



AUTORITÀ PER LE  
GARANZIE NELLE  
AGCOM COMUNICAZIONI

## COMUNICATO STAMPA

### **AGCOM: AUMENTANO LE LINEE ULTRABROADBAND DI RETE FISSA, ORA SONO UN TERZO DEL TOTALE CRESCE ANCORA LA LARGA BANDA MOBILE: +3,2%**

Gli accessi complessivi della rete fissa crescono per il sesto trimestre consecutivo grazie all'andamento delle linee a banda larga che, con un incremento su base annua di 840 mila unità ammontano, a marzo 2018, a 16,8 milioni di linee. I dati dell'Osservatorio sulle Comunicazioni diffusi oggi dall'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni mostrano in particolare una riduzione degli accessi *broadband* in tecnologia xDSL (-1,69 mln di accessi), diminuzione però più che bilanciata dalla crescita (+2,64 mln) degli accessi in altre tecnologie (qualitativamente superiori), le quali a fine marzo raggiungono i 6,47 mln di accessi grazie specialmente alla crescita delle linee FTTC e FTTH. Dopo aver superato il milione di unità a fine anno, gli accessi *Fixed Wireless Access* (FWA) crescono ulteriormente, raggiungendo 1,1 milioni di linee. Dal lato delle prestazioni il peso degli accessi con velocità maggiore di 30 Mbit/s, pari al 31,2% del totale, ha superato quello delle linee meno veloci (<10 Mbit/s). Le linee con velocità compresa tra 30 e 100 Mbit/s a fine marzo hanno superato i 3,1 milioni (+1,25 mln), mentre quelle con velocità pari o maggiore di 100 Mbit/s hanno raggiunto i 2,1 milioni (+1,19 mln di linee su base annua).

Il quadro competitivo degli accessi *broadband* e *ultrabroadband* vede Tim quale maggiore operatore con 44,9%, seguito da Vodafone, Fastweb e Wind Tre con quote comprese tra il 14 ed il 15% circa. Nel segmento *ultrabroadband* ( $\geq 30$  Mbit/s) il peso di Tim sale al 47,5% mentre nella fascia 30-100 Mbit/s, grazie soprattutto alla crescente diffusione delle linee in fibra su rete mista rame (FTTC), sfiora l'80%. Tra gli accessi >100 Mbit/s, Fastweb risulta largamente il maggiore operatore con un peso pari quasi al 50%.

Nella rete mobile, su base annua si registra un aumento complessivo di 2,5 milioni di sim: le M2M sono cresciute di 4,1 milioni di unità, mentre quelle che prevedono servizi "solo voce" e "voce+dati" si riducono di 1,6 milioni di unità. Wind Tre e Tim rappresentano entrambe il 30,8% del mercato. Se si considerano unicamente le "human" (escludendo quindi le sim M2M), Wind Tre rimane l'operatore principale con il 35%, seppur con una quota in calo. Prosegue in misura consistente la crescita della larga banda mobile: nel primo trimestre dell'anno le sim che hanno effettuato traffico dati hanno superato i 52 milioni (+3,2% su base annua), con un consumo medio unitario di dati stimabile in 3,42 GB/mese (+53,4% rispetto a marzo 2017). In tale contesto, prosegue la riduzione degli sms inviati (meno di 4 miliardi da inizio anno) con una riduzione del 26% su base annua.

Nel settore televisivo, rispetto a marzo 2017, si riscontra una contrazione degli ascolti, sia per Rai (che raggiunge il 36,3%; -0,7 punti percentuali), sia per Mediaset (che ottiene una *share* del 32,5; -0,2). Nello stesso periodo, tra gli altri operatori televisivi, risultano in flessione anche le quote di 21° Century Fox/Sky Italia e di Discovery (-0,2 punti percentuali) a fronte di una evoluzione positiva di La7 del Gruppo Cairo Communication (+1,4%). Analizzando l'evoluzione delle *audience* delle edizioni serali dei principali telegiornali, nel giorno medio il Tg1 con 5,7 milioni di ascoltatori precede il Tg5 (4,7 milioni; +0,4%). Aumentano anche gli ascolti del Tg3, che supera i 2 milioni di telespettatori medi (+0,9%) e della TgR seguita da 2,6 milioni di italiani (+1,2%). Performance positive per il Tg La7 e il Tg2 (+0,4%), Studio Aperto e Tg4 (+0,6%).

Continua a registrare un trend negativo il settore dell'editoria quotidiana: a fine marzo 2018 la vendita di quotidiani (edizioni cartacee e digitali) risulta di poco superiore ai 2,8 milioni di copie, in flessione dell'8,2% rispetto allo stesso mese del 2017. Sia per il gruppo GEDI, leader nella vendita di quotidiani con il 20,5%, sia per RCS Mediagroup, al secondo posto con una quota molto simile, si osservano degli incrementi (rispettivamente di +0,6 e +0,4 punti percentuali). Si riduce il peso sul totale delle vendite di Amodei (-1 punto percentuale) e del Sole 24 ore (-0,2 punti percentuali).

Per quanto riguarda l'utilizzo di Internet, ai primi posti per utenti unici si collocano Google e Facebook che realizzano complessivamente un incremento del 10% (+5,7 milioni). Con un trend in crescita, la navigazione su Facebook (che comprende anche l'utilizzo di Whatsapp) ha superato in media per persona le 25 ore mensili. Analizzando l'audience dei social network, ad esclusione di Facebook che risulta nettamente quello più utilizzato dagli italiani con oltre 27 milioni di utenti unici, di rilievo risulta la crescita di Instagram (+2,7 milioni di utenti), di LinkedIn (+1,6 milioni di navigatori) e di Pinterest (+1,6 milioni).

Per quanto riguarda infine il settore postale, nel primo trimestre dell'anno i ricavi complessivi sono aumentati dello 0,5%, con i servizi di corriere espresso in crescita dello 0,8% e quelli postali in marginale flessione (-0,1%). I volumi del servizio universale risultano in flessione (-11,7%), mentre gli invii di pacchi crescono del 3,3%, superando per la prima volta i 100 milioni di unità movimentate nel trimestre. Il quadro concorrenziale vede Poste Italiane principale operatore con il 38,5% (il 43% includendo SDA). Tale quota si attesta ad oltre il 77% per il segmento dei servizi postali liberalizzati. I servizi di corriere espresso mostrano un maggiore livello di competizione: i tre principali operatori risultano essere DHL, con il 23,3%, seguita da BRT (18,5%) e da UPS e TNT (16,5% e 15,5%).

Roma, 20 luglio 2018