LA NUOVA ASSET CLASS SI CHIAMA LONGEVITÀ

Il lancio del fondo Longevity di Quadrivio è previsto per la fine di quest'anno o per l'inizio del prossimo: si tratta di un vero settore di investimento

di Sergio Luciano

La longevità non è più, o non dovrebbe più essere, un capitolo di spesa sociale da contenere: è una vera e propria asset class su cui costruire valore nel tempo. Cedere alla tentazione di tagliare le risorse destinate alla sanità e a tutti i servizi che sostengono una vita lunga, sana e attiva sarebbe un errore strategico prima ancora che sociale. Non stupisce che il mercato della finanza e del risparmio previdenziale sia oggi in prima linea, attratto da un fenomeno anticiclico per definizione, destinato solo ad ampliarsi nei prossimi decenni. In questo scenario l'intelligenza artificiale gioca un ruolo chiave: rafforza la longevità, agevolandone il conseguimento e la piena fruizione da parte di chi la vive. Ne abbiamo parlato con Roberto Crapelli, managing partner di Quadrivio Group, alla vigilia del lancio di un fondo internazionale dedicato proprio alla longevità.

Da dove nasce l'idea di un fondo dedicato alla longevità?

Il mondo del marketing e dei media ha alzato negli ultimi anni l'attenzione verso la longevità, intesa non semplicemente come sanità o "silver economy", ma nel senso più completo del termine. Sta diventando un'opzione di business con lo stesso spessore che ebbero, cent'anni fa o duecento anni fa, le ferrovie in certe aree del mondo, o più di recente alcune tecnologie emergenti. Per anni la salute è stata trattata come un centro di costo. Ancora oggi qualcuno cade nell'errore di pensare che basti ridurre la spesa o fare efficienza: non è così. Alcune economie che hanno provato a tagliare la spesa sanitaria hanno registrato ondate di conseguenze sociali e politiche negative.

Lei parla di longevità come "asset class". Cosa cambia esattamente?

Cambia completamente l'equazione. La salute e la longevità diventano un vero settore di investimento, con proprie caratteristiche di rischio, propri criteri su quanto, dove e come investire. Non è più una voce di spesa nel conto economico, ma una decisione di capitale allocato. Il tema sale di livello: riguarda la macroeconomia e la microeconomia, ma soprattutto tocca il mercato dei capitali e gli intermediari finanziari, oltre naturalmente alla previdenza, al risparmio e ai nostri risparmi personali. Da questa consapevolezza nasce la volontà di avere un ruolo, come già avvenuto un anno fa con il nostro fondo dedicato all'intelligenza artificiale.

Quando sarà lanciato il fondo Longevity?

Il lancio è previsto entro la fine di quest'anno o all'inizio del prossimo: su questo siamo ormai certi.

Come definisce la longevità un investitore, rispetto a temi come difesa o tecnologia satellitare?

La vecchia idea di longevità, quella che affonda le radici in certa narrativa attorno alle scoperte scientifiche, da Nostradamus in avanti, è superata. Oggi non si tratta di diventare vecchi o inseguire l'immortalità: la durata della vita potrebbe perfino restare invariata. Ciò che conta è lo spessore, la profondità e la qualità della vita: la possibilità di restare pienamente consapevoli di sé stessi



fino all'ultimo giorno, fisicamente, mentalmente ed emotivamente. Molti imprenditori che restano al comando delle proprie aziende fino a età avanzata interpretano proprio questo modello, e non a caso sono in salute.

Quali sono le principali minacce alla longevità osservate dal mercato dei capitali?

Ancora oggi, statisticamente e scientificamente, i temi cardiovascolari, i tumori, il diabete legato alle diete scorrette e, più gravemente, le degenerazioni neurovegetative che portano all'Alzheimer. Ma il mercato dei capitali ha fatto un passo in più: ha ingaggiato scienziati ed esperti, capendo che nessuno di questi problemi nasce per caso. Si costruisce, probabilmente, fin dal primo giorno di vita, se non prima, e dipende da come mangiamo, come dormiamo, come ci muoviamo — molto prima di qualsiasi diagnosi. Ecco perché tante aziende stanno realizzando una vera e propria filiera, una value chain, attorno a tutto ciò che è cibo salutare e movimento salutare in chiave preventiva. Ma attenzione: un conto è il cibo pensato in chiave longevità, un altro è il cibo tradizionale, che un investitore di questo tipo non finanzia.

