

## Obiettivo healthy aging: le iniziative di Guna



*Intervista a Alessandro Pizzoccaro, Presidente di GUNA, una delle organizzazioni protagoniste del Salone 2021.*

**Perché è così importante l'Healthy aging e quali sono le iniziative di Guna su questo tema?**

L'healthy aging è e diventerà sempre più, soprattutto nei Paesi occidentali, il problema numero 1 a livello politico, sociale e sanitario. Infatti, mentre la numerosa generazione dei baby boomers è diventata oggi la generazione dei Senior, la galoppante denatalizzazione fa sì che l'età media della popolazione continui a crescere.

[Continua a leggere](#)

# Obiettivo healthy aging: le iniziative di Guna

🕒 25 ottobre 2021

*Intervista a **Alessandro Pizzoccaro, Presidente di GUNA**, una delle organizzazioni protagoniste del Salone 2021.*



**Perché è così importante l'Healthy aging e quali sono le iniziative di Guna su questo tema?**

L'healthy aging è e diventerà sempre più, soprattutto nei Paesi occidentali, il problema numero 1 a livello politico, sociale e sanitario. Infatti, mentre la numerosa generazione dei baby boomers è diventata oggi la generazione dei Senior, la galoppante denatalizzazione fa sì che

l'età media della popolazione continui a crescere.

E purtroppo male, come ci dicono questi dati impressionanti forniti da AIFA:

Il 55% degli over 75 assume da 5 fino a 9 farmaci e il 14% assume più di 10 farmaci.

Risulta così lampante che, se da un lato lo stile di vita della popolazione non è adeguato, dall'altro lato le linee guida del SSN non tengono evidentemente conto della necessità di inquadrare il paziente anziano nella sua globalità di persona anziché come espressione di una serie di patologie cui rispondere con la politerapia che porta con sé i ben noti rischi connessi.

Non facendo proprie le raccomandazioni dell'OMS che indica come la cura dell'anziano mira non a guarire le singole patologie, in generale croniche, ma a migliorare la qualità della vita del paziente preservandone l'autonomia fisica e psichica.

Noi come Guna da sempre sentiamo l'esigenza di fornire il nostro contributo curativo e soprattutto preventivo per consentire agli anziani di vivere una vita sana e in piena salute mentale e numerose sono le proposte terapeutiche specifiche per i senior messe a punto tenendo in particolare conto della delicata fisiologia dell'anziano.

Ecco perché abbiamo subito aderito all'appello dell'OMS che con il programma decennale *Healthy aging 2021-2030* intende coinvolgere anche il settore privato ad attivarsi al fine di diffondere sani modelli per promuovere una vita migliore per le

persone più anziane, per le loro famiglie e per le comunità in cui esse vivono.

Come ci siamo mossi? Abbiamo messo a punto il progetto *Senior in salute* assieme al Centro OMS di Milano per la Medicina integrata che prevede, tra l'altro, la realizzazione di web seminar destinati a Medici, Farmacisti e giornalisti e tenuti da autorevoli relatori.

Si sono già svolti tre di questi workshop che hanno visto un'adesione di oltre 900 partecipanti. Evidentemente il taglio di questi seminari, che mettendo a confronto l'esperienza dei vari professionisti nei confronti del rapporto coi senior realizza un interessante modello di integrazione tra saperi complementari, è stato molto apprezzato.

Non solo, grazie alla collaborazione delle maggiori associazioni dei Farmacisti abbiamo distribuito nelle farmacie aderenti un Vademecum destinato ai Senior che spiega in un semplice decalogo quali sono le azioni preventive per vivere una vecchiaia in salute fisica e mentale.

**Guna è impegnata a favore della libera circolazione delle idee e del sapere. Quali sono le iniziative a riguardo ?**

Sin dalla fondazione Guna ha attribuito un valore basilare alla diffusione della propria visione della salute e della malattia. Da subito abbiamo attivato una fertilissima attività didattica ed oggi o direttamente o sostenendo varie Associazioni mediche siamo coinvolti in più di 600 giornate di insegnamento all'anno.

Quando poi ci siamo confrontati con la possibilità di brevettare le innovazioni, frutto della nostra ricerca scientifica, abbiamo deciso che anziché utilizzare tempo ed energie per proteggere delle conoscenze già realizzate sarebbe stato più opportuno utilizzare quelle risorse per ricercare conoscenze e realizzazioni nuove. D'altronde nell'epoca di internet con le informazioni e gli interscambi scientifici che viaggiano alla velocità della luce ci sembra antistorico bloccare la circolazione di idee nuove e di nuovi saperi attraverso un meccanismo, il brevetto, istituito nel XIX secolo.

Insomma, abbiamo fatto la scelta NO PATENT, ossia di non sottoporre a protezione brevettuale i nostri prodotti. Non solo, ma tutte le nostre pubblicazioni come Guna Editore sono copyleft, ossia ne è ammessa la circolazione gratuita e senza preventiva autorizzazione, alla sola condizione che venga citata la fonte.

**Guna con il suo Social Hub si impegna a rendicontare in tempo reale. Quali sono i suoi principali punti di forza ?**

Il Social Hub è il primo vero progetto di rendicontazione aziendale al mondo che viene aggiornato on-line 365 giorni all'anno. Con il Social Hub – sviluppato da un team interamente italiano, a dimostrazione che non è necessario andare all'estero per trovare vera innovazione – non è più necessario aspettare “una certa data” – normalmente la fine dell'anno... – per conoscere i risultati e l'andamento dell'azienda, area per area. Inoltre risolve un problema “storico” della rendicontazione aziendale: le aziende paiono sempre impeccabili nel proprio ruolo sociale e nella sostenibilità ambientale (così pare leggendo i bilanci sociali che vengono appunto compilati a fine anno). Qualcuno sostiene che vi sia un qualche problema di “autenticità”: il Social Hub risolve questo problema perché – oltre che essere appunto aggiornato frequentemente – non è compilato solo dall'azienda bensì anche da tutti i suoi stakeholder (come ad esempio i dipendenti, i collaboratori esterni, le Onlus che Guna finanzia, etc). Ogni tipo di pubblico che ha a che fare con Guna, che influenza o è influenzato dall'azienda, compila la sua parte di Social Hub, in modo orizzontale e trasparente, generando un bilancio integrato (sociale + finanziario) che è frutto quindi di un lavoro condiviso. Infine, incrementiamo continuamente l'area del Social Hub dal titolo “Cosa non siamo riusciti a fare e perché”, un capitolo apposito sulle criticità e gli insuccessi, perché partiamo dal presupposto che la costruzione di un rapporto di fiducia nei confronti dei nostri pubblici passi anche attraverso l'ammissione dei nostri errori.