



AUTORITÀ PER LE
GARANZIE NELLE
COMUNICAZIONI

OSSERVATORIO SULLE COMUNICAZIONI

N.1/2026



01 COMUNICAZIONI ELETTRONICHE

Rete fissa

- 1.1 Accessi diretti complessivi
- 1.2 Accessi broadband e ultrabroadband
- 1.3 Accessi broadband e ultrabroadband per tecnologia e operatore
- 1.4 Accessi broadband e ultrabroadband per tipologia di clientela e operatore
- 1.5 Traffico dati in download e upload
- 1.6 Traffico dati medio giornaliero (upload + download)
- 1.7 Traffico dati medio giornaliero per linea broadband
- 1.8 Traffico dati, intensità dei flussi settimanali

Rete mobile

- 1.9 Linee complessive
- 1.10 Sim human per tipologia di clientela
- 1.11 Sim human per tipologia di contratto
- 1.12 Traffico dati in download e upload
- 1.13 Traffico dati medio giornaliero (upload + download)
- 1.14 Traffico dati medio giornaliero per sim human
- 1.15 Traffico dati, intensità dei flussi settimanali
- 1.16 Portabilità del numero

02 MEDIA E PIATTAFORME

Televisione (DVB-T e SAT)

- 2.1 Ascolti complessivi delle emittenti nazionali
- 2.2 Ascolti dei principali gruppi televisivi (da inizio anno) – prime time
- 2.3 Ascolti dei principali gruppi televisivi (da inizio anno) – intero giorno
- 2.4 Ascolti dei principali canali televisivi (da inizio anno)
- 2.5 Tempo speso dagli utenti dei principali TG nazionali
- 2.6 Ascolti dei principali TG nazionali nel giorno medio da inizio anno
- 2.7 Ascolti dei canali «all news» nel giorno medio da inizio anno

Editoria quotidiana

- 2.8 Copie complessive vendute da inizio anno (1/2)
- 2.9 Copie complessive vendute da inizio anno (2/2)
- 2.10 Distribuzione per principali gruppi editoriali
- 2.11 Distribuzione delle principali testate

Piattaforme

- 2.12 Utenti unici dei siti/app dei principali operatori
- 2.13 Utenti unici dei siti/app di informazione generalista
- 2.14 Utenti unici dei siti/app di e-commerce
- 2.15 Utenti unici dei siti/app di social network
- 2.16 Utenti unici dei siti/app di servizi VOD a pagamento
- 2.17 Tempo speso sui siti/app di servizi VOD a pagamento
- 2.18 Utenti unici dei siti/app di servizi VOD gratuiti
- 2.19 Tempo speso sui siti/app di servizi VOD gratuiti

03 SERVIZI POSTALI

Ricavi

- 3.1 Andamento dei ricavi
- 3.2 Ricavi da servizi di corrispondenza (base mensile)
- 3.3 Ricavi da servizi di consegna pacchi (base mensile)
- 3.4 Trend storico dei ricavi

Volumi

- 3.5 Andamento dei volumi
- 3.6 Volumi da servizi di corrispondenza (base mensile)
- 3.7 Volumi da servizi di consegna pacchi (base mensile)
- 3.8 Trend storico dei volumi

Il mercato

- 3.9 Il quadro concorrenziale
- 3.10 Trend storico dei ricavi unitari (media ultimi 12 mesi)

L'Osservatorio sulle comunicazioni è una pubblicazione trimestrale elaborata dal Servizio studi e analisi tecniche dell'Autorità.

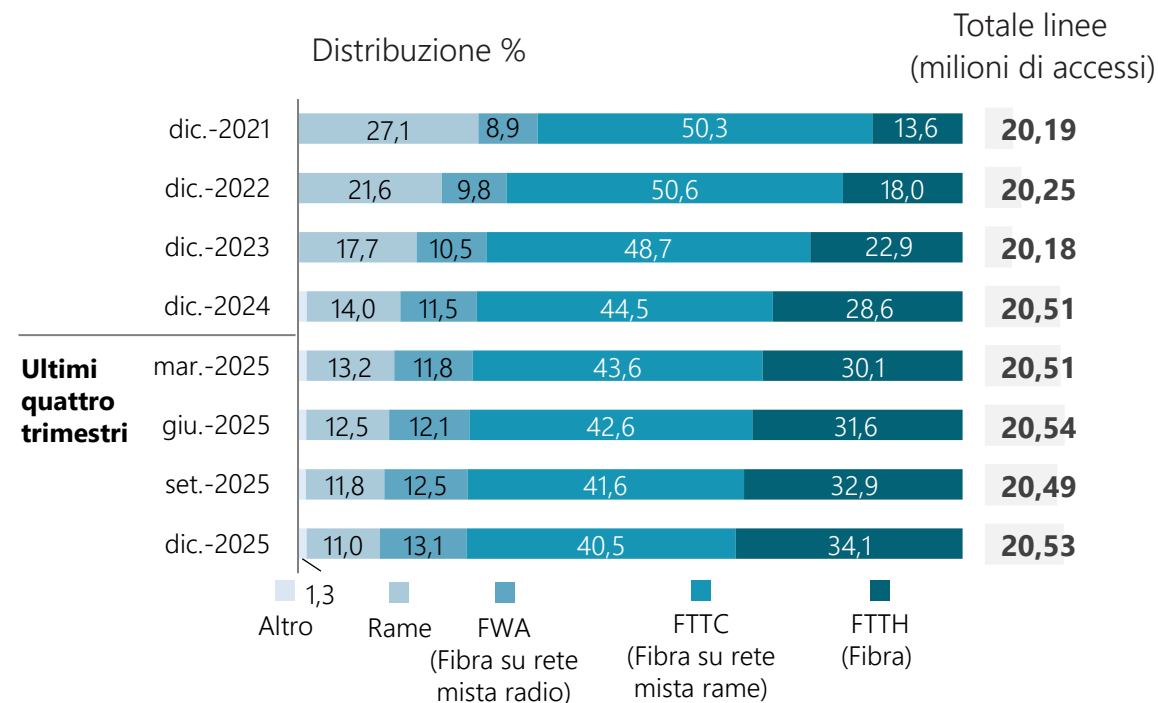
I valori riportati nelle sezioni 1 e 3 dell'Osservatorio, sono stime basate su informazioni fornite dalle principali imprese presenti nei mercati delle comunicazioni elettroniche e dei servizi di corrispondenza e di consegna pacchi. Con riguardo alla sezione dedicata ai media e alle piattaforme (sezione 2), i dati fanno riferimento ad elaborazioni su informazioni da fonte esterna (Auditel, Audicom – sistema Audiweb, ADS e Comscore), mentre relativamente alla sezione 4, dedicata all'andamento degli indici dei prezzi nazionali e internazionali dei mercati di competenza istituzionale dell'Autorità, per i primi i dati sono forniti da Istat, mentre per i secondi sono utilizzati quelli elaborati da Eurostat.

I dati raccolti in questo numero sono aggiornati a dicembre 2025. Le composizioni percentuali sono arrotondate automaticamente alla prima cifra decimale. In alcuni casi i dati non risultano direttamente confrontabili con quelli riportati nelle precedenti edizioni dell'Osservatorio a seguito di operazioni di riclassificazione operate dalle imprese e di affinamenti nelle metodologie di elaborazione.

