

## IL PUNTO DI MAURO MASI\*

*I non connessi sono dappertutto*

Nelle otto nazioni più ricche del mondo, quelle con il Pil più alto, 1,75 miliardi di persone non sono connesse, e di queste 1 su 3 vive in grandi centri urbani. Il dato emerge da uno studio della Wireless broadband alliance (Wba, l'associazione creata dai principali operatori del settore wi-fi per promuovere l'interoperabilità).

Gli otto Paesi sono Usa (78,4 milioni non connessi, il 24% della popolazione), Regno Unito (8,4 milioni, 13%), Germania (10,7 milioni, 13%), Russia (39,3 milioni, 27%), Giappone (20,2 milioni, 16%), India (853 milioni, 68%), Cina (649 milioni, 47%) e Brasile (90,6 milioni, 43%).

Tra le grandi città, Delhi e San Paolo sono quelle con il maggior numero di cittadini non connessi, pari rispettivamente a 5,3 milioni (29%) e a 4,3 milioni (36%). Sul fronte opposto, a Londra solo il 7% non è connesso (625 mila persone), a New York il 19% (1,6 milioni) e a Mosca il 17% (2,1 milioni).

La considerazione che si può trarre da questi dati è che la mancanza di connessione con la rete non è, come troppo spesso viene detto, un problema che riguarda esclusivamente le aree rurali e i Paesi in via di sviluppo ma è, al contrario, un tema che riguarda, eccome, anche i Paesi maggiormente industrializzati.

Sono passati ormai quasi 19 anni da quando, nel gennaio 2007, Steve Jobs presentò l'iPhone dicendo «This will

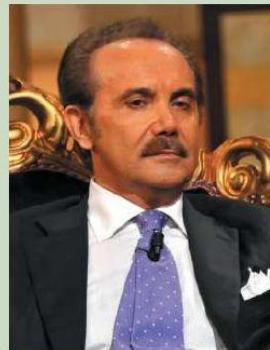
change everything (questo cambierà tutto)» e questa volta non era una sparata da bullo (come il genio Jobs amava fare più di quanto si pensi), ma si è rivelata la verità.

Oggi si contano al mondo circa 1 miliardo di utenti attivi di iPhone e Apple sente la concorrenza di altri produttori che utilizzano il sistema operativo Android (in primis, Samsung ma anche i cinesi di Xiaomi, Oppo e Vivo, mentre le sanzioni americane hanno costretto Huawei fuori dai primi cinque produttori mondiali), anche se mantiene una netta superiorità sul mercato degli smartphone premium (quelli con il prezzo di listino superiore a 400 dollari) dove quota oltre il 52% dell'intero mercato.

Ciò ha una chiara spiegazione: l'iPhone della società della mela è diventato infatti qualcosa di più di un – per quanto articolato e complesso – incrocio tra cellulare e computer, è diventato uno status symbol, anzi è quello che gli economisti chiamano un bene Veblen, cioè quei beni la cui domanda è proporzionale al prezzo elevato proprio perché rappresentano un segno di status. E i segni di status non subiscono le mode, le creano.

\*delegato italiano  
alla Proprietà intellettuale  
Contatti: [mauro.masi@bancafucino.it](mailto:mauro.masi@bancafucino.it)

— Riproduzione riservata —



Mauro Masi

