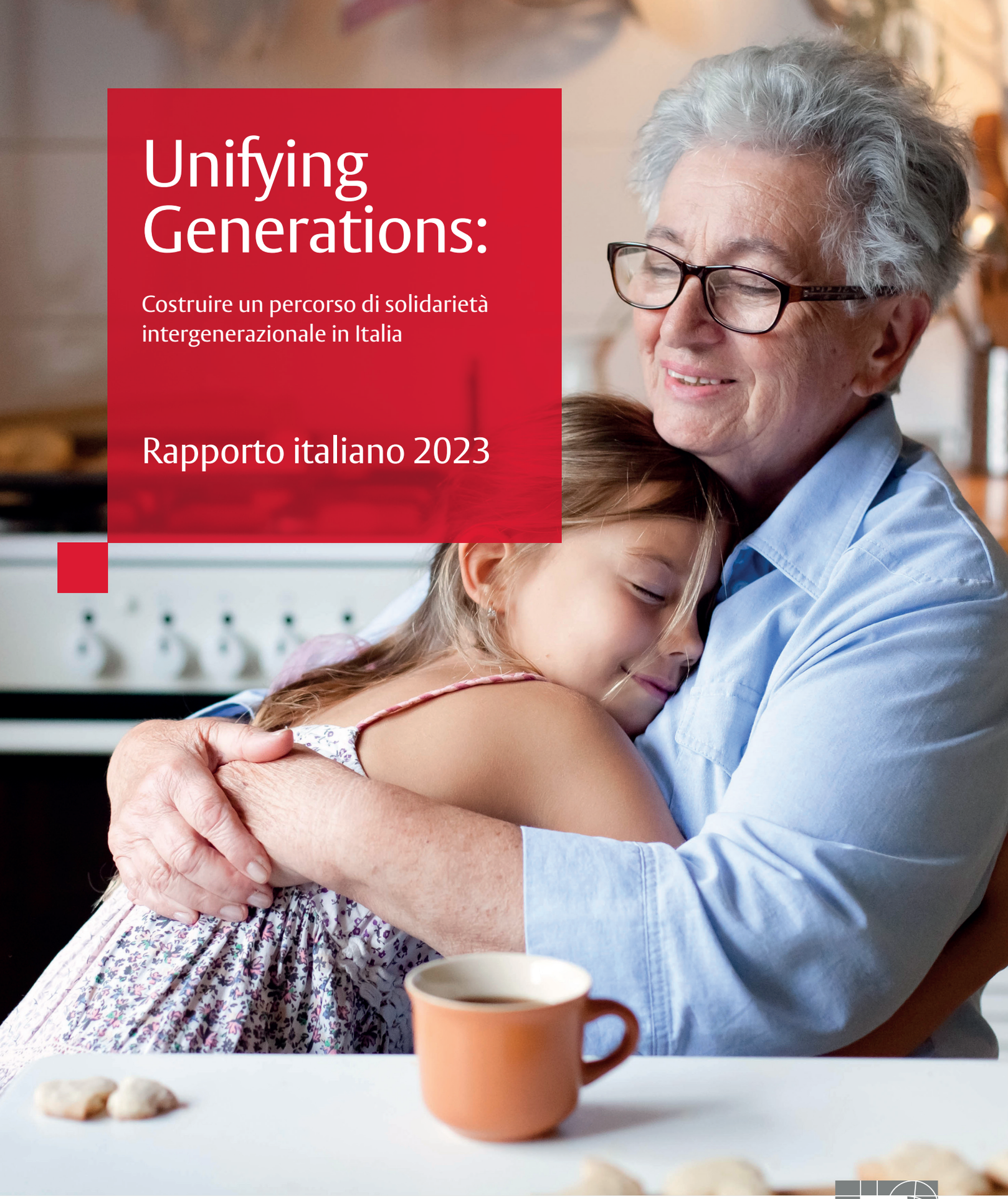


Unifying Generations:

Costruire un percorso di solidarietà intergenerazionale in Italia

Rapporto italiano 2023

Edwards



Edwards Lifesciences

Edwards Lifesciences è il leader mondiale nel settore delle valvole cardiache e del monitoraggio emodinamico. Motivata dalla passione per la cura dei pazienti, l'azienda collabora con i medici per sviluppare tecnologie innovative nel campo delle cardiopatie strutturali e del monitoraggio in terapia intensiva, per salvare vite e migliorarne la qualità.



Indice

2 Edwards Lifesciences
4 Prefazione
5 Unifying Generations: sintesi
6 Presentazione e metodologia
7 Advisory Team/Gruppo consultivo
8 Capitolo 1 – Il vero valore degli anziani
10 Capitolo 2 – Il desiderio di unire le generazioni
13 Capitolo 3 – La ripresa dalla pandemia: è tempo di agire
16 Conclusioni

Prefazione



Eleonora Selvi,
Presidente di Fondazione Longevitas

La popolazione sta invecchiando. Entro il 2050, in Italia, più di un italiano su tre avrà più di 65 anni. L'invecchiamento della popolazione è spesso percepito come un problema. Ci sono ancora molte difficoltà a contrastare la percezione negativa degli anziani, che sono visti troppo spesso come un peso per la società. Dobbiamo riconoscere il contributo inestimabile alle famiglie, alla comunità, all'economia e alla società. Gli anziani non sono affatto un peso, ma sono un punto di riferimento prezioso per la società.