04 I PREZZI DEI SERVIZI DI COMUNICAZIONE

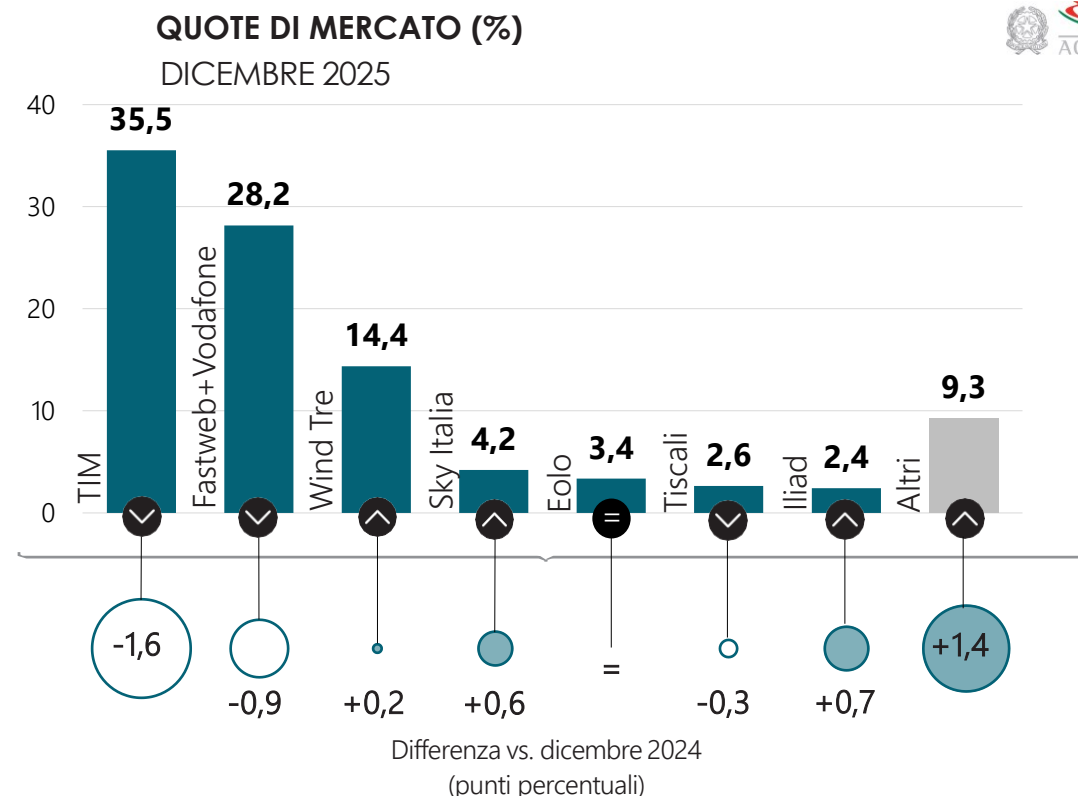
- 4.1 Indici generali e principali utilities
- 4.2 Telefonia fissa e mobile
- 4.3 Quotidiani, periodici, TV e servizi postali
- 4.4 Dinamiche in Europa

1.1 RETE FISSA: ACCESSI DIRETTI COMPLESSIVI



Nota: Sono compresi gli accessi fisici Full ULL, SLU, Vula, DSL Naked, WLR, Bitstream NGA, Fibra e FWA. Il **totale linee**, coerentemente con quanto previsto dalla reportistica europea, comprende anche le linee indicate nelle categorie «other NGA», «other not NGA» e «Satellite» (incluse in Altro). A dicembre 2025, le linee satellitari sono stimate in circa 81 mila unità, le linee «other not NGA» in poco meno di 160 mila unità linee e circa 30 mila linee nella categoria «othe NGA».

Totale linee	(valori assoluti)	(Δ %)	Composizione %	(Δ dic.24 - dic.25 in punti percentuali)
Variazione trimestrale:	+43 mila accessi	↑ +0,2	Rame:	-3,0 ↓
	(set. 2025 – dic. 2025)		FWA:	+1,5 ↑
Variazione annuale:	+23 mila accessi	↑ +0,1	FTTC:	-4,0 ↓
	(dic. 2024 – dic. 2025)		FTTH:	+5,6 ↑

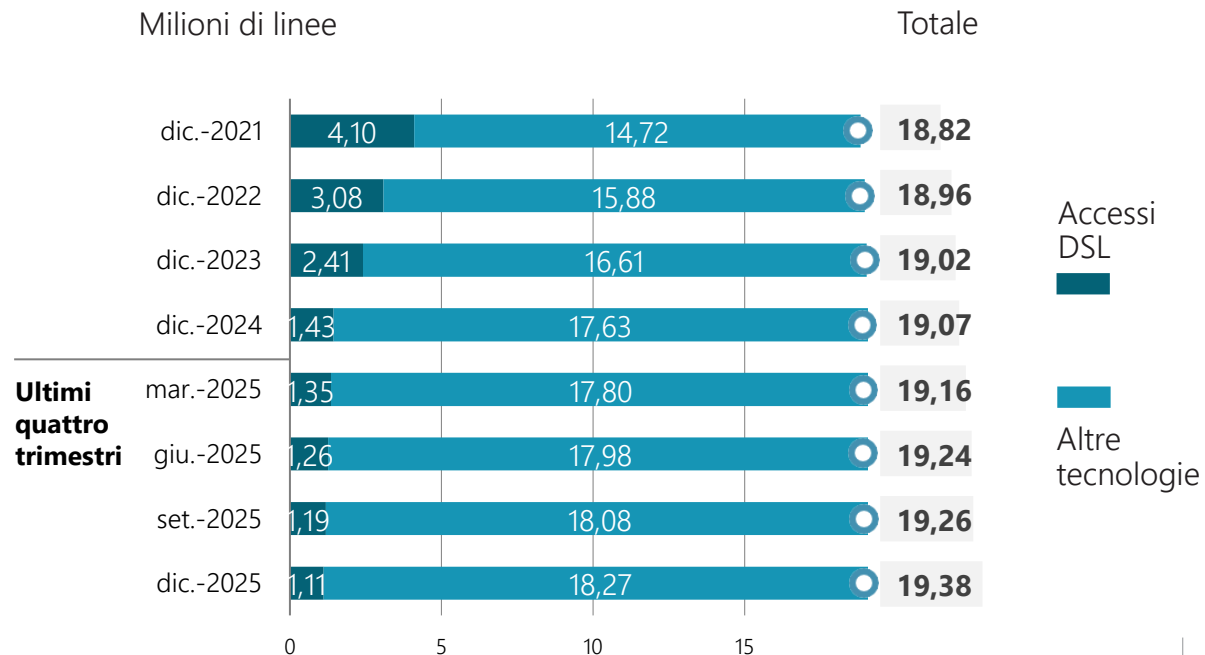


Imprese presenti nella raccolta di informazioni di dettaglio: Aruba, BBBell, BT Italia, Colt Technology Services, Compagnia Italia Mobile, Coop Italia (CoopVoce), Convergenze, Daily Telecom Mobile, DIGI Italy, Dimensione, Enel Energia (Enel Fibra), Eolo, Fastalp, Fastweb+Vodafone, Fibercop, Fidoka, Go Internet, Green TLC, Hal Service, Iccom, Iliad, Informatica System, Infranet, Intred, Lycamobile, Micso, Mordacchini S.r.l., NewTec, Open Fiber, Planetel, PostePay, P.S.A. S.r.l. (Bandablu), Retelit, Retelit-X, Sky Italia, Stadtwerke ASM, Stel, TecnoAdsl, Tesselis (Tiscali), TIM, Unidata, Vianova,, Wind Tre.

I dati illustrati nella sezione Comunicazioni elettroniche includono anche una stima delle «altre imprese» presenti sul mercato.

In seguito a riclassificazioni effettuate dalle imprese e di affinamenti metodologici predisposti dall'Autorità nella determinazione del complessivo numero di linee su rete fissa, i valori esposti non sono confrontabili con quanto corrispondentemente riportato nelle precedenti edizioni dell'Osservatorio. In particolare, a partire dal 2024 i dati sono stati aggiornati per tenere conto di una riallocazione delle linee attuata dall'operatore Fastweb+Vodafone in seguito al nuovo assetto organizzativo.

1.2 RETE FISSA: ACCESSI BROADBAND E ULTRABROADBAND



Variazione trimestrale
(set. 2025 – dic. 2025)

Totale linee



+121 mila
accessi
(+0,6%)

Variazione annuale
(dic. 2024 – dic. 2025)

Totale linee



+314 mila
accessi
(+1,6%)

Accessi DSL



-324 mila
accessi
(-22,6%)