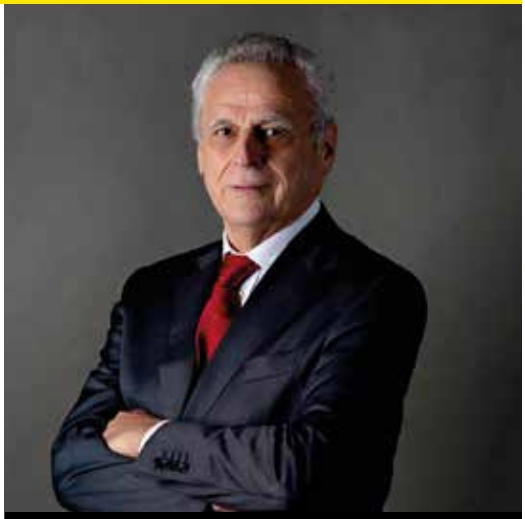
Lei ha parlato anche di "metabolismo" come nuova frontiera. Cosa intende?

È un terreno che biologi e neurobiologi conoscono bene, ma che fino a poco tempo fa restava misterioso per il resto di noi. Capi di stato e business leader non discutono di metabolismo nei loro incontri, salvo qualche battuta — come è successo, mi pare, in un colloquio con leader cinesi, sul fatto che se siamo fortunati qualcuno ci farà vivere fino a cent'anni. Ma chi mette soldi non fa battute: investe davvero e si assume il rischio. Le aziende che iniziano a trattare la longevità come area di ricerca e sviluppo, trasformando magari un'azienda alimentare tradizionale in un player orientato alla longevità, sono quelle che oggi mostrano il maggiore interesse.

Che ruolo gioca l'intelligenza artificiale in questo scenario?

Un ruolo decisivo. Le applicazioni della longevità vanno dall'analisi del genoma di un bambino fino all'assistenza virtuale per una persona con Alzheimer avanzato la cui famiglia magari vive in un'altra città. Tutto questo richiede capacità di intelligenza artificiale applicata, e il compito del capitale è trovare le aziende, i manager e gli imprenditori giusti capaci di costruire questi strumenti per ogni età e situazione. C'è poi una I applicata alla ricerca — nuove proteine, anticorpi, oncologia — molto avanzata sul fronte della malattia. Ma la dimensione più ampia, e più interessante per il capitale, è vivere meglio in ogni stagione della vita: penso alla depressione maggiore, cresciuta enormemente nel mondo e ancora oggi curata male, quando va bene.

> *"Tante aziende stanno realizzando una value chain attorno a tutto ciò che è cibo e movimento salutare in funzione preventiva*



Roberto Crapelli, managing partner di Quadrivio Group

Che impatto ha tutto questo su previdenza e risparmio?

Un impatto enorme. Vediamo la possibilità, in futuro, di portare il nostro prodotto sulle reti dei promotori finanziari, rendendo accessibile anche a chi dispone di somme limitate l'investimento nella propria salute e nel proprio percorso di longevità. Per le compagnie assicurative si apre un mercato nuovo: prodotti che premiano il comportamento virtuoso nel medio-lungo periodo, invece di offerte pensate quando si è già vicini ai sessant'anni, spesso troppo tardi. Stiamo esplorando alcune partnership proprio in questa direzione.

E per la sanità pubblica: la longevità è sostenibile?

Uno studio interno suggerisce che la crescita della durata di vita, che allunga il periodo pensionistico, è in realtà bilanciata dalla riduzione della domanda di interventi sanitari: con una longevità sana le persone si ammalano meno. Su un segmento di popolazione abbiamo stimato che una longevità spinta ai livelli oggi raggiungibili scientificamente può ridurre la spesa sanitaria totale, pubblica e privata, anche del 40% a parità di durata della vita: un numero impressionante. È come spostare risorse pubbliche dal ruolo di "pompiere" alla costruzione di un capitale di lungo periodo fin dall'infanzia. In questo, il mercato dei capitali è oggi un partner formidabile.

Un'ultima domanda: perché la longevità dovrebbe interessare più di settori come difesa o tecnologia?

Perché non ha la ciclicità della difesa, legata all'alternarsi di guerre e tregue, né le complicazioni della tecnologia. È un'esigenza che sentiamo profondamente, credo da quando esiste l'uomo: nel nostro cervello esiste una struttura, l'amigdala, che da sempre attiva comportamenti di difesa e sopravvivenza. Lascio agli scienziati il compito di approfondire questa mia osservazione, ma è da qui, credo, che parte tutto.