Come dimostra il report 'Unifying Generations', se gli over 65 sono sani, attivi e impegnati possono dare un contributo significativo alla nostra società e alla coesione intergenerazionale, infatti, forniscono assistenza a persone anche al di fuori della propria famiglia, svolgono attività di volontariato e di mentoring, e sostengono finanziariamente, in modo significativo, le generazioni più giovani.

Secondo l'indagine anche i giovani apprezzano molto la cosiddetta "Generazione 3". La pandemia ha avuto un forte impatto negativo penalizzando le interazioni intergenerazionali con l'isolamento obbligato e ora stiamo uscendo da questo periodo senza precedenti nella storia contemporanea, con un forte desiderio, da parte di tutte le fasce d'età, di ricostruire queste relazioni.

La conclusione del rapporto contiene tre possibili interventi: 1) cambiare la percezione del contributo prezioso della generazione più anziana; 2) incoraggiare iniziative di mentoring per consentire la trasmissione di conoscenze dalle generazioni più anziane a quelle più giovani; 3) introdurre programmi per migliorare le competenze digitali degli anziani così da contrastare l'isolamento e rafforzare la coesione intergenerazionale. Appoggio totalmente questi consigli, che potrebbero incoraggiare la "Generazione 3" a ricoprire con più sicurezza il proprio ruolo di unificatore delle generazioni.

Prefazione



Luigi Mazzei,
Direttore Generale Edwards Lifesciences Italia

In un mondo caratterizzato da rapidi progressi tecnologici e dinamiche sociali in continua evoluzione, l'esistenza di relazioni di solidarietà tra le diverse generazioni diventa una indubbia fonte di ricchezza. L'indagine "Unifying Generations" testimonia il profondo impatto che la popolazione anziana ha sulla nostra società, sia dal punto di vista sociale che economico, e sottolinea il ruolo centrale che svolge nell'unire le generazioni e nel generare un futuro collettivo. Questa constatazione è quanto emerge dall'indagine condotta su 2.338 cittadini italiani equamente suddivisi tra generazioni più anziane e più giovani.

Nelle pagine a seguire, approfondiremo i preziosi contributi degli anziani alle nostre comunità. Infatti, grazie al loro bagaglio di esperienze di vita, alla saggezza e alle competenze affinate nel corso di decenni, essi trasmettono un sapere che trascende le generazioni e soprattutto favorisce il progresso.

In passato si è parlato molto di conflitto generazionale. Questo report dimostra che, in realtà, non esiste alcun conflitto, ma, piuttosto, un forte desiderio di maggiore unità tra generazioni e di rispetto reciproco. Le persone più giovani, infatti, traggono ispirazione dalla risolutezza dei loro predecessori, mentre le generazioni più anziane trovano un nuovo scopo e soddisfazione nel fare da mentori, guide e testimoni dello sviluppo del potenziale delle nuove generazioni.

In un mondo in cui innovazione e tradizione si fondono, il confronto tra fasce d'età differenti diventa un terreno fertile per lo sviluppo di nuove idee, che possono portare a scoperte in più ambiti. La nostra azienda ne è un chiaro esempio, ed è per questo che l'argomento è così importante per Edwards Lifesciences. Quasi 65 anni fa, un ingegnere in pensione, Lowell Edwards, ha collaborato con un giovane chirurgo per eseguire la prima sostituzione di valvola cardiaca di successo, un trattamento di cui centinaia di migliaia di persone avevano e hanno bisogno. Nei decenni successivi, abbiamo posto la nostra attenzione sullo sviluppo di terapie innovative per le cardiopatie strutturali, che colpiscono principalmente gli anziani. La nostra missione è garantire a tali pazienti un recupero completo e rapido, affinché possano tornare a svolgere il loro ruolo essenziale nella società. In altre parole, "Unifying Generations" nasce dall'impegno di Edwards Lifesciences nei confronti delle persone a cui ci dedichiamo e sottolinea la nostra missione di migliorare la qualità della vita e creare una comunità unita.

Con questo report intendiamo celebrare il ruolo cruciale che le generazioni più anziane svolgono sia per le loro famiglie, sia sul posto di lavoro, sia nella comunità in generale. Vogliamo dimostrare che il loro contributo fino ad oggi è stato sottovalutato, ma è potenzialmente incisivo. Il report crea le basi per azioni future volte a rafforzare la solidarietà intergenerazionale e mostra il percorso verso una società unita e a misura di anziano.

