

EUSTINES NEL MONDO
LE NUOVE SFIDE DELL'EUROPAL'invecchiamento cambia l'economia del Paese
Marketing, editoria e televisione si adeguano al fenomeno

I meno giovani tra i tedeschi hanno a disposizione 20mila euro all'anno per gli acquisti, sei volte più della fascia tra i 15 e i 19 anni

Megastore tedesco per la terza età

Aperto il primo
ipermercato
Cresce il business
per gli anziani

Beda Romano
GROSSRÄSCHEN. Dal nostro inviato

Lo sguardo vispo, un taglio di capelli ancora sbarazzino. Ursula Budach ha superato i 70 anni, ma non lo dimostra. Dallo scaffale prende un apriscatole dal grosso manico lavorato in plastica e mima l'apertura di una lattina. «È un po' caro, ma con la mia artrite potrebbe anche essermi utile», sorride riferendosi alla malattia che le incurva le dita delle mani.

La signora Budach abita a Cottbus, una città del Brandeburgo, a sud di Berlino. Oggi però ha deciso di offrirsi una giornata fuori-porta: insieme a quaranta coetanei è salita su un pullman per recarsi a 35 chilometri da casa, a Grossräschen, nel primo negozio di Germania tutto dedicato alla terza età.

Secondo l'Ocse, il 18,8% dei tedeschi ha oggi più di 65 anni. Nel 2020, la quota sarà del 20,6%. Tendenze simili si registrano anche in Italia. «Gli anziani sono i consumatori del futuro», sostiene Andreas Reidl, presidente di A.GE, una società di marketing dedicata proprio alla terza età. E il mercato si adegua.

Il negozio Deliga si estende su una superficie di 800 metri quadrati alla periferia di Grossräschen. In vendita sono vestiti, scarpe, prodotti per il corpo e innumerevoli oggetti per la vita quotidiana: dalle lenti d'ingrandimento ai porta-pillole con divisori giornalieri; dai carrelli per il passeggio a vari tipi di assorbenti per l'incontinenza; dalle carte da gioco facili da maneggiare agli apparecchi te-

lefonici con i tasti ben in evidenza.

L'ambiente è spartano, esteticamente piuttosto semplice, ma il personale è accogliente. Nulla è lasciato al caso: la merce è a portata di mano, esposta con cura; i prezzi, così come le taglie, sono segnati a caratteri leggermente più grandi del normale per facilitarne la lettura; i camerini sono spaziosi e confortevoli per rendere più semplice la prova dei vestiti.

«Gli anziani sono clienti ricchi, ma non sempre facili: esigenti, danno una valutazione del rapporto qualità-prezzo molto particolare», racconta Angelika Deliga, una signora di 47 anni, che insieme al marito Holger ha aperto il negozio nel 2005. L'attività commerciale, che punta sul franchising, fattura 600mila euro all'anno, è visitata da 600 persone alla settimana e ha una ventina di dipendenti.

L'invecchiamento della popolazione sta cambiando la Germania, i suoi costumi e la sua economia. Secondo la società di ricerche di mercato GfK, i più di 60 anni in Germania hanno a disposizione circa 20mila euro all'anno da dedicare ai consumi, sei volte più di quanto possano permettersi i tedeschi tra i 15 e 19 anni.

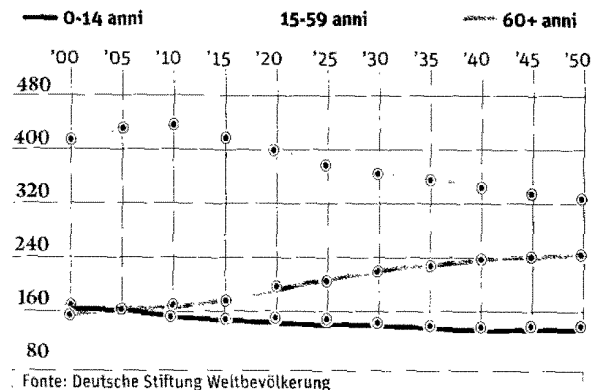
Qualche mese fa, l'amministratore delegato del gruppo editoriale Axel Springer, uno dei più importanti del Paese, ha spiegato che in futuro verranno pubblicate riviste dedicate agli anziani, così come in passato sono nate pubblicazioni dedicate ai giovani.

«Vi è ancora una certa timidezza nel rivolgersi ai lettori più vecchi — ha detto Matthias Döpfner —. La mancanza di pubblicità rende difficile e rischioso il tentativo degli editori di sviluppare prodotti in questo mercato. Ma è solo una questione di tempo».

A dire il vero, l'istituto di ri-

Nuovi bisogni

L'INVECCHIAMENTO DELL'EUROPA
Previsioni. Dati in milioni di abitanti



I NUMERI DELLA GERMANIA

18,8%

I tedeschi over 65

Secondo i dati dell'Ocse, oggi poco meno di un tedesco su cinque ha più di 65 anni. Nel 2020, la quota sarà del 20,6 per cento

78,7 anni

L'aspettativa di vita

In media, oggi, un abitante della Germania ha di fronte a sé un'aspettativa di vita di 78 anni

20mila €

La spesa procapite degli anziani

Secondo la società di ricerche di mercato GfK, chi in Germania ha più di sessant'anni ha a disposizione circa 20mila euro l'anno da dedicare ai consumi

30 milioni

Gli anziani tedeschi nel 2050

Nel 1950 gli over 60 in Germania erano soltanto 10 milioni

cerche di mercato Ifak ha già rilevato che la pubblicità in Germania è sempre più attenta ai consumatori anziani. Così come la televisione. Nel 2006, la rete pubblica ARD ha trasmesso un film tedesco con una scena erotica: i protagonisti avevano 67 anni lei e 61 lui.

A Colonia una casa di tolleranza offre nel pomeriggio il 50% di sconto ai clienti con più di 66 anni. E a Norimberga, il comune ha deciso di aprire un giardino solo per anziani, appartato rispetto al parco giochi dei più giovani e dotato di una scacchiera, di un campo da bocce e tavolini per giocare a carte. Nascono poi nuovi me-



stieri, come per esempio le società dedicate alle cure a domicilio. E negli ultimi anni è aumentato il numero degli ospizi: sulla Kurfürstendamm della capitale tedesca, un lungo viale di Berlino Ovest, le case di riposo sono ben otto.

beda.romano@ilsola24ore.com

www.seniorenausstatter.de

Il negozio Deliga