

COMUNICATO STAMPA

AGCOM: LE LINEE BROADBAND DI RETE FISSA RAGGIUNGONO I 16,6 MLN DI UNITÀ. SUPERANO IL MILIONE LE LINEE FWA. NELLA RETE MOBILE AUMENTANO DI DUE MLN LE SIM; +4 MLN QUELLE M2M

Gli accessi complessivi della rete fissa crescono per il quinto trimestre consecutivo grazie all'andamento delle linee a banda larga che, con un aumento su base annua di oltre un milione di unità arriva a fine anno a sfiorare i 16,6 milioni di linee. I dati dell'Osservatorio sulle Comunicazioni diffusi oggi da Agcom mostrano, in particolare, una riduzione degli accessi *broadband* in tecnologia xDSL (-1,31 milioni di accessi), diminuzione però più che bilanciata dalla crescita (+2,33 milioni di unità) degli accessi in altre tecnologie (qualitativamente superiori), le quali a fine dicembre raggiungono i 5,69 milioni di accessi grazie specialmente alla crescita delle linee FTTC-FTTH. Da evidenziare anche il traguardo degli accessi *Fixed Wireless Access* (FWA) che, a fine dicembre, hanno superato il milione di accessi. Dal lato delle prestazioni, le linee broadband con una velocità superiore ai 10 Mbit/s superano i 2/3 del totale, mentre quelle ultrabroadband (velocità superiore ai 30 Mbit/s) hanno superato il 27% del totale, in crescita di 12 punti rispetto a dicembre 2016.

In relazione agli accessi broadband e ultrabroadband, Tim si conferma primo operatore con il 45,6% (quota che sale al 48% considerando solo il segmento ultrabroadband). Seguono Wind Tre, Fastweb e Vodafone con quote sostanzialmente equivalenti comprese tra il 14 ed il 15%.

Nella rete mobile, su base annua si registra un aumento complessivo di 2 milioni di sim: quelle M2M (*Machine to Machine*) sono cresciute di 4,1 milioni di unità, mentre le sim che prevedono servizi "solo voce" e "voce+dati" si riducono di 2,1 milioni di unità. Pur con una quota in flessione su base annua, con il 31,2% Wind Tre si conferma leader di mercato, seguito da Tim e Vodafone, entrambe con una quota in crescita. La posizione di Wind Tre si rafforza (35,2%) se si considerano unicamente le sim "human" escludendo, cioè, quelle M2M. Prosegue in misura consistente la crescita della larga banda mobile: nel quarto trimestre dell'anno, le sim che hanno effettuato traffico dati hanno superato i 52 milioni (+3,1% su base annua), con un consumo medio unitario di dati stimabile in 2,76 GB/mese (+49,5%

vs dicembre 2016). In tale contesto, prosegue la riduzione degli sms inviati (17 miliardi da inizio anno) con una riduzione del 32% su base annua.

Nel settore televisivo, rispetto a dicembre 2016, si riscontra una crescita degli ascolti per la Rai, che raggiunge il 37,2%, a fronte di una lieve riduzione per Mediaset (-0,8 punti percentuali). Nello stesso periodo, tra gli altri operatori televisivi, 21° Century Fox/Sky Italia mantiene inalterata la propria quota di ascolti (8,5%) mentre risultano in leggera flessione quelle di Discovery (-0,2 punti percentuali) e di La7 (-0,7 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 9,6 milioni di ascoltatori nel giorno medio). Al terzo posto si colloca l'edizione serale della testata a carattere locale di Rai 3 (TgR) con una *share* in lieve crescita (+0.4%). Dall'analisi dei profili sociodemografici dei telespettatori, i telegiornali della Rai (Tg1, Tg2, Tg3 e TgR) e di Cairo (Tg La7) sono seguiti sopra la media da un pubblico di laureati.

Continua il trend in contrazione dell'editoria quotidiana: nello scorso dicembre la vendita di quotidiani (copie cartacee e copie digitali) è risultata di poco superiore ai 2,8 milioni di copie, in flessione dell'10% rispetto allo stesso mese del 2016. Anche per i quotidiani venduti sotto forma di copie digitali e multiple si registra una contrazione della quota sul totale del venduto (-2%) rispetto a dicembre 2016. Il gruppo GEDI, al primo posto nella distribuzione delle copie vendute con il 20,5%, registra una lieve contrazione (-0,1 punti percentuali) mentre il secondo operatore, RCS Mediagroup, registra un incremento di mezzo punto percentuale.

Per quanto riguarda l'utilizzo di Internet, continua la dinamica positiva per Google e Facebook primo e secondo operatore per utenti unici che, rispetto a dicembre 2016, realizzano complessivamente un incremento del 10% (+2,8 milioni di visitatori). Sebbene in lieve contrazione rispetto allo stesso mese del 2016, la navigazione su Facebook (che comprende anche l'utilizzo da parte degli utenti di Whatsapp) ha superato in media le 24 ore mensili. Analizzando l'audience dei social network - ad esclusione di Facebook che risulta nettamente quello più utilizzato dagli italiani con 26,8 milioni di utenti unici nel

me­se di dicembre 2017- di rilievo risulta la crescita di Instagram (+2,9 milioni di utenti), anch'esso appartenente al gruppo Facebook, di LinkedIn, che raggiunge 9,8 milioni di utenti unici e, infine, di Pinterest con +1,3 milioni di navigatori. Passando all'esame dei profili sociodemografici, Instagram, Trumblr, Snapchat si caratterizzano per un maggiore gradimento da parte dei più giovani.

Per quanto riguarda infine il settore postale, nel corso del 2017 i ricavi complessivi sono aumentati del 2,9%, con i servizi di corriere espresso in crescita del 5,9% e quelli postali in flessione dello 0,8%. I volumi dei servizi compresi nel servizio universale risultano in flessione del 13,3%, mentre gli invii di pacchi sono in crescita del 7,9%. 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 sfiora il 77% 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 22,5%, UPS e BRT entrambe con il 18,3% del mercato.

Roma, 17 aprile 2018