Presentazione

I cambiamenti demografici e i progressi della medicina fanno sì che, per la prima volta, quattro generazioni condividano una durata di vita più lunga. L'Italia è nota per essere il Paese più vecchio d'Europa, con il 23,5% della popolazione che attualmente ha più di 65 anni. Questo tasso è destinato ad aumentare nei prossimi anni, superando più di un terzo della popolazione totale entro il 2050. L'invecchiamento della popolazione è spesso percepito come un problema, quando in realtà la generazione di chi è considerato anziano, che definiremo 'Generazione 3', svolge un ruolo centrale e chi vi appartiene può risultare come elemento unificatore della comunità fornendo un sostegno significativo alle generazioni più giovani. Sebbene le relazioni tra le varie generazioni abbiano subito un impatto negativo a causa della pandemia da COVID-19, questo rapporto evidenzia proprio il forte desiderio di incrementare il livello di interazione tra le diverse generazioni. I benefici apportati dalle relazioni intergenerazionali sono spesso sottovalutati, nonostante possano invece contribuire alla ripresa post-pandemica della società. Questo rapporto, basato su un'indagine approfondita sulla percezione e sulle esperienze di solidarietà intergenerazionale di 2.338 cittadini italiani, fornisce indicazioni sul ruolo della popolazione anziana nella società e sul potenziale della solidarietà intergenerazionale: è un primo passo verso una missione di *unificazione delle generazioni (Unifying Generations).*

Obiettivi dell'indagine Unifying Generations

- Evidenziare il contributo della Generazione 3 al fine di promuoverne una maggiore valorizzazione del ruolo nella società.
- Identificare i modi in cui possa contribuire in modo più incisivo nella società.
- Comprendere l'impatto della pandemia sulle relazioni intergenerazionali.
- Iniziare ad ampliare la base di conoscenze sulla solidarietà intergenerazionale.

Sulla base dei risultati dell'indagine e in linea con i suoi obiettivi, sono stati redatti tre capitoli che costituiscono questo rapporto. ■

Capitolo 1

Il vero valore degli anziani

Questo capitolo illustra il ruolo e il contributo degli anziani nelle loro famiglie, nelle comunità e nella società in generale. Il loro bagaglio di conoscenze, esperienze e competenze si rivela essere apprezzato dalle giovani generazioni

Capitolo 2

Il desiderio di unire le generazioni

Una narrazione incentrata sulla divisione generazionale non tiene conto della straordinaria unione tra giovani e anziani che si riscontra nella nostra società. Questo capitolo esplora il desiderio di unità di entrambe le generazioni

Capitolo 3

Riprendersi dalla pandemia: è tempo di agire

Dopo due anni, che hanno ridisegnato la società, ci troviamo nella posizione di apportare cambiamenti significativi e duraturi. L'indagine fornisce spunti per possibili azioni da intraprendere per migliorare le relazioni intergenerazionali e costruire una società più a misura di anziano

Metodologia

L'indagine è stata condotta da *Censuswide*, un'agenzia internazionale di ricerca sui consumatori che impiega membri della Market Research Society attenendosi ai principi ESOMAR. La raccolta dei dati si è svolta tra il 4 e il 14 aprile 2022 in sei Paesi europei: Francia, Germania, Spagna, Italia, Irlanda e Regno Unito. In totale sono state intervistate 12.850 persone di queste, 6.425 avevano un'età compresa tra i 18 e i 40 anni, mentre le altre 6.425 avevano più di 65 anni. Nello specifico, in Italia hanno risposto al sondaggio 2.338 persone, equamente suddivise per età e sesso.

Gli intervistati sono stati selezionati attraverso il database di Censuswide con un invito spedito via e-mail. Una domanda iniziale di verifica è stata utilizzata per assicurarsi che tutti gli intervistati rientrassero nei gruppi target di età compresa tra i 18 e i 40 anni o di età superiore ai 65 anni, mentre le domande demografiche, incluse quelle sul sesso e sulla collocazione regionale (all'interno del Paese), sono state utilizzate per garantire una equa distribuzione della popolazione presa in esame. Agli intervistati è stato chiesto di compilare un questionario online composto da 20 domande, di cui 14 a risposta aperta. ■

Advisory Team

Edwards Lifesciences ha lavorato a stretto contatto con un gruppo di esperti in tutta Europa per sviluppare l'indagine e il successivo rapporto italiano.

Eleonora Selvi,
Presidente,
Fondazione Longevitas
Italia



Prof George Leeson,
Professorial Fellow,
Oxford Institute of Population Ageing,
University of Oxford, Regno Unito



Dr Catherine Elliott O'Dare,
Assistant Professor in Social Policy
Trinity College Dublin,
Irlanda



Anna Wanka,
PhD, Deputy Professor
Goethe University,
Germania



Guillaume Fowler,
Consultant,
Junior Consulting Sciences Po,
Francia



Angel Yagüe Criado,
Project Manager,
CEOMA,
Spagna



Alissa Dörr,
Project Leader,
Junior Consulting Sciences Po,
Francia



Dr Adrienne McCann,
Research Manager,
Innovation Value Institute, Maynooth University/Age Friendly Ireland, Irlanda



Noa Levy Baron,
Consultant,
Junior Consulting Sciences Po,
Francia



Capitolo 1: Il vero valore degli anziani

La popolazione europea sta invecchiando e l'Italia non fa eccezione. Entro il 2050, si prevede che un italiano su tre avrà più di 65 anni. La società spesso considera l'invecchiamento della popolazione come un problema. Tuttavia, si ritiene che una popolazione anziana sana, attiva e impegnata possa dare un contributo significativo alle proprie famiglie, alla comunità locale e alla società in generale, sia dal punto di vista sociale che economico.

