

mode d'Italia Tutti pazzi per Facebook e cellulari

DA MILANO GIUSEPPE MATARAZZO

Primo Paese per l'utilizzo dei social network. Leader mondiale per la diffusione degli smartphone e per l'utilizzo di mp3 e iPod. Maglia rosa per i prezzi della telefonia mobile. Gran Bretagna? Stati Uniti? Giappone? No, no, Italia. La sorpresa arriva dal Rapporto di Ofcom (International Communications Market Report) diffuso nei giorni scorsi, e rilanciato ieri dall'Agcom. Il nostro Paese, se-

gnato da un digital divide molto forte fra diverse aree della penisola e una diffusione di banda larga e sistemi di connessione non ancora capillari come altre realtà mondiali,

spicca in questa classifica, con punteggi di assoluta eccellenza. Quello economicamente più interessante riguarda il settore della telefonia mobile - la cui penetrazione è la più elevata del mondo, oltre il 150% - e che assurge ormai a paradigma anche per l'utilizzo delle applicazioni più sofisticate.

Dal rapporto Ofcom emerge in particolare come in Italia i prezzi dei servizi mobili dal luglio 2009 al luglio 2010 sono diminuiti del 24% (migliore performance europea) e risultano in assoluto i più bassi (al pari del Regno Unito) rispetto a quelli degli altri Paesi europei. Inoltre ben il 24% dei consumatori (la percentuale più alta in Europa) ha ridotto la spesa pro-capite nella telefonia mobile ne-

gli ultimi 12 mesi; i prezzi per il mobile broadband sono i più bassi e il mercato della larga banda mobile risulta più maturo rispetto agli altri Paesi. Prezzi ma non solo. In Italia c'è anche la più alta diffusione dei telefoni intelligenti (26% della popolazione sopra i 13 anni e 66% degli utilizzatori abituali di internet) e la quota di abitazioni servite solo dalla telefonia mobile è la più significativa tra i principali Paesi sviluppati (il 29%). Una conferma che arriva anche dai cellulari tradizionali: sono uno e mezzo per ciascun italiano.

Ma in Italia impazzano i social network: è una mania che interessa il 66% degli utilizzatori di internet (la percentuale più elevata al mondo), in particolare per quanto riguarda l'accesso a Facebook. Stando alla ricerca, la percentuale di internauti che ne fa uso è il doppio rispetto al Giappone (33%). Al secondo posto ci sono gli Stati Uniti (64%), seguiti dal Regno Unito (62%). L'Italia si piazza bene anche nella messaggia istantanea dal web, con il 53%, dietro solo alla Francia (65%), e nel Voip (28%, contro il 29% di Francia).

«Le informazioni contenute nel rapporto Ofcom sono confortanti - il presidente dell'Autorità per le garanzie nelle Comunicazioni, Corrado Calabrò - non solo per le conferme sulle dinamiche di prezzo del settore ma anche per quanto concerne la diffusione delle più avanzate tecnologie della comunicazione nel nostro Paese, il cui mercato interno risulta tra i più grandi al mondo. Colpisce - aggiunge inoltre Calabrò - l'esistenza di un forte interesse degli italiani per i servizi online, che, unitamente alla leadership nelle applicazioni della telefonia mobile, evidenzia le grandi potenzialità di sviluppo per la diffusione della banda larga. E, soprattutto, sottolinea che esiste già una domanda definita ed espresa di servizi evoluti». È fondamentale dunque - è l'invito di Calabrò - «superare una logica di compartimentazione con interventi che non rispondono a una visione d'insieme; ma è opportuno anche supe-

rare l'approccio attendista secondo cui prima si creano le condizioni della domanda e poi si investe in nuovi servizi e infrastrutture. Per le nuove tecnologie, i percorsi di creazione e stimolo di domanda e offerta vanno di pari passo e ci sono fin d'ora le premesse per attuare quella svolta digitale che risulta determinante per la ripresa economica e di cui il Paese ha bisogno per protendersi nel futuro». Il primato dell'Italia che chiacchiera su Facebook più di altri e si lascia affascinare dal telefonino di ultima generazione, deve fare i conti dunque con la reale forza innovativa del Paese. E questa non si misura certo con social network e smartphone.

Rapporto Ofcom, il nostro Paese primeggia per l'uso di social network (il 66%) e smartphone (24%). Tariffe più basse per la telefonia mobile
Agcom: ora la svolta digitale

il laboratorio

DA MILANO ANDREA DI TURI

Un laboratorio per promuovere l'inserimento lavorativo delle persone con disabilità e affrontare i molti ostacoli che rendono ancora così complicato il rapporto tra disabilità e lavoro. A lanciarlo è stata Sodalitas, la fondazione di Assolombarda per il sociale, che ha già riunito intorno al progetto una decina di grandi aziende, molte attente da tempo al tema. Come Bpm, che da dieci anni dispone di un servizio di supporto psicologico ai lavoratori con disabilità, o Randstad, agenzia per il lavoro che ha costituito la divisione "Hopportunities" specializzata per lavoratori disabili. «Dobbiamo lavora-

Disabili al lavoro senza ostacoli

re ancora molto su queste tematiche - ha detto Giorgia Gallo, ad di L'Oréal Italia, che ha ospitato l'incontro di presentazione del laboratorio nella sede milanese e organizza fra le sue filiali nel mondo il "Trofeo per la disabilità" - e realizzare un Paese in cui le persone non vengano più discriminate in base alle loro presunte minori capacità, ma valorizzate».

Proprio ieri, inoltre, il ministro del Lavoro, Maurizio Sacconi, ha firmato il decreto per la costituzione dell'Osservatorio nazionale sulla condizione delle persone con disabilità, che a

breve avrà la sua prima convocazione.

Nonostante la strumentazione legislativa sia piuttosto efficace, dalla legge 68/99 sul collocamento mirato dei disabili alla possibilità dell'avvia-

mento al lavoro in convenzione tra imprese e cooperative sociali (Decreto legislativo 276/03), secondo l'Istat in Italia i due terzi delle persone con disabilità sono fuori dal mercato del lavoro. Fra

le molte cause, il non elevato livello medio d'istruzione delle persone disabili, fra le quali possiede la licenza media il 17% (contro il 31% della po-

polazione) e un diploma superiore solo l'8% (contro il 28%). C'è poi un problema di specificità, dato che occorre sviluppare approcci e percorsi lavorativi che tengano conto delle specifiche disabilità dei lavoratori. Ma c'è soprattutto una questione culturale: «Bisogna sconfiggere la paura che c'è verso la disabilità - ha detto Franco Bomprezzi, giornalista e scrittore disabile, nominato Cavaliere della Repubblica dal presidente Napolitano - per evolvere da una cultura dell'obbligo a una dell'opportunità, inclusa. Chi ne ha fatto esperienza sa che i disabili sono grandi lavoratori e rappresentano un volano di buone pratiche in azienda, contaminando e migliorando».

