termine si intende l'invenzione, la progettazione e l'uso di prodotti chimici e processi per ridurre o eliminare l'uso e la produzione di sostanze pericolose e nocive per l'ambiente e per il genere umano. Da diversi anni l'attenzione all'ambiente e al pianeta hanno indotto anche le grandi multinazionali del petrolio e le aziende utilizzatrici di combustibili fossili per la produzione di beni a studiare sistemi di produzione diversi. *"Per conciliare ecologia e progresso, dice Fitoussi, grande economista, bisogna assolutamente comprendere che dietro la questione ecologica, si pone quella della giustizia sociale."*



"Milano architettura" Visite alla città accompagnati dall'Arch. R. Valmassoi **Jenny Barbieri**

Per il secondo semestre si è pensato che poteva essere interessante fare una riflessione sull'architettura della Controriforma visitando venerdì **8 novembre** **"Chiese della Controriforma"** costruite a Milano a seguito di questo importante evento. Con l'espressione "architettura della Controriforma" si intende quell'architettura che, recependo le indicazioni teologico-liturgiche del Concilio di Trento, adatta e trasforma lo spazio sacro, sia in edifici di nuova edificazione, sia negli interventi di riqualificazione, in linea con le indicazioni teorizzate nel dibattito conciliare. Tale architettura pertanto si orienta verso una drastica e radicale semplificazione tipologica, spaziale e stilistica, in decisa rottura con la cultura del primissimo Cinquecento, intrisa del fascino e apprezzamento della classicità e delle mitologie precristiane, che aveva caratterizzato ad esempio l'opera di Bramante e Raffaello. Perché questa proposta? Perché proprio a Milano San Carlo Borromeo pubblicò nel 1577 delle precise istruzioni destinate agli architetti, scultori e pittori e fu incaricato di effettuare un'azione di controllo e di censura. A Milano abbiamo esempi di importanti chiese costruite dopo la Controriforma, che siamo andati a visitare: San Alessandro, San Fedele e San Giuseppe e che l'Arch. Roberto Valmassoi ci ha illustrato dal punto di vista architettonico.

Ricordando la Shoah - Il Pentcho – a cura di Fiorella Nahum

Giovedì 6 febbraio alle ore 16.00 nel bellissimo Salone degli Affreschi, abbiamo proiettato e discusso con il regista il docu-film PENTCHO, che ha concluso la serie delle manifestazioni dedicate a ricordare la Shoah, realizzate nel corso del mese di gennaio presso la Società Umanitaria.

L'evento è stato un significativo successo di pubblico (oltre 150 presenze in sala) e ha reso il giusto tributo all'efficacia e alla bellezza del docu-film di Stefano Cattini, regista di straordinaria sensibilità e capacità artistica. Il Pentcho, che narra, attraverso i ricordi di alcuni protagonisti e il commento del regista, il rischioso viaggio di 520 ebrei di varie nazionalità in cerca di scampo dalla persecuzione nazista e dalla morte, che

descesero nel 1940 il Danubio da Bratislava fino al Mar Nero e poi verso la Palestina mandataria, è "una storia nella storia della Shoah e della dominazione nazista dell'Europa", di grande valore artistico ed educativo.

Malgrado qualche risonanza acustica e la dimensione ridotta dello schermo in relazione alle dimensioni della sala, che ha reso difficile per chi sedeva nelle ultime file la lettura dei sottotitoli in italiano, tutti hanno espresso commenti positivi e, talora entusiastici, per l'intrinseca qualità del filmato e la narrazione dei protagonisti, perfettamente in equilibrio tra la estrema drammaticità delle situazioni affrontate e lo humour e l'ottimismo con cui alcuni di loro si sono espressi nel racconto.