Contrariamente alla percezione esistente che le generazioni più anziane siano un peso per la società, questa indagine permette di rivalutare il ruolo che svolgono e di misurare meglio il loro impatto positivo sulle generazioni più giovani.

Infatti, secondo l'indagine, l'**85% degli intervistati della generazione più giovane in Italia afferma che il sostegno fornito dalla generazione più anziana nella vita quotidiana sia importante**, con il 37% che lo dichiara molto importante e il 48% che lo ritiene abbastanza importante.



Fornire un supporto sociale

I risultati dell'indagine hanno evidenziato il significativo contributo sociale della Generazione 3 in termini di assistenza agli altri, volontariato e sostegno all'interno e all'esterno della famiglia:

24%
si prende cura di un membro della famiglia, come il partner, i figli, i nipoti o un altro parente.

24%
degli over 65 fornisce assistenza ai membri della famiglia (ad esempio, per fare la spesa, accompagnare qualcuno o svolgere altre attività quotidiane).

20%
fornisce assistenza a persone al di fuori della propria famiglia.

13%
si prende cura di persone al di fuori della propria famiglia ristretta, e un ulteriore 11% si prende cura di persone estranee alla propria famiglia.



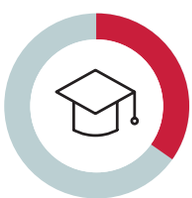
Gli over 65 in Italia sono anche impegnati nelle loro comunità locali:

37%
fa volontariato nella propria comunità locale, e/o in associazioni locali di club sportivi, e/o in un ente di beneficenza. ciò equivale a più di 5,1 milioni di persone.

6%
è un rappresentante eletto di un consiglio comunale, di un paese o di una città.

Fornire un sostegno finanziario
In Italia è molto comune che gli over 65 forniscano anche un sostegno finanziario, di fatti il **74% aiuta economicamente le generazioni più giovani all'interno della propria famiglia.**

I contributi finanziari sono destinati a:



34%
Istruzione



33%
Vacanze e tempo libero



30%
Beni per la casa

"Alla luce dei cambiamenti nei modelli di consumo dettati dall'evoluzione demografica in atto, la Filiera della Silver Economy si conferma un settore sempre più strategico.
Quello dei Longennials è un target che, disponendo di più tempo libero e un maggior potere d'acquisto, contribuisce significativamente all'economia nazionale.
Secondo quanto evidenziato del nostro Osservatorio Silver Economy sul 2022-2023, infatti, il valore dei consumi ammonta a 176,1 miliardi di euro a livello nazionale e, in termini di redditi, parliamo di un valore superiore ai 321 miliardi di euro, pari al 19,4% del PIL nazionale".

Mariuccia Rossini, Presidente Silver Economy Network.

Approfondimenti degli esperti

La Generazione 3 svolge un ruolo fondamentale nella società, forse anche più di quanto la società stessa si renda conto. I risultati di questa indagine non fanno che rafforzare le ricerche esistenti che evidenziano il valore del contributo degli over 65 in tutta Italia, sia a livello sociale che economico. Una volta in pensione, gli anziani hanno la libertà di decidere come impiegare il proprio tempo. Forniscono assistenza e supporto agli altri, fanno volontariato in associazioni di beneficenza o nella loro comunità, offrono consigli e assistenza.

Il contributo finanziario apportato dalla Generazione 3 in Italia all'interno delle loro famiglie è significativo. L'indagine dimostra che questo sostegno finanziario viene utilizzato per coprire bisogni essenziali come l'istruzione e i beni per la casa, ma anche per favorire il benessere familiare contribuendo alle spese per il tempo libero e le vacanze.

Sostenere la generazione più anziana può a sua volta aiutare la società. Contribuire a mantenere gli anziani sani e attivi è essenziale affinché possano svolgere il loro ruolo di "unificatori" all'interno della famiglia, della comunità e, più in generale, della società. ■

Capitolo 2: Il desiderio di *unificare le generazioni*

Divisioni tra generazioni sono state ampiamente riportate negli ultimi tempi, con la crescita prevista della popolazione anziana spesso descritta come una "sfida demografica". Tuttavia, questa narrazione crea una falsa impressione che non riflette il contributo positivo della popolazione anziana e può costituire un ostacolo a una coesione più profonda. L'indagine, infatti, dimostra che non esiste un conflitto tra le generazioni, ma piuttosto un forte desiderio di maggiori interazioni intergenerazionali.



Volontà di instaurare maggiori interazioni intergenerazionali

Gli intervistati, sia più giovani che più anziani, in Italia sono 15 **volte più propensi a ritenere che le interazioni più strette tra generazioni diverse siano un bene (83%) piuttosto che un male (5%).**

L'83% sia degli over65 che dei giovani tra i 18 e i 40 anni ritiene che una maggiore interazione sia una buona cosa.