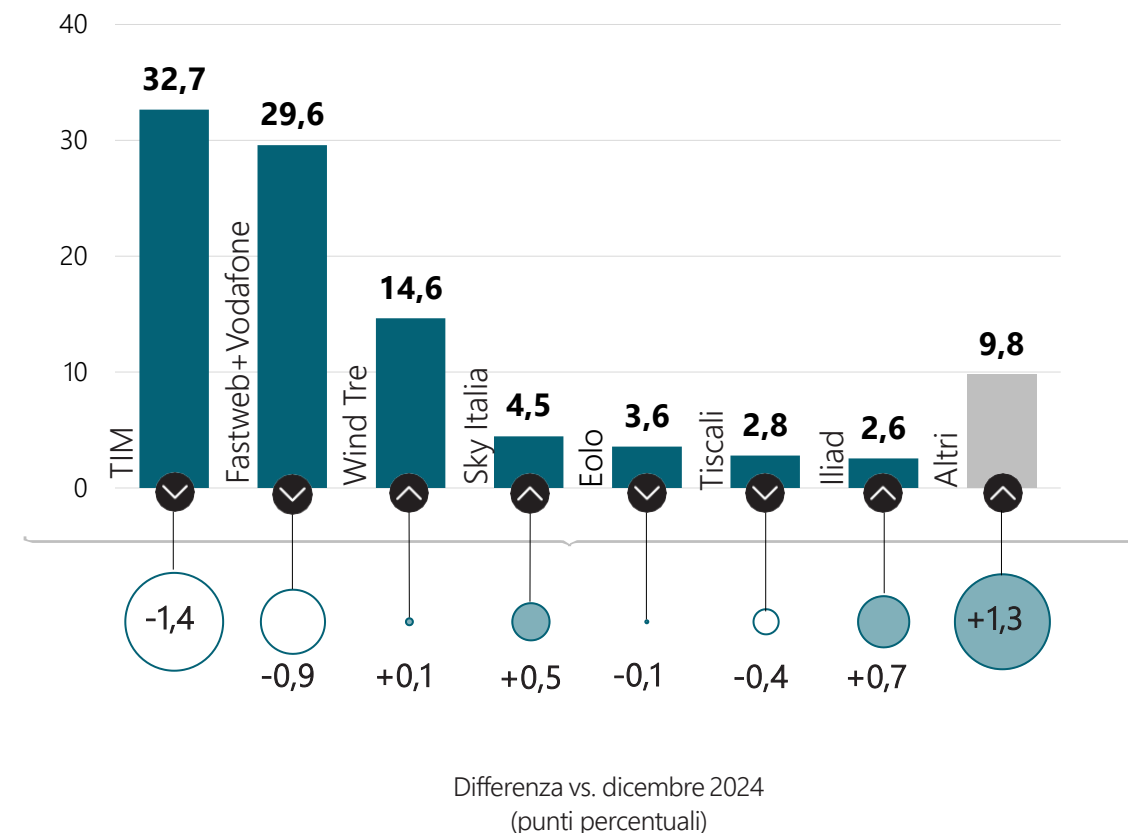
Altre tecnologie



+639 mila
accessi
(+3,6%)

QUOTE DI MERCATO (%)

DICEMBRE 2025



Nota: l'andamento delle linee broadband e ultrabroadband nel corso 2024 è in parte attribuibile alla rimodulazione dei perimetri merceologici operata da alcuni operatori. In particolare, i dati sono stati aggiornati, da ultimo, per tenere conto di una riallocazione delle linee attuata dall'operatore Fastweb+Vodafone in seguito al nuovo assetto organizzativo. Inoltre, si veda anche la nota riportata nella slide 1.2 dell' Osservatorio 1/2025.

1.3 RETE FISSA: ACCESSI BROADBAND E ULTRABROADBAND PER TECNOLOGIA E OPERATORE

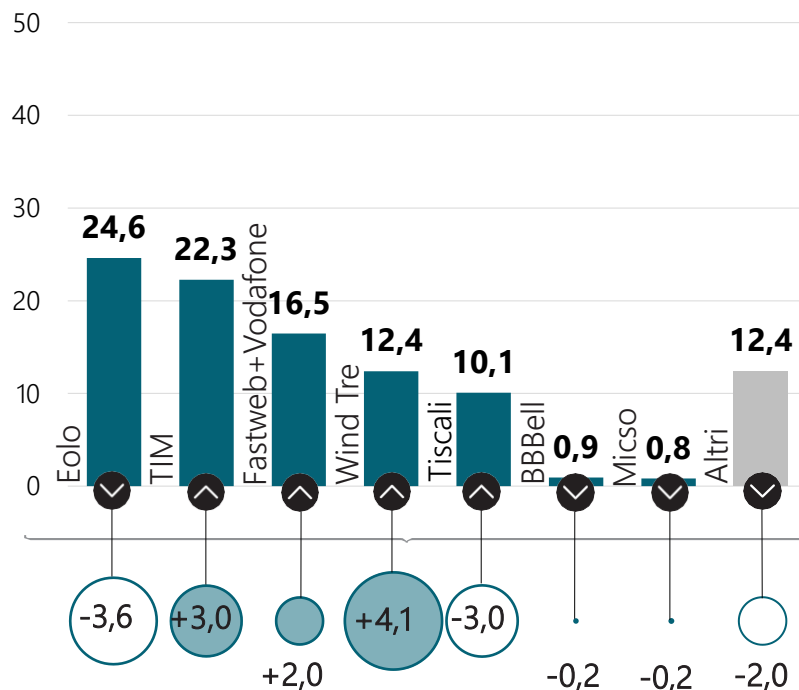
DICEMBRE 2025

FWA

Totale linee: **2,68** milioni di accessi

Variazione
Dic. 2024 – Dic. 2025

+13,2% ↑

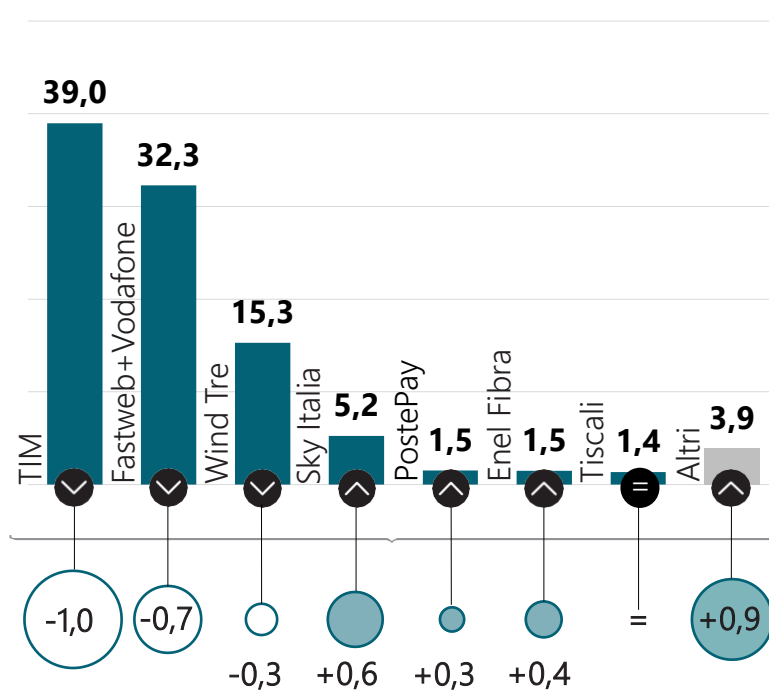


FTTC

Totale linee: **8,32** milioni di accessi

Variazione
Dic. 2024 – Dic. 2025

-8,9% ↓

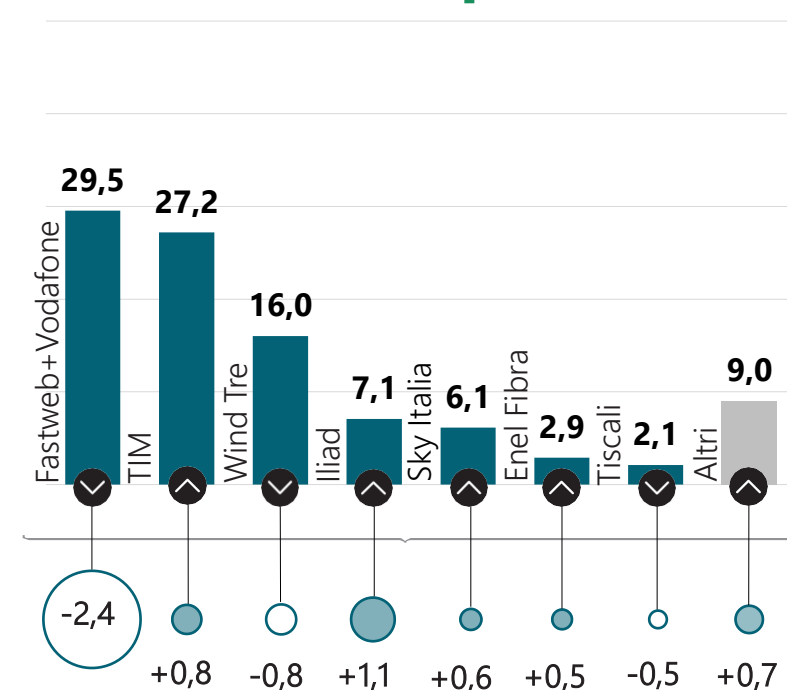


FTTH

Totale linee: **7,01** milioni di accessi

Variazione
Dic. 2024 – Dic. 2025

+19,6% ↑



Differenza vs. dicembre 2024
(punti percentuali)