L'idea di concludere con un messaggio positivo il ricordo della Shoah nel suo 75° anniversario, per quanto ci riguarda, vuole coniugare un passato oscuro e i comportamenti pieni di luci ed ombre degli

HUMANITER ASSOCIAZIONE nestore SOCIETÀ UMANITARIA

Invito

Proiezione film PENTCHO
Regia Stefano Cattini
Premio "Gli imperdibili" alla 59^a edizione del festival dei Popoli (durata 80 minuti)

GIOVEDÌ 6 FEBBRAIO 2020
Salone degli Affreschi ore 16.00 – Via San Barnaba, 48

L'evento si collega alle celebrazioni organizzate per ricordare l'anniversario dell'apertura dei campi di sterminio e nasce dal desiderio di lanciare un messaggio di speranza e di futuro dopo le ceneri della Shoah.

La trama: il 18 maggio 1940 un gruppo di 520 ebrei cechi, slovacchi e polacchi, in fuga dalle persecuzioni naziste, si imbarca a Bratislava su un rimorchiatore fluviale, il Pentcho, per discendere il Danubio fino al Mar Nero e imbarcarsi su una nave diretta in Palestina. Le vicissitudini dei fuggiaschi, miracolosamente scampati alla morte in mare aperto, grazie al coraggio della disperazione e all'intervento della Marina Militare Italiana, sono state ricostruite dal regista Stefano Cattini con una lunga e paziente ricerca che lo ha condotto dall'Europa del Nord fino a Israele, dove ha raccolto le drammatiche testimonianze di alcuni dei sopravvissuti.

Dopo la proiezione ne parlano

Laura Brazzo Responsabile Archivio Storico, Fondazione CDEC
Stefano Cattini Regista
Oscar Marcheggiani Studioso e scrittore
Coordinata
Davide Romano Giornalista "La Repubblica", direttore Museo della Brigata Ebraica

italiani di ieri, con le nuove minacce antisemite che si stanno affacciando oggi in Europa e in Italia. La storia è sempre la stessa o è cambiato tutto? Sono le domande cruciali che, attraverso il poetico e autentico racconto del film di Stefano Cattini, vogliamo affidare alle riflessioni necessarie per il futuro.

Dopo la proiezione del film, durata 80 minuti senza stanchezza, Davide Riccardo Romano, direttore del Museo della Brigata Ebraica a Milano e giornalista di Repubblica, ha posto alcune domande al regista, vero protagonista della serata, e agli altri componenti il panel: Laura Brazzo, responsabile dell'Archivio Storico del CDEC, e Oscar Marcheggiani, storico e scrittore, che ha ricordato il ruolo della Marina Militare italiana per la salvezza dei 520 ebrei in fuga.

Visti, sfogliati, letti

Perché l'Italia diventò fascista - di Bruno Vespa – Mondadori

2019, pagg. 349

In questo libro, che riporta sotto il titolo fra parentesi “(e perché il fascismo non può tornare)” Bruno Vespa si rivela, come sempre, un giornalista serio e competente. Il volume infatti è costruito in 12 capitoli che partono dalla fine della prima guerra mondiale fino ad oggi ed è corredata da una lunga bibliografia e dall’elenco di comprovvate citazioni e innumerevoli nomi di protagonisti e personaggi coinvolti.

Con stile giornalistico appassionante e convincente Bruno Vespa racconta, quasi fosse un romanzo, come e perché, al termine della prima guerra mondiale, tre anni di guerra civile in Italia (1919-1922) consegnarono il potere a Mussolini (che l'avrebbe tenuto per un ventennio) e perché la “democrazia autoritaria” dei primi due anni (1923-24) si trasformò in dittatura dopo il delitto Matteotti.

Citando gli errori e gli slogan di un secolo fa, l'autore disegna inoltre il panorama completo della polemica politica italiana e internazionale attuale, mettendo al centro della scena Matteo Salvini e la clamorosa vittoria della Lega alle elezioni europee del 2019, che ha ribaltato gli equilibri politici del Paese, aprendo una crisi al buio che, invece di portare di nuovo alle urne, ha fatto nascere per la prima volta nella storia italiana un governo di segno opposto al precedente, ma presieduto dallo stesso premier, Giuseppe Conte.