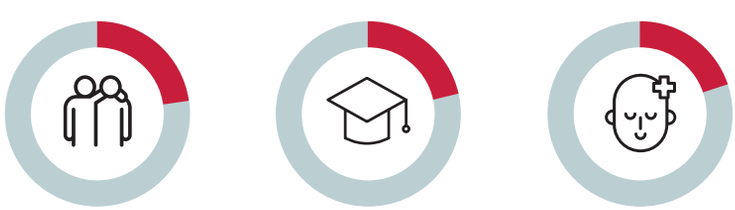
A prescindere dall'età, la famiglia è l'ambito in cui gli intervistati italiani ritengono che le interazioni intergenerazionali sarebbero più utili (51%). Seguono la dimensione culturale (43%) e quella comunitaria (39%).

> *"Dobbiamo sradicare ogni visione stereotipata della persona più matura come peso economico, soggetto lento, inefficiente e quindi inutile. Tale percezione è tipica delle società contemporanee in cui si attribuisce più valore all'avere e al produrre che non all'essere se stessi, ragione per cui l'età più avanzata viene disprezzata in quanto improduttiva. Dobbiamo rimettere al centro l'essere."*
>
> Eleonora Selvi, Presidente di Fondazione Longevitas

Il potere dell'amicizia intergenerazionale

I partecipanti all'indagine hanno evidenziato una serie di vantaggi derivanti dalle relazioni intergenerazionali, che suggeriscono un ampio spettro di opinioni sull'argomento, indubbiamente influenzate dalle circostanze personali.

I benefici più importanti dichiarati sono stati:



22% Compagnia/ amicizia

21% Apprendimento

20% Benessere mentale ed emotivo



"Le interazioni intergenerazionali possono creare relazioni significative tra comunità e formare legami duraturi. Entrambe le generazioni si aiutano a vicenda a rimanere in contatto e a comprendere il passato e il futuro. Lo scambio intergenerazionale riduce la solitudine dell'anziano e fornisce ai bambini e ai giovani la giusta stimolazione per crescere"

Elvia Raia, Presidente Federcentri APS

Secondo gli intervistati più giovani, la compagnia/amicizia è il beneficio più prezioso che i giovani potrebbero offrire a una persona anziana (54%), seguito dal sostegno al benessere mentale ed emotivo (48%) e dal supporto nell'uso della tecnologia e dei media digitali (44%).

Il desiderio di compagnia o di amicizia tra generazioni è sorprendente. Secondo l'indagine, oltre il 62% degli intervistati di tutte le fasce d'età ha dichiarato di avere un amico di una generazione diversa dalla propria, un dato superiore alla media dell'UE (57%), il 32% ha dichiarato, inoltre, che sarebbe aperto a diventare amico di persone di una generazione diversa.

Il valore del mentoring e della condivisione delle conoscenze

Gli intervistati più giovani sembrano apprezzare le capacità di mentoring delle generazioni più anziane. Infatti, dichiarano che ascoltare e dare consigli è la cosa più preziosa che gli anziani possono offrire loro (58%), seguita dalla condivisione di conoscenze storiche e di cultura generale (47%).

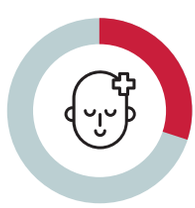
Altri fattori considerati come la cosa più importante o preziosa che gli anziani possono offrire ai giovani sono.



45%
Compagnia/ amicizia



39%
Assistenza (come accudire i nipoti o cucinare)



32%
Benessere mentale ed emotivo

Gli anziani invece sembrano sottovalutare il valore che possono apportare attraverso il mentoring, con solo il 12% che lo ritiene prezioso per i più giovani. In realtà, il 23% dei giovani intervistati ritiene che il mentoring o i programmi educativi forniti dal governo nazionale o locale li aiuterebbero a fare di più con le generazioni più anziane. Seguono i programmi di consulenza aziendale o di mentoring offerti dalle imprese (13%).

Il divario digitale

Il divario generazionale in ambito digitale si riferisce alla capacità dei giovani di adattarsi alle nuove tecnologie con maggiore facilità rispetto alle generazioni più anziane.

L'indagine mostra che l'apprendimento di nuove tecnologie e competenze digitali è la cosa più importante che gli intervistati più anziani vorrebbero imparare dai giovani. Il 45% della generazione più anziana in Italia dichiara che vorrebbe imparare dai giovani le nuove tecnologie e le competenze in materia di media digitali. Questo dato si colloca ben al di sopra delle tendenze attuali (15%), della sensibilità ambientale (16%) e dei nuovi modi di lavorare (12%).

"In un mondo in cui tutti vivremo più a lungo ciò che dovrà cambiare non è soltanto la soglia dell'età pensionabile, il modo di concepire gli spazi pubblici e privati o di riqualificare gli over 65 che resteranno ancora a lungo sul proprio posto di lavoro, ma è il nostro stesso modo di considerare il processo di invecchiamento e di vivere l'esperienza di questo tempo aggiuntivo, precluso a molte generazioni che ci hanno preceduto, e faticosamente conquistatoci dallo sviluppo della scienza medica e della ricerca."

Eleonora Selvi, Presidente di Fondazione Longevitas

Approfondimento degli esperti

La generazione più anziana sottovaluta il proprio contributo: questa potrebbe essere una forma di ageismo interiorizzato che deve essere affrontata. Forse a causa di una percezione negativa da parte dei media, la generazione più anziana pensa di non essere in grado di contribuire alla società in settori in cui è ben equipaggiata per farlo. Occorre fare di più per mettere gli anziani in condizione di continuare a fornire questo contributo significativo.