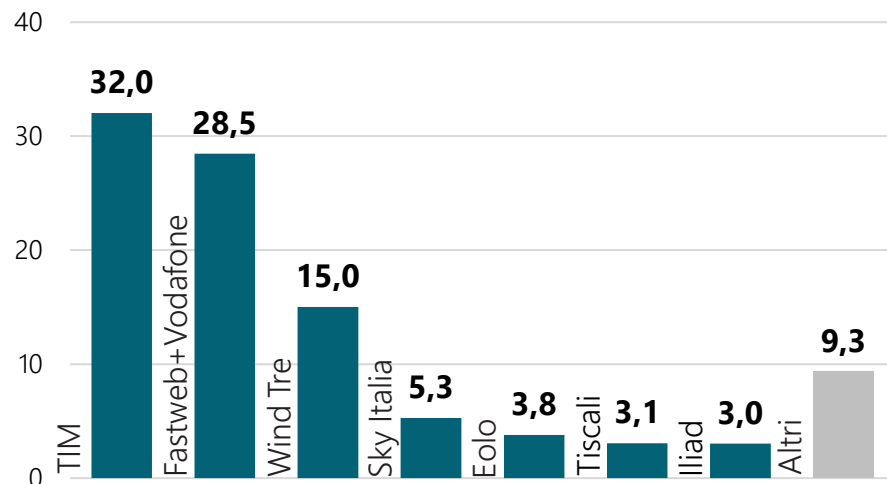
Nota: elaborazioni sulla base dei dati forniti dalle imprese nell'ambito della predisposizione della reportistica europea; sono escluse le linee DSL e quelle ricomprese nella categoria «Altro» della slide 1.1

1.4: RETE FISSA: ACCESSI BROADBAND E ULTRABROADBAND PER TIPOLOGIA DI CLIENTELA E OPERATORE

DICEMBRE 2025

UTENZE RESIDENZIALI

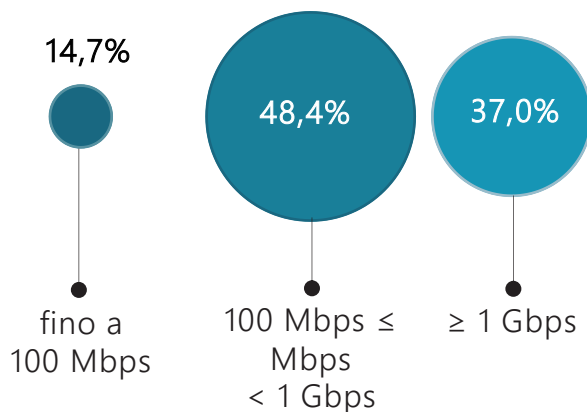
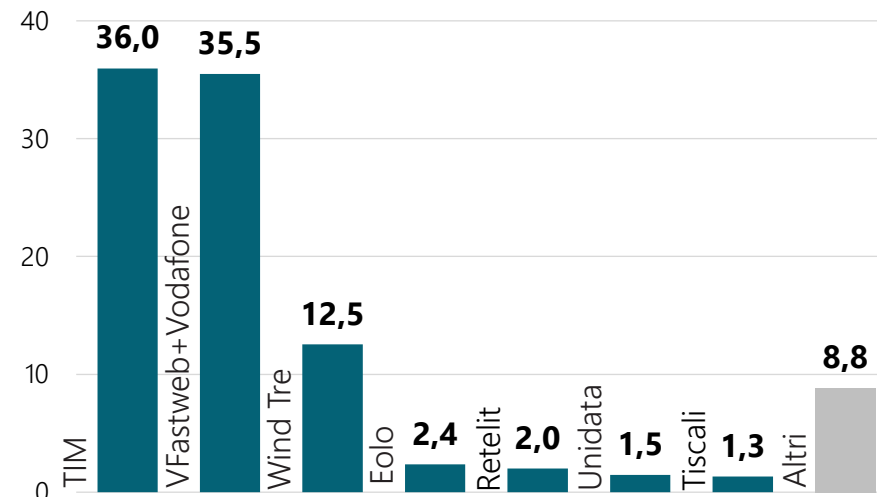
Totale linee: **16,378** milioni di accessi



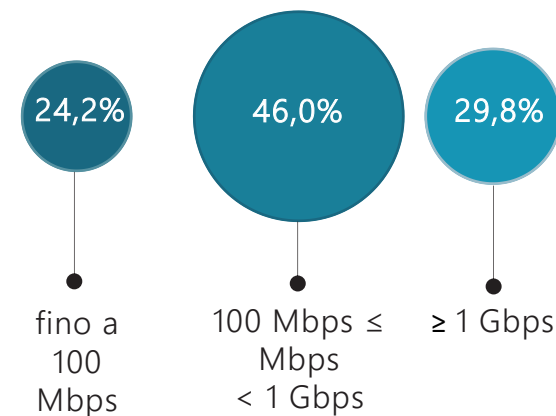
per operatore (%)

UTENZE AFFARI

Totale linee: **3,005** milioni di accessi

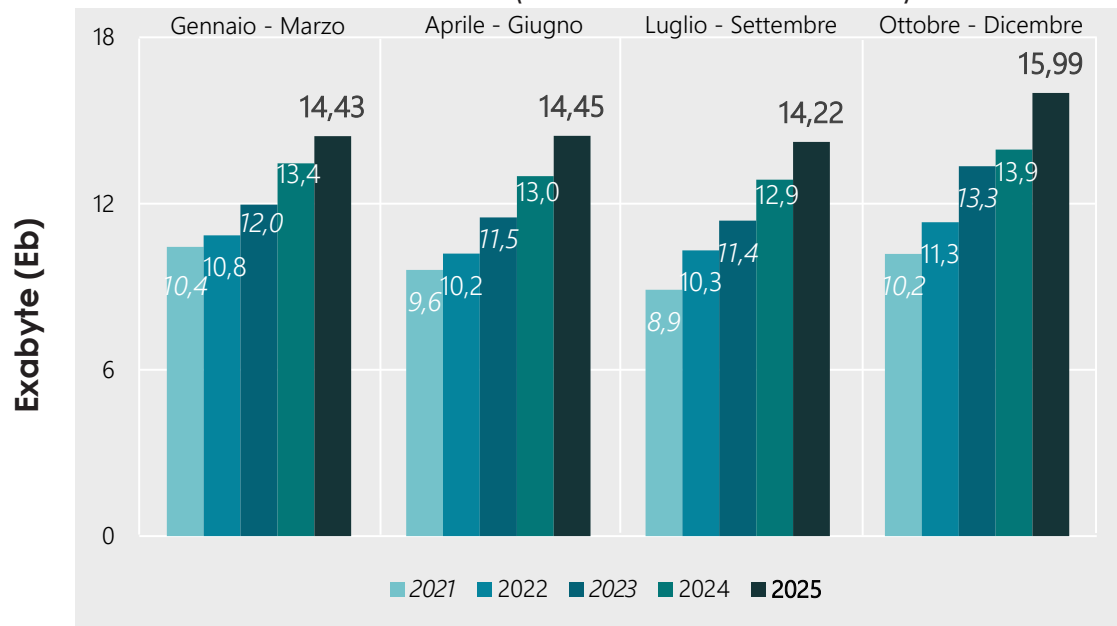


per classi di velocità commercializzate (%)

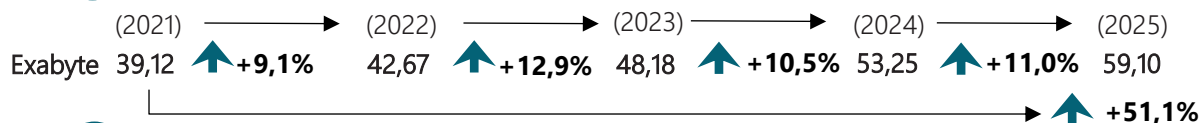


1.5 RETE FISSA: TRAFFICO DATI (DOWNLOAD / UPLOAD)

DOWNLOAD (valori cumulati trimestrali)



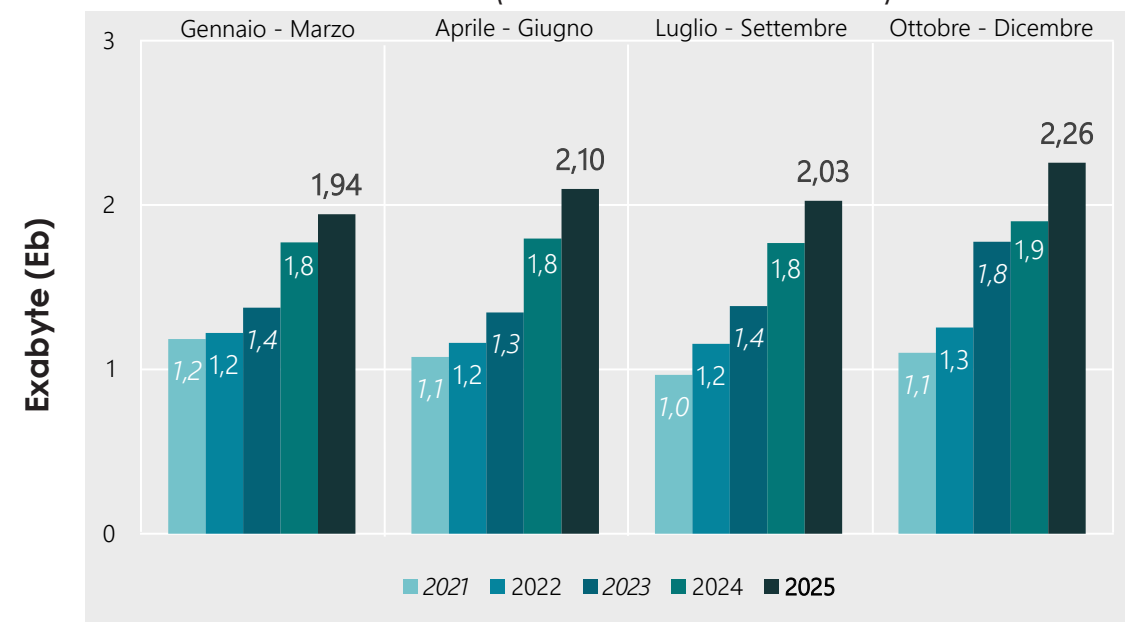
1 Valori cumulati da inizio anno (gen. - dic.)



