



SINTESI OSSERVATORIO SULLE COMUNICAZIONI N. 4/2017

Gli accessi complessivi della **rete fissa** crescono per il quarto trimestre consecutivo grazie all'andamento delle linee a banda larga che, nei primi nove mesi del 2016, arrivano a sfiorare i 16,4 milioni di unità, con una crescita su base annua pari a 950 mila unità.

I dati dell'Osservatorio sulle Comunicazioni diffusi oggi da Agcom mostrano, in particolare, una riduzione degli accessi broadband in tecnologia xDSL (-960mila accessi), diminuzione, però, più che bilanciata dalla crescita (+1,90 milioni di unità) degli accessi in altre tecnologie (qualitativamente superiori), le quali a fine settembre raggiungono i 4,9 milioni di accessi grazie specialmente alla crescita delle linee FTTC-FTTH.

Dal lato delle prestazioni, le linee *broadband* con una velocità superiore ai 10 Mbit/s superano il 64% del totale, mentre quelle *ultrabroadband* (velocità superiore ai 30 Mbit/s) hanno superato il 23% rispetto al 12,8% registrato a settembre 2016.

In relazione al segmento degli accessi *broadband* e *ultrabroadband*, Tim si conferma primo operatore con il 45,6%. Seguono Wind Tre, Fastweb e Vodafone con quote sostanzialmente equivalenti comprese tra il 14 ed il 15% circa.

Nella **rete mobile**, su base annua si registra un aumento complessivo di 1,5 milioni di sim; le sim M2M sono cresciute di 3,9 milioni di unità, mentre quelle che prevedono servizi "solo voce" e "voce+dati" si riducono di 2,4 milioni di unità.

Pur con una quota in flessione su base annua, con il 31,5% Wind Tre si conferma leader di mercato, seguito da Tim e Vodafone entrambe con una quota in crescita su base annua.

Tale posizione si rafforza (35,5%) se si considerano unicamente le sim "human" escludendo, cioè, le sim M2M.

Prosegue in misura consistente la crescita della larga banda mobile: nel terzo trimestre dell'anno le sim che hanno effettuato traffico dati hanno superato i 52 milioni (+4,7% su base annua), con un consumo medio unitario di dati stimabile in 2,78 GB/mese (+41,2% vs settembre 2016). In tale contesto, prosegue la riduzione degli sms inviati (13,7 miliardi da inizio anno) con una riduzione del 23% su base annua e del 78% rispetto al settembre 2013.



Nel **mercato televisivo**, rispetto a settembre 2016, la Rai, pur riducendo leggermente gli ascolti, si attesta al 35%, seguita da Mediaset (31,2%). Nello stesso periodo, tra gli altri operatori televisivi, risulta in crescita la quota di ascolto di 21° Century Fox/Sky Italia (+0,4 punti percentuali) e di Discovery (+0,3 punti percentuali), mentre risulta in flessione quella di La7 (-0,6 punti percentuali). Analizzando l'evoluzione delle audience delle edizioni serali dei principali programmi di informazione (i telegiornali) nel giorno medio, Tg1 e Tg5 risultano i più seguiti (complessivamente con circa 9 milioni di ascoltatori nel giorno medio).

Continua la flessione dell'**editoria quotidiana**: nello scorso settembre la vendita di quotidiani (copie cartacee e copie digitali) è risultata di poco superiore ai 3 milioni di copie, in flessione dell'11,0% rispetto allo stesso mese del 2016. La percentuale di quotidiani venduti sotto forma di copie digitali e multiple è pari all'8%, senza variazioni apprezzabili rispetto al settembre 2016. Il gruppo GEDI risulta essere il leader nella distribuzione delle copie vendute, con il 20,3%, seguito a poca distanza da RCS Mediagroup con il 19,9%.

Per quanto riguarda l'utilizzo di **Internet**, Google e Facebook consolidano la posizione di leadership facendo registrare entrambi, rispetto a settembre 2016, un incremento vicino ai 3 milioni di utenti; mediamente la navigazione su Facebook (che comprende anche l'utilizzo da parte degli utenti di Whatsapp) supera le 26 ore mensili.

Analizzando l'audience dei Social Network, ad esclusione di Facebook che risulta nettamente quello più utilizzato dagli italiani con oltre 26 milioni di utenti unici nel mese di settembre 2017, di rilievo risulta la crescita di Instagram (+4,1 mln di utenti), anch'esso appartenente al gruppo Facebook, e di LinkedIn, che raggiunge i 10 milioni di utenti unici.

Con riferimento al **Sistema Integrato delle Comunicazioni (SIC)**, nel 2016 i ricavi complessivi hanno superato i 17,6 miliardi di euro, con una crescita (prima variazione positiva dal 2008) del 3,3%. Tale risultato è stato raggiunto, in larga parte grazie alla all'aumento delle risorse radiotelevisive (+5,9%) ed all'andamento della pubblicità online (+16,3%). La pubblicità, nel suo complesso, risulta, con oltre il 50%, la componente principale del SIC, mentre 21st Century Fox e Fininvest, con il 15,2%, risultano i principali soggetti operanti nel SIC.

Infine, per quanto riguarda il **settore postale**, i ricavi complessivi dei primi nove mesi dell'anno sono aumentati del 3,4%, con i servizi di corriere espresso in crescita del 7,6% e quelli postali in flessione dell'1,6%.

I volumi dei servizi compresi nel servizio universale risultano in flessione del 13,1%, mentre gli invii di pacchi risultano in crescita dell'8,9%. Il quadro concorrenziale del settore, nel suo complesso, vede Poste Italiane spa principale operatore con il 38,7% (il gruppo sfiora il 44% includendo SDA); tale quota supera il 76% per i servizi postali liberalizzati, mentre il segmento dei servizi di corriere espresso mostra un maggiore livello di competizione (i tre principali operatori risultano essere DHL con il 22,3%, UPS con il 19,2% e BRT con il 18,1%).