L'autore riporta gli incontri avuti in proposito con tutti i protagonisti della scena politica italiana, e racconta tattiche, strategie e retroscena di una battaglia senza esclusione di colpi: dalla nascita del partito di Matteo Renzi, alle incertezze del PD di Zingaretti dopo la scissione (di Renzi), dalla ritrovata unità di centro destra nella manifestazione di Piazza San Giovanni a Roma per

far cadere il governo, all'alleanza implicita e non dichiarata tra Renzi e Di Maio per ostacolare il ruolo di Conte nel centrosinistra.

Si tratta di un saggio giornalistico accurato e ponderato, di grande attualità, che val la pena di leggere e meditare.

Bruno Vespa è indubbiamente il giornalista più noto d'Italia che ha al suo attivo oltre cinquant'anni di professione di primo piano soprattutto in televisione, e numerosi volumi prevalentemente dedicati all'attualità politica e al costume italiano.

(a cura di Fiorella Nahum)



La parola “Dio”

di Gabriella Caramore - Ed. Einaudi, 2019, pp.131

Un minuscolo libro, scritto da Gabriella Caramore, per lunghi anni nota conduttrice di RAI 3 della trasmissione “Uomini e profeti”, trasmissione basata su dialoghi, incontri e riflessioni di cultura religiosa, ma anche laica e plurale. Gabriella Caramore scrive saggi, articoli e libri orientati al tema religioso, inteso come luogo di confine della conoscenza e dell’esperienza umana.

“Dio”, intorno a ciò che questa parola può significare, moltissime comunità di esseri umani, per secoli, hanno costruito cammini spirituali, adottato stili di vita, plasmato la loro identità.

Ma oggi ha ancora senso la parola “Dio”?

A tale domanda risponde questo volumetto che molto ha da dire a chi è interessato a porsela. Aggiungendo che chi non è interessato ad affrontare temi di questa natura, resta inevitabilmente chiuso al significato del vocabolo “Dio”.

Il libro fa un’accurata analisi di molti passi della Bibbia e di quelle che vengono chiamate “parole di Dio”. Parole che ovviamente non sono mai state né pronunciate né tantomeno scritte da Dio, bensì ispirate agli uomini e dagli uomini tramandate. Questi scritti, viene sottolineato, non parlano tanto di verità, quanto di giustizia e di misericordia. Perché nascono dal desiderio, profondamente umano, di una guida, di una roccia su cui posare i piedi.

In realtà, il nostro tempo non si cura particolarmente della parola “Dio”, parola che però ritorna fatalmente presente, anche oggi, e anche a chi religioso non è, nel momento della grave difficoltà e del dolore, come invocazione. Preghiera che nasce dall’intimo. Speranza ultima e necessaria per riuscire a proseguire il cammino, a superare gli ostacoli. Nasce insomma da un insopprimibile desiderio di soccorso quando

diventa chiara all’uomo la sua estrema limitatezza e fragilità.

Si dice che Dio è amore. Per Caramore forse è più giusto dire l’ inverso, l’amore è Dio. Non un Dio persona, quindi, ma Dio come una insopprimibile aspirazione ad amare, presente nell’essere umano.

Quello che mi sembra importante di questo libro è come Gabriella Caramore riesca a trattare un argomento così delicato e complesso con tanta cautela e umiltà, usando molto “forse” e non proclamando mai verità assolute...

(a cura di Augusta Ceretti)

Gabriella Caramore
La parola Dio



Ha ancora senso oggi la parola «Dio»? Forse, guardando dentro le Scritture e nella storia è possibile rianimare quel movimento che gli steccati delle dottrine hanno stravolto e inaridito. Forse, è possibile ritrovare in essa lo stesso dinamismo delle vite umane e delle stelle.

L'Assemblea annuale 2020 dei soci

Nestore è rinviata a data da destinarsi

a causa delle restrizioni vigenti

per il corona virus.



Via Daverio 7 – 20122 Milano - Tel. 3515341530
www.associazionenestore.eu - nestore@associazionenestore.eu