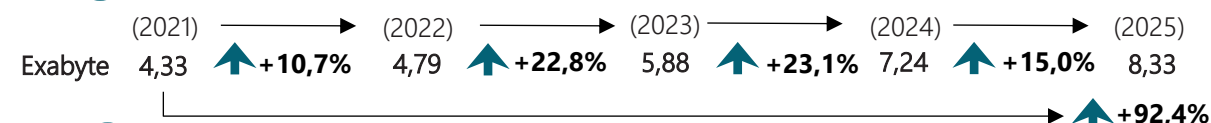
2 Confronto valori trimestrali (variazioni %)

	Annuale				Di periodo 2021/2025
	2021/2022	2022/2023	2023/2024	2024/2025	
1° trimestre (Gen. - Mar.)	+4,0	+10,2	+12,4	+7,3	+38,3
2° trimestre (Apr. - Giu.)	+6,1	+12,8	+13,0	+11,2	+50,4
3° trimestre (Lug. - Set.)	+15,9	+10,4	+13,1	+10,6	+60,0
4° trimestre (Ott. - Dic.)	+11,2	+17,8	+4,5	+14,7	+57,0

UPLOAD (valori cumulati trimestrali)



1 Valori cumulati da inizio anno (gen. - dic.)



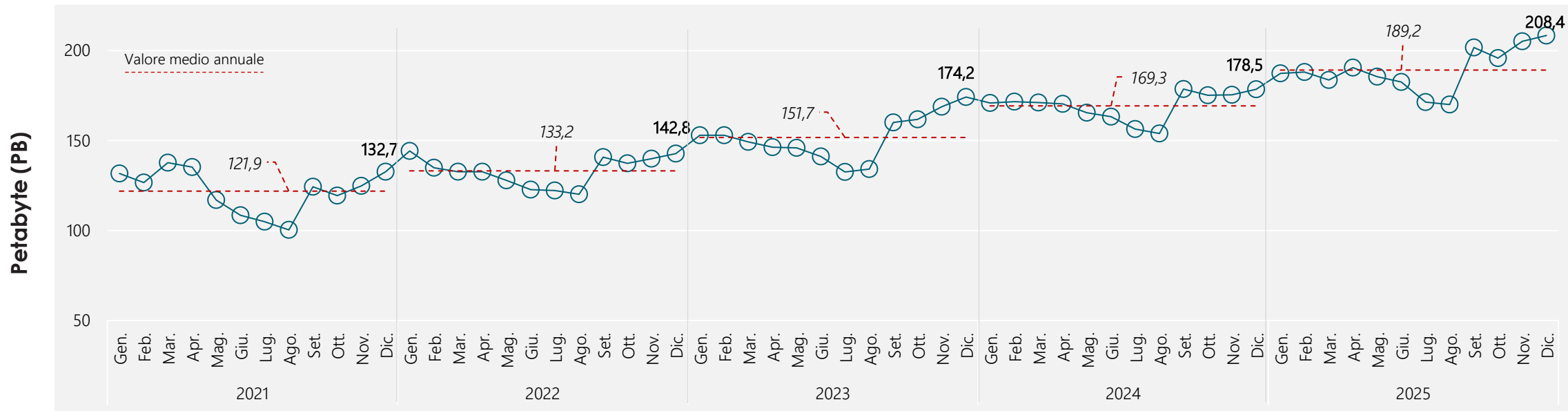
2 Confronto valori trimestrali (variazioni %)

	Annuale				Di periodo 2021/2025
	2021/2022	2022/2023	2023/2024	2024/2025	
1° trimestre (Gen. - Mar.)	+3,2	+12,5	28,9	+9,7	+64,2
2° trimestre (Apr. - Giu.)	+8,1	+15,9	+33,4	+16,8	+95,2
3° trimestre (Lug. - Set.)	+19,4	+20,0	+27,7	+14,5	+109,5
4° trimestre (Ott. - Dic.)	+13,8	+41,6	+7,1	+18,7	+104,9

1.6 RETE FISSA: TRAFFICO DATI MEDIO GIORNALIERO (download + upload)

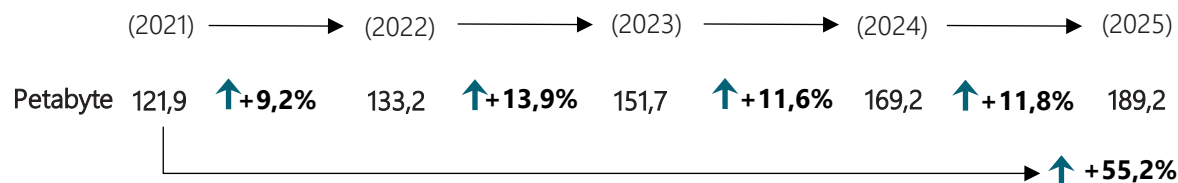


COMPLESSIVO



1

Traffico dati medio giornaliero da inizio anno (gen. - dic.)



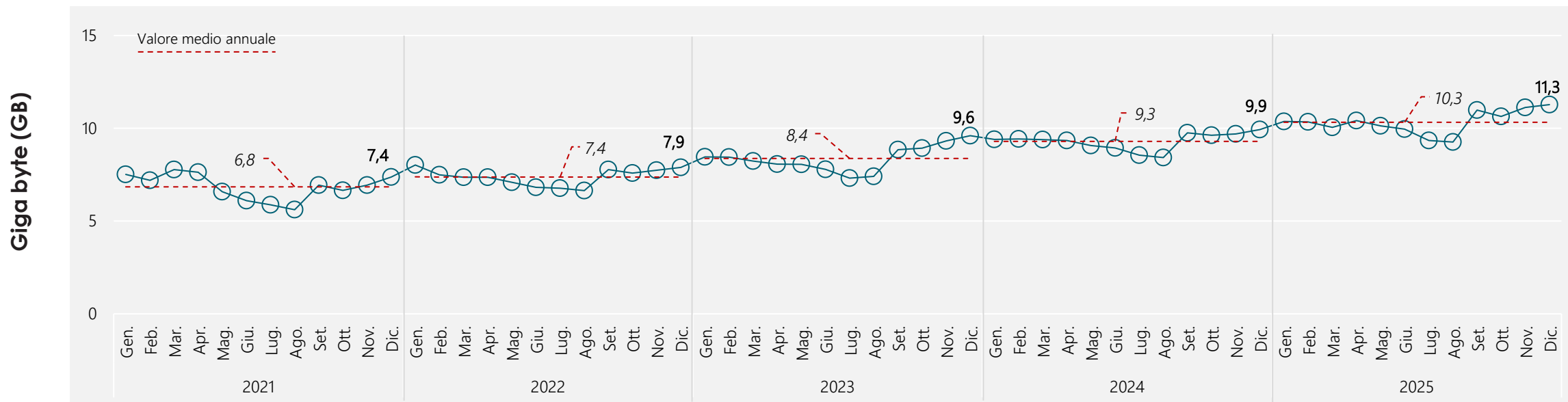
2

Confronto valori trimestrali (variazioni %)

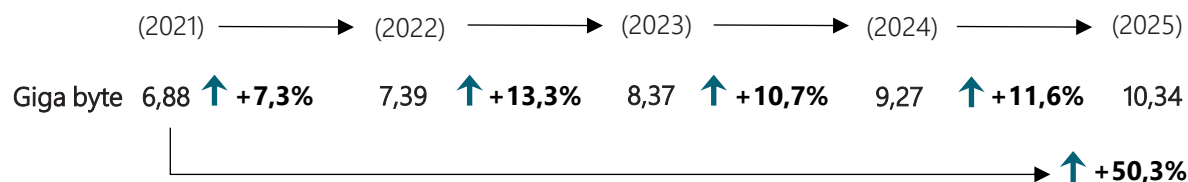
	Annuale				Di periodo 2021/2025
	2021/2022	2022/2023	2023/2024	2024/2025	
1° trimestre (Gen. - Mar.)	+3,9	+10,5	+12,9	+8,8	+40,9
2° trimestre (Apr. - Giu.)	+6,3	+13,1	+15,1	+11,9	+54,9
3° trimestre (Lug. - Set.)	+16,3	+11,4	+14,6	+11,0	+64,9
4° trimestre (Ott. - Dic.)	+11,4	+20,2	+4,8	+15,2	+61,7

