

La nuova economia della longevità: imprese, tecnologie e One Health ridisegnano il futuro della salute globale

2026-06-05 12:49:46 di Forbes.it

URL:<https://redazione.forbes.it/2026/06/05/leconomia-longevita-imprese-tecnologie-one-health/>

La terza edizione del **Milan Longevity Summit** ha riunito a Milano oltre 250 speaker internazionali e più di 300 presenze qualificate tra ricercatori, clinici, istituzioni, aziende, investitori e C-level, con un programma articolato su quattro giornate e dodici settori interconnessi.

L'agenda 2026 ha posto al centro il paradigma One Health, articolando il confronto tra scienza della longevità, economia, policy, lavoro, welfare, capitale umano, città, tecnologie, AI e sistemi produttivi. Il programma ufficiale del Summit è stato costruito attorno a quattro stage - prosperity, vitality, humanity e longevity - con sessioni dedicate, tra le altre, a demografia, One Health, AI, lavoro, finanza, città, prevenzione e medicina della longevità.

Dall'aumento dell'aspettativa di vita alla sfida degli anni in salute: perché la longevità è una questione sistemica globale

“La longevità non è la promessa di vivere 120 anni. È la capacità di ridurre gli anni vissuti in malattia, fragilità e dipendenza. Ed è qui che la scienza incontra la politica, l'economia e l'impresa”, dichiara **Nicola Marino, ricercatore, promotore del Milan Longevity Summit e direttore di Aeon Foundation**.

Il tema non è più rinviabile. In Italia, secondo Istat, la speranza di vita nel 2024 è stimata a 81,4 anni per gli uomini e 85,5 anni per le donne, mentre le proiezioni demografiche indicano che entro il 2050 gli over 65 passeranno dal 24,3% al 34,6% della popolazione, con una quota di persone in età lavorativa in calo dal 63,5% al 54,3%. Allo stesso tempo, gli anni attesi in buona salute restano molto più bassi della vita media: nel 2024 Istat riporta 58,1 anni di vita attesa in buone condizioni di salute.

Questi numeri spiegano perché la longevità debba essere letta come una questione sistemica. A livello globale, le malattie non trasmissibili - cardiovascolari, oncologiche, metaboliche, respiratorie croniche - rappresentano circa il 75% dei decessi non pandemici. La sola inattività fisica coinvolge circa 1,8 miliardi di adulti e, se non ridotta, potrebbe generare circa 300 miliardi di dollari di costi sanitari pubblici tra il 2020 e il 2030. “La longevità si costruisce prima di una visita specialistica. Si costruisce nei luoghi in cui le persone vivono, lavorano, mangiano, si muovono, respirano e prendono decisioni. Per questo una visione One Health non è comunicazione: è metodologia”, aggiunge Marino.

One Health e imprese: dal welfare aziendale alla costruzione di un modello integrato di prevenzione misurabile

Il paradigma One Health, secondo l'Organizzazione Mondiale della Sanità, riconosce che salute umana, salute animale, ecosistemi e ambiente sono strettamente interdipendenti. Applicato alla longevità, significa

superare la riduzione del tema a check-up, supplementi o singole tecnologie e costruire un modello che integri prevenzione, città, lavoro, ambiente, alimentazione, salute mentale, accesso alle cure, innovazione e sostenibilità economica.

Un punto centrale emerso dal Summit riguarda il ruolo delle aziende. La longevità non può essere solo una responsabilità individuale o sanitaria: richiede ambienti che rendano più probabili comportamenti protettivi. Le imprese possono diventare un volano interno attraverso welfare aziendale, prevenzione, promozione dell'attività fisica, salute mentale, alimentazione, ergonomia, screening appropriati e misurazione degli outcome, ed esterno attraverso investimenti, ricerca, tecnologie, prodotti e servizi orientati all'estensione degli anni in salute. “Le aziende sono uno dei setting più scalabili per fare prevenzione nella popolazione adulta, raggiungono persone sane prima che diventino pazienti. Ma il welfare del futuro non potrà limitarsi a buoni spesa e benefit generici. Dovrà misurare salute, funzionalità, rischio e impatto reale”, afferma Marino.

La prudenza metodologica è essenziale. L'evidenza mostra che i programmi di wellness aziendale non producono automaticamente riduzioni di spesa sanitaria o outcome clinici misurabili nel breve termine. Studi randomizzati hanno osservato miglioramenti di alcuni comportamenti riferiti, ma non sempre effetti significativi su parametri clinici, spesa sanitaria o assenteismo a 18-24 mesi. Per questo, l'approccio corretto non è vendere il welfare come promessa, ma progettarlo come infrastruttura misurabile di prevenzione, con indicatori chiari, follow-up, adesione, equità di accesso e valutazione degli esiti.

Welfare, AI e capitale umano: il ruolo delle imprese e delle tecnologie nella nuova economia della longevità

Il potenziale economico resta rilevante. A livello globale, ansia e depressione determinano circa 12 miliardi di giornate lavorative perse ogni anno, con un costo stimato di 1.000 miliardi di dollari in perdita di produttività. In Italia, il welfare aziendale è già in crescita: nel 2025 il 49% dei lavoratori intervistati riferisce la presenza di un piano welfare in azienda, quota che sale al 62% nelle grandi aziende e al 71% nelle multinazionali. Tuttavia, oltre metà della spesa welfare viene assorbita dai fringe benefit, mentre sanità integrativa, previdenza, istruzione, cura familiare e mobilità rappresentano quote più contenute. “La vera sfida non è aumentare il budget welfare, ma spostarlo da consumo immediato a investimento in salute futura. La longevità aziendale sarà credibile solo quando passerà da iniziativa HR a strategia di capitale umano misurabile”, sottolinea Marino.

Il Summit ha inoltre evidenziato il ruolo delle tecnologie abilitanti: intelligenza artificiale, biomarcatori digitali, interoperabilità dei dati, medicina predittiva, piattaforme di prevenzione, sensori, telemedicina e modelli computazionali. L'Ocse sottolinea che l'AI ha un potenziale rilevante per i sistemi sanitari, ma che la piena scalabilità è ancora limitata da frammentazione dei dati, governance e barriere organizzative. L'World Health Organization richiama inoltre la necessità di evitare che l'AI applicata alla salute amplifichi ageismo, bias e disuguaglianze. “L'AI non renderà automaticamente più longeva una società. Può però trasformare dati dispersi in prevenzione personalizzata, se validata, regolata e integrata nei percorsi clinici e sociali. Senza governance, avremo solo più rumore. Con una governance adeguata, avremo uno strumento di promozione della salute potentissimo”, conclude Marino.

Il messaggio del Milan Longevity Summit è quindi netto: la longevità non è una nicchia del wellness né una promessa biotecnologica isolata. È una nuova infrastruttura sociale, sanitaria ed economica. Richiede ricerca, policy, imprese, tecnologie e cultura pubblica. E soprattutto richiede una metrica più rigorosa: non quanti anni possiamo aggiungere alla vita, ma quanta salute, autonomia e partecipazione possiamo aggiungere agli anni.