Dovremmo guardare al di là dei benefici tangibili e dare valore all'amicizia in sé. Quando si parla di solidarietà intergenerazionale si parla spesso in termini di "dare" e "avere", ma uno dei risultati più incoraggianti di questa indagine è stata la volontà di impegnarsi in relazioni unicamente per il proprio piacere. Le relazioni intergenerazionali potrebbero avere un ruolo enorme nell'inclusione e nella coesione sociale. Incoraggiare queste relazioni potrebbe cambiare il volto della società e promuovere la solidarietà intergenerazionale.

Entrambi i gruppi generazionali si aspettano che le Istituzioni, i governi e le imprese promuovano programmi di mentoring. Gli anziani hanno competenze e racconti che dovrebbero essere condivisi e da cui imparare. Può darsi anche che le generazioni più anziane non abbiano sufficienti opportunità di condividere le loro conoscenze e che, pertanto, si debba fare di più per creare piattaforme che consentano di farlo (ad esempio, invitando le generazioni più anziane nelle scuole per parlare delle esperienze che hanno vissuto).

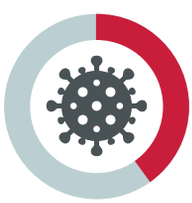
Gli anziani hanno competenze pratiche da offrire che potrebbero essere perse nel corso degli anni. Anche se alcune competenze non sono più così diffuse come un tempo, non significa che non abbiano valore. È importante creare degli spazi in cui condividere queste competenze.

Esiste un notevole margine di azione nell'ambito delle competenze digitali. L'uso dei social media e dei dispositivi digitali è diventato una seconda natura per le nuove generazioni e rappresenta un'importante lacuna di conoscenze che può essere colmata dai più giovani. Aumentare le competenze digitali non solo permetterà alle generazioni più anziane di creare legami più forti con le altre generazioni, ma sarà anche un modo per dar loro voce. Lo sviluppo di programmi di formazione può aiutare le generazioni più anziane a imparare a usare la tecnologia. ■

Capitolo 3 – La ripresa dalla pandemia: è tempo di agire

La pandemia ha avuto un forte impatto su tutte le generazioni e in particolare sulle più anziane, che hanno dovuto isolarsi per un lungo periodo di tempo. Come risultato le interazioni intergenerazionali sono state penalizzate, un aspetto che è infatti emerso nei risultati di questa indagine. Minori opportunità di avere contatti con familiari e amici hanno indubbiamente contribuito a creare un senso di isolamento e solitudine; tuttavia, il desiderio di unire le generazioni e il valore che queste hanno l'una per l'altra è stato stabilito con certezza attraverso questa indagine, suggerendo che è giunto il momento di apportare cambiamenti reali e duraturi alla società e migliorare la solidarietà tra le generazioni.

Quando è stato chiesto agli intervistati quali fossero le principali barriere che impediscono ulteriori interazioni tra le generazioni, il 37% ha risposto che la pandemia è apparsa la causa principale.



37%
Pandemia



Gli intervistati in Italia ritengono che i giovani e gli anziani siano più distanti dopo la pandemia COVID-19 (49%). Inoltre, il 46% degli intervistati ammette che, dopo la pandemia, trascorre meno tempo con persone di generazioni diverse che non fanno parte del proprio nucleo familiare.

Altri ostacoli sono:



37%
La mancanza di tempo



29%
La digitalizzazione della società moderna



29%
Gli stereotipi/ convinzioni sulle diverse generazioni

"L'Invecchiamento della popolazione va considerato ed affrontato in una chiave nuova, non solo sotto il profilo dell'equilibrio del welfare e delle innegabili necessità assistenziali ma anche come una conquista sociale ed una enorme potenzialità, che va supportata attraverso interventi che garantiscano una qualità di vita adeguata e facilitino la coesione intergenerazionale e tutti i benefici che ne derivano."

Ketty Vaccaro, Direttore Area Welfare e Salute Fondazione Censis

La necessità di creare opportunità

L'indagine rivela che si potrebbero attuare alcune soluzioni pratiche per creare maggiori opportunità di incontro tra le generazioni e, quindi, aiutare la società a riprendersi dalla pandemia.

Le sei cose che, secondo gli intervistati della generazione più giovane, li aiuterebbero maggiormente a fare di più per/con le generazioni più anziane sono:

1. Conoscenze culturali o storiche offerte dagli anziani **39%**
2. Maggiore presenza delle generazioni più anziane sui social media o nell'uso di piattaforme di messaggistica o di Internet **31%**
3. Più spazi fisici per incontrare persone di generazioni più anziane **34%**
4. Programmi di tutoraggio o formazione forniti dalle istituzioni nazionali o locali **23%**
5. Co-housing intergenerazionale (persone di età diverse che vivono in comunità abitative condivise) **20%**
6. Programmi di consulenza o tutoraggio offerti dalle imprese **13%**

"Il legame tra le generazioni, la trasmissione delle conoscenze, è non solo fondamentale per i singoli individui, ma prezioso per la coesione di una società. E, cosa altrettanto importante, questo scambio oggi assente a livello di comunità, rappresenta il modo migliore per comprendere l'altro, e permette ai giovani di accettare le età più avanzate come parte dell'esistenza ricca di valore, superando così quel disprezzo e quella paura con cui spesso si guarda al processo di invecchiamento."