1.7 RETE FISSA: TRAFFICO DATI MEDIO GIORNALIERO PER LINEA BROADBAND

PER LINEA BROADBAND



1 Traffico dati medio giornaliero da inizio anno* (gen. - dic.)



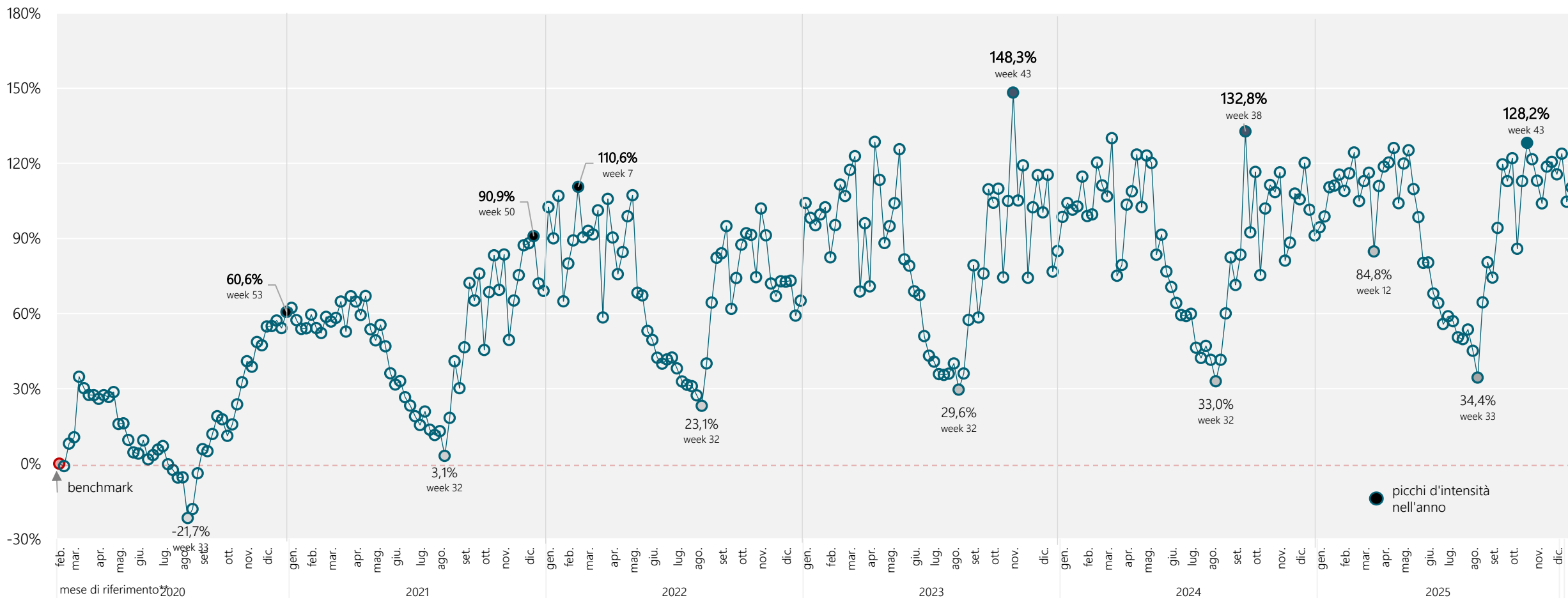
2 Confronto valori trimestrali (variazioni %)

	Annuale				Di periodo 2021/2025
	2021/2022	2022/2023	2023/2024	2024/2025	
1° trimestre (Gen. - Mar.)	+1,5	+9,7	+12,3	+9,0	+36,3
2° trimestre (Apr. - Giu.)	+4,6	+12,5	+14,3	+11,5	+49,9
3° trimestre (Lug. - Set.)	+14,8	+11,1	+13,5	+10,7	+60,1
4° trimestre (Ott. - Dic.)	+10,4	+20,0	+5,0	+12,9	+57,1

*: il valore medio giornaliero da inizio anno è calcolato sul numero medio annuale di linee broadband e ultrabroadband.

1.8 RETE FISSA: TRAFFICO DATI, INTENSITÀ DEI FLUSSI SETTIMANALI

Variazione dell'intensità di traffico (*)



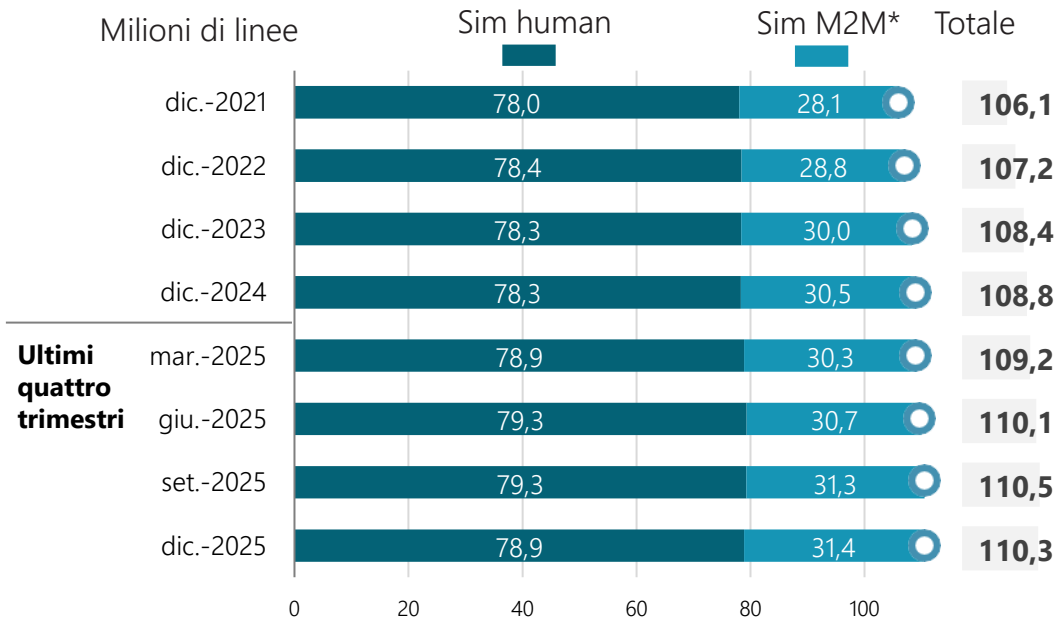
Definizione: per Intensità di traffico (Gbps) si intende il picco del volume di traffico dati in ingresso nella rete dell'operatore misurato in un intervallo temporale compreso tra i 5 e i 60 minuti.

* Per ogni settimana l'indicatore dell'intensità è rappresentato dalla variazione percentuale, rispetto alla 7° settimana del 2020 (dal 10 al 16 febbraio – punto rosso nel grafico), della media ponderata dei dati di traffico calcolata sui dati degli operatori utilizzando come pesi le quote di mercato broadband di ciascun operatore alla fine dell'anno precedente.

Ad esempio, il dato relativo alla settimana 53 dell'anno 2020 indica un incremento del 60,6% dell'intensità del traffico rispetto alla settimana di benchmark, la numero 7 del 2020.

** In alcuni casi la settimana è a cavallo di due mesi

1.9 RETE MOBILE: LINEE COMPLESSIVE



(*) Nota: per sim M2M (Machine-to-Machine) si intendono quelle sim che consentono lo scambio dati, informazioni e comandi tra apparecchiature e dispositivi con limitata o nessuna interazione umana.

Variazione trimestrale
(set. 2025 – dic. 2025)

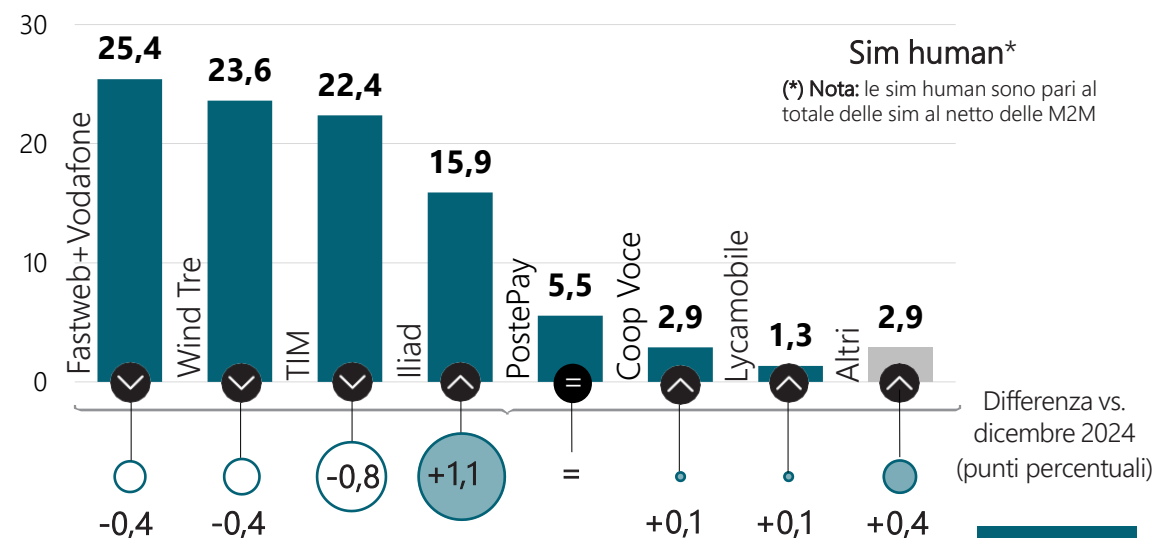
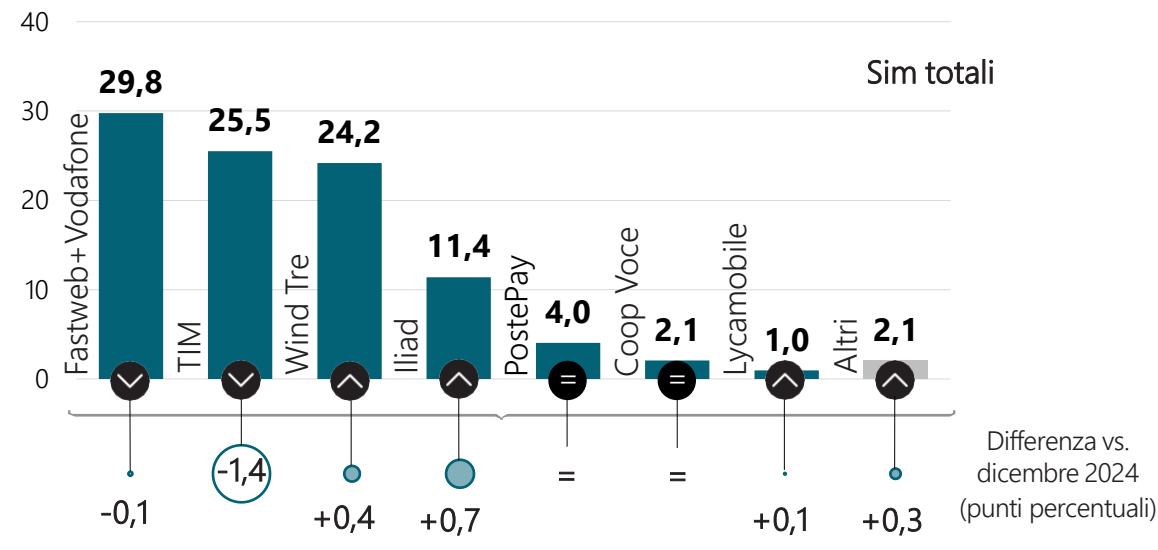
Variazione annuale
(dic. 2024 – dic. 2025)

	(n° di sim in migliaia)	(%)	(n° di sim in migliaia)	(%)
Totale sim:	-211	↓ -0,2	+1.511	↑ +1,4
Sim human:	-375	↓ -0,5	+569	↑ +0,7
Sim M2M:	+164	↑ +0,5	+941	↑ +3,1

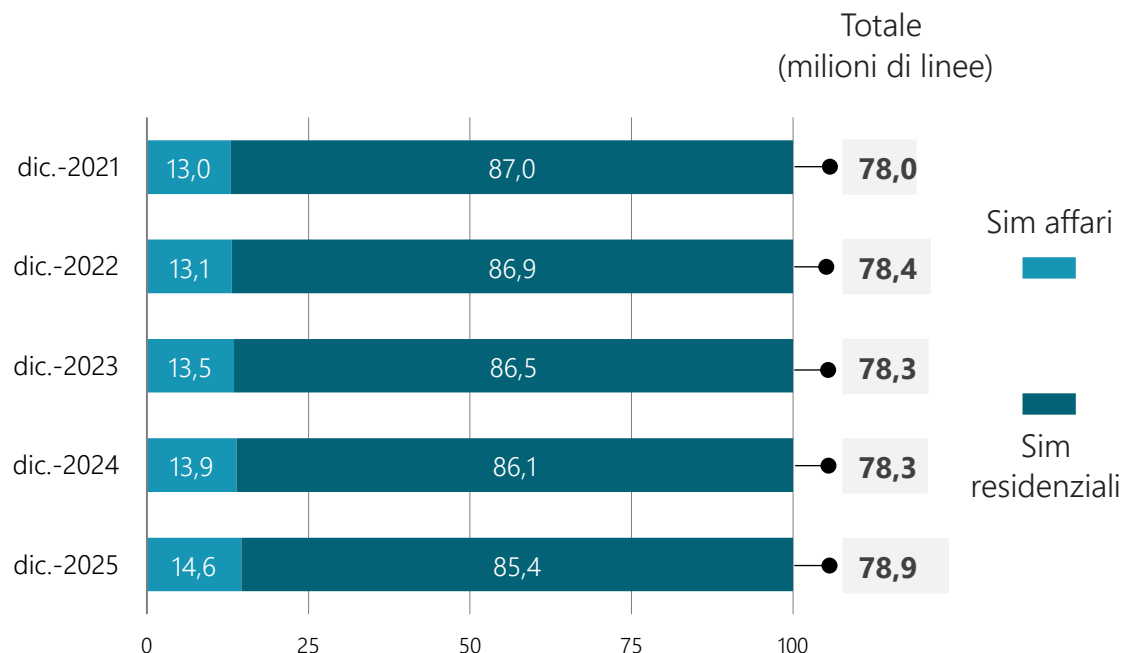
Nota: i dati degli operatori TIM e Vodafone includono le linee delle società controllate, rispettivamente Kena mobile e VEI (che offre servizi di telefonia mobile denominati ho.)

QUOTE DI MERCATO (%)

DICEMBRE 2025

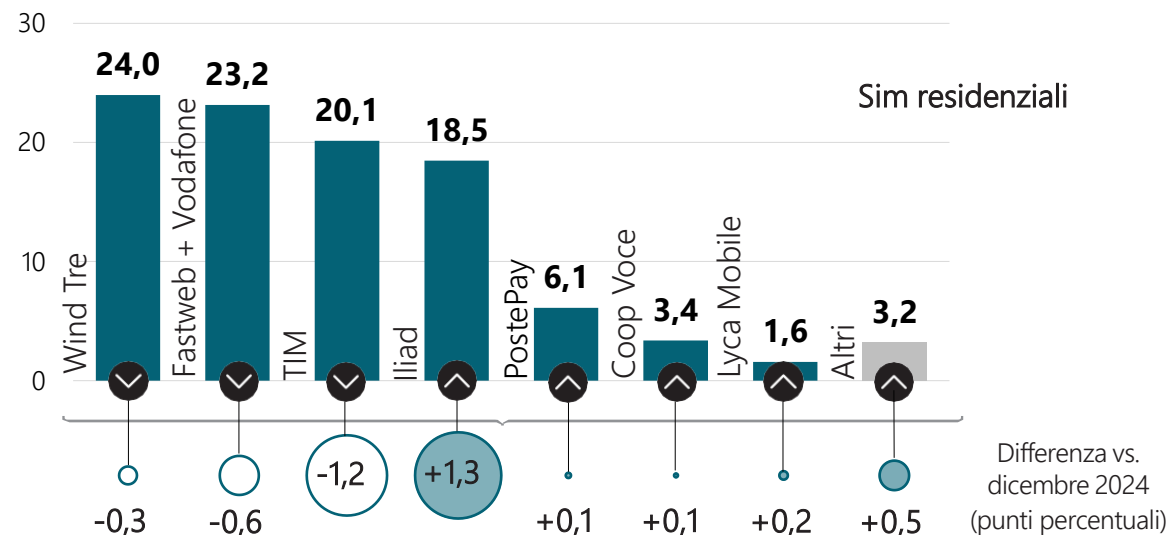


1.10 RETE MOBILE: SIM HUMAN PER TIPOLOGIA DI CLIENTELA



QUOTE DI MERCATO (%)