Eleonora Selvi, Presidente di Fondazione Longevitas

Approfondimento degli esperti

Ci sono diverse opportunità per applicare le competenze e le conoscenze delle generazioni più anziane in modo che contribuiscano ad affrontare problematiche contemporanee. Quando si attraversano periodi difficili, è importante considerare l'esperienza delle generazioni più anziane nel superare i momenti più difficili.

L'impatto del COVID-19 sulle interazioni intergenerazionali dimostra l'importanza del mondo digitale. Con lunghi periodi di isolamento da familiari e amici, l'unico modo per entrare in contatto gli uni con gli altri è stato il mondo digitale. Sebbene sia stato dimostrato che le competenze digitali delle generazioni più anziane sono migliorate durante questo periodo, l'indagine suggerisce che è possibile fare ulteriori progressi. In sempre più aspetti della vita moderna è importante l'interazione digitale; risulta fondamentale che le generazioni più anziane non vengano tagliate fuori.

Il co-housing intergenerazionale potrebbe essere una soluzione. Probabilmente, uno dei motivi per cui il divario tra le generazioni è stato esacerbato durante la pandemia è che, sempre più spesso, in Italia le diverse generazioni non vivono insieme. Il co-housing intergenerazionale avrebbe potenziale per risolvere alcuni problemi: non solo potrebbe favorire la solidarietà, ma anche combattere l'aumento del costo della vita e i problemi abitativi nelle grandi città. ■

Case Study



Elvia Raia, 70
Napoli

Elvia Raia è Presidente di una Associazione Nazionale, Federcentri, alla quale aderiscono i centri sociali anziani di tutta Italia. È Presidente di una Associazione di Volontariato e di una Cooperativa Sociale di tipo A, componente di comitati, forum, gruppi di lavoro e ha ricoperto incarichi di coordinatrice, responsabile di progetto, consulente, tutor, direttore di azienda.
"Il volontariato valorizza l'incontro, lo scambio tra pari", dice, "Aiutando gli altri aiutiamo noi stessi. Si apprendono nuove competenze, si impara il valore della gratuità".
Si occupa di volontariato dal 1983 su vari temi con progetti rivolti ai minori in difficoltà e per combattere l'abbandono scolastico, per l'integrazione scolastica delle persone con disabilità e di bambini in condizione di povertà educativa. E ancora, il bullismo nelle scuole, gli anziani soli, i corsi di formazione rivolti agli anziani, alle donne, agli immigrati.
"Tanti giovani volontari si sono succeduti in tutti questi anni", ricorda, "Quelli più adulti oggi sono nonni… e tra poco avremo i loro nipoti come volontari!"
Elvia ha due figli e un marito di cui si prende cura. Ama viaggiare, leggere, fare giardinaggio, dipingere. "Molti anziani, specie quelli rimasti soli", dice, "tendono a perdere i contatti sociali e, se non in perfetta salute, a ripiegarsi su se stessi. I Centri sociali aderenti alla nostra rete offrono un sostegno informale e attivano un'influenza sociale che sviluppa benessere. Sono presidi preziosi di scambio di energia, solidarietà e vitalità che procura vantaggi socio-sanitari. Anziani attivi e sereni non costituiranno più un costo per il Ssn". ■

Case Study



Carla Panzino, 66
Pescara

Carla Panzino è nonna e volontaria a tempo pieno, ha due nipoti, e un terzo in arrivo a metà ottobre. È stata fino al 1989 Manager dell'Ufficio Estero in diverse aziende, poi, lasciato il lavoro, ha speso nel volontariato tutta se stessa dedicandosi soprattutto ai bambini, con un'energia inesauribile in moltissimi progetti. Senza mai trascurare la famiglia: "I nonni si dedicano all'ascolto", dice, "Perché i bambini esprimono prima di tutto il loro bisogno di essere ascoltati".
Il suo impegno nel volontariato è per molti anni in aiuto dei bambini di territori disagiati in Africa (Algeria e Camerun). Tornata in Italia nel 1999, si dedica soprattutto ai reparti pediatrici degli ospedali: realizza progetti di raccolta fondi, in cui coinvolge testimonial di grandissima fama dello sport e dello spettacolo, raccogliendo circa un milione di euro. Oggi è Presidente della sezione Abruzzo, da lei fondata nel 2000, di ADISCO – Associazione Donatrici Italiane Sangue Cordone Ombelicale, ed è Presidente nazionale di ADRICESTA – Associazione Donazione Ricerca Italiana Cellule Staminali Trapianto e Assistenza, da lei fondata nel 2004. Cavaliere al merito della Repubblica per il Volontariato, nel 2009-2011 è stata Assessore del Comune di Pescara con delega a Volontariato, Associazionismo e Aggregazione Sociale, Solidarietà Sociale, Azioni di contrasto al Disagio Giovanile.
"La cultura dell'aiuto mi è stata insegnata da mia madre", dice, "La famiglia è il punto di riferimento e di forza della mia vita e, fare la nonna, è stimolante ed entusiasmante sia per me che per i miei nipoti!". ■

Case Study



Miriam Severini, 70
Montesilvano (Pescara)

Miriam Severini vive in Abruzzo in una ridente cittadina vicino Pescara affacciata sul mare.
È felicemente in pensione da qualche anno, dopo essere stata un dirigente pubblico (è stata anche direttore dell'area servizi del Comune di Pescara), con ottime esperienze anche nel privato.
"Ho avuto una vita ricca di esperienze personali e professionali", dice, "Dopo il ritiro dal lavoro mi sono sentita benissimo, tranne che per vicende famigliari molto dolorose. Ho sempre avuto numerosi interessi e nel momento in cui ho avuto tempo a disposizione ho scelto di diventare socia volontaria del Kiwanis, cioè di occuparmi del benessere dei più piccoli". Il suo club di appartenenza è il Kiwanis Chieti-Pescara D'Annunzio.
"Il volontariato è un modo di vivere e far sì che le proprie esperienze possano essere fruibili anche dagli altri, è un atto di generosità nei confronti degli altri ma soprattutto nei confronti di se stessi", dice.
Kiwanis è un'organizzazione internazionale no-profit di volontari i cui membri si incontrano regolarmente per intrattenere rapporti di amicizia e nel contempo si impegnano per il bene degli altri con particolare attenzione ai bambini, eseguendo opere di carità sia personalmente che tramite raccolta di fondi.
Riguardo all'età dice "Mi sento non più giovane né vecchia, ma come una persona che ha ancora molto da fare e molto da dare, e molto da vivere. "Credo sia essenziale stabilire rapporti onesti con i giovani, che sono nient'altro che quello che noi siamo stati", sottolinea, "Le nuove generazioni hanno meno possibilità di quante noi ne abbiamo avute, forse il nostro vero compito sarebbe quello di restituire qualcosa". ■

Conclusioni

I risultati dell'indagine *Unifying Generations* sono in netto contrasto con la narrazione predominante di un conflitto intergenerazionale e di una generazione più anziana che rappresenta una sfida per la società. Al contrario, l'indagine fornisce un quadro chiaro del contributo sociale ed economico fondamentale apportato dagli anziani, un contributo che è molto apprezzato dalla generazione più giovane. Lungi dall'esserci un conflitto tra le generazioni, vi sono prove convincenti di coesione intergenerazionale e di un desiderio di maggiori interazioni in futuro.

I risultati indicano anche i primi possibili interventi che possono essere intrapresi per consentire maggiori interazioni intergenerazionali e dare agli anziani, e in particolare alla Generazione 3, la possibilità di avere un ruolo più forte come unificatrice:

1. **Trasformare le percezioni** – I risultati dell'indagine forniscono uno strumento importante per una campagna che coinvolga più parti interessate e che comunichi una narrazione più realistica del ruolo positivo e unificante delle persone anziane e del desiderio diffuso di una maggiore solidarietà intergenerazionale.
2. **Mentoring e condivisione delle conoscenze** – Le giovani generazioni hanno espresso chiaramente il desiderio di imparare dalle generazioni più anziane attraverso il mentoring e la condivisione delle conoscenze. Le imprese, il mondo accademico, le organizzazioni e la sfera politica dovrebbero collaborare per creare maggiori opportunità per gli anziani di fare da mentore e trasmettere le loro conoscenze, esperienze e competenze ai più giovani attraverso iniziative educative.
3. **Interazione digitale** – Il desiderio di apprendimento non è unidirezionale, le generazioni più anziane riconoscono che i giovani possono aiutarle a migliorare il loro approccio al digitale. Il lockdown ha dimostrato che le generazioni possono essere più isolate l'una dall'altra se non possono accedere ai canali social o digitali. L'introduzione di programmi che permettano agli anziani di sviluppare le proprie competenze digitali e la propria connettività ridurrà il loro isolamento e garantirà una maggiore coesione intergenerazionale.

Se tutti contribuissimo a migliorare il modo in cui percepiamo gli anziani, consentendo una maggiore interazione tra le generazioni, potremmo contribuire a creare una società più coesa. ■

Bibliografia

[i] EuroStat, Proportion of population aged 65 and over https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/TPS00028/default/table?lang=en&category=demo.demo_ind

[ii] United Nations Population Division, Replacement Migration. Accessed December 2022.

Contatti

Per ulteriori informazioni su *Unifying Generations* e per accedere ai risultati completi dell'indagine:

Michael George,
Senior Director Communications and Patient Advocacy,
Edwards Lifesciences EMEA,
Michael_George@edwards.com

Julie Tracol,
Senior Manager External Communications,
Edwards Lifesciences EMEA,
Julie_Tracol@edwards.com

Edwards, Edwards Lifesciences, il logo E stilizzato sono marchi di Edwards Lifesciences Corporation o delle sue affiliate.
Tutti gli altri marchi sono di proprietà dei rispettivi titolari.
© 2023 Edwards Lifesciences Corporation. Tutti i diritti riservati. NP--EU-2079 v1.0
Edwards Lifesciences • Via Giovanni Spadolini, 5, 20141 Milano MI, Italia

Edwards