DICEMBRE 2025



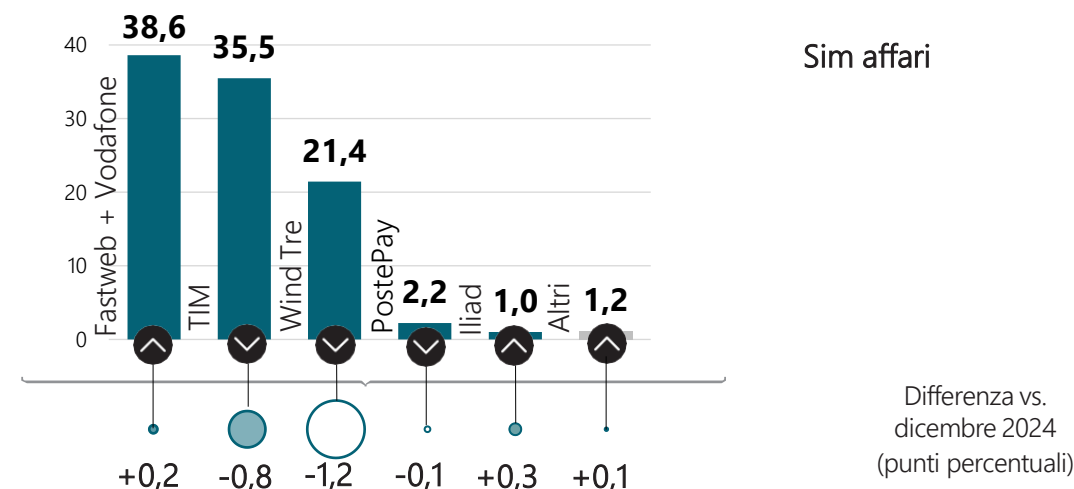
Variazione annuale
(dic. 2024 – dic. 2025)

Variazione di periodo
(dic. 2021 – dic. 2025)

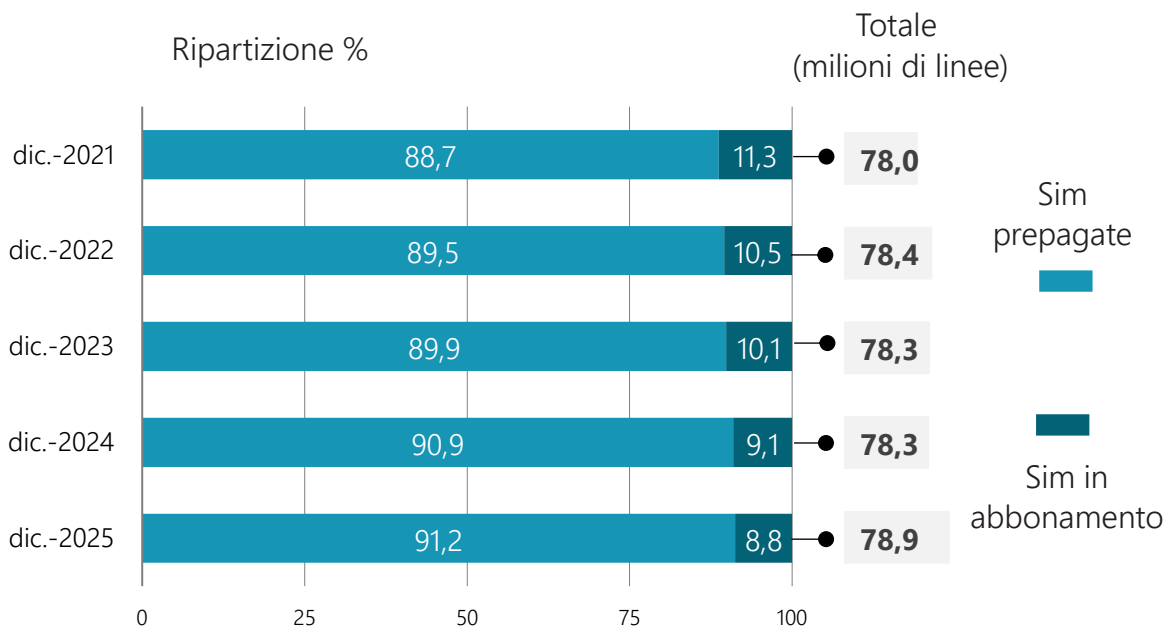
	(n° di sim in migliaia)	(%)
Totale sim human:	+569	↑ +0,7
Sim residenziali:	-87	↓ -0,1
Sim affari:	+656	↑ +6,0

	(n° di sim in migliaia)	(%)
Totale sim human:	+873	↑ +1,1
Sim residenziali:	-521	↓ -0,8
Sim affari:	+1.394	↑ +13,8

Sim affari

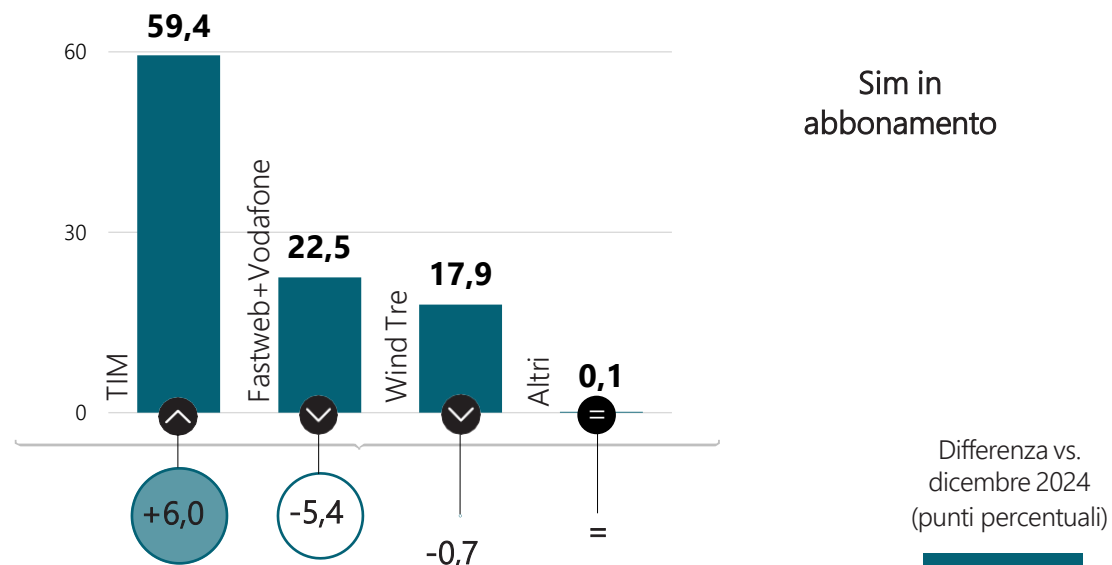
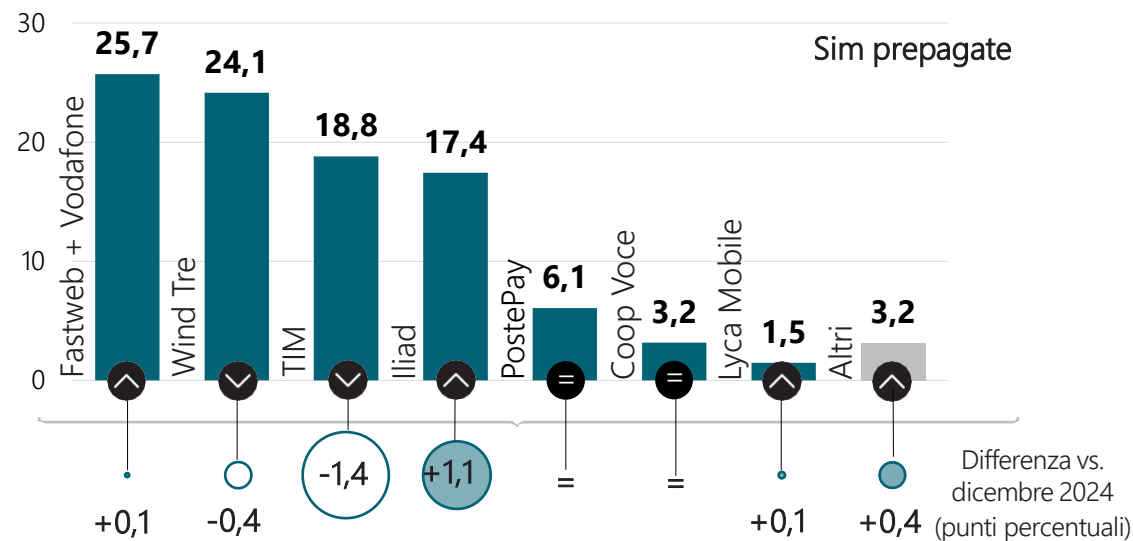


1.11 RETE MOBILE: SIM HUMAN PER TIPOLOGIA DI CONTRATTO



QUOTE DI MERCATO (%)

DICEMBRE 2025



Variazione annuale
(dic. 2024 – dic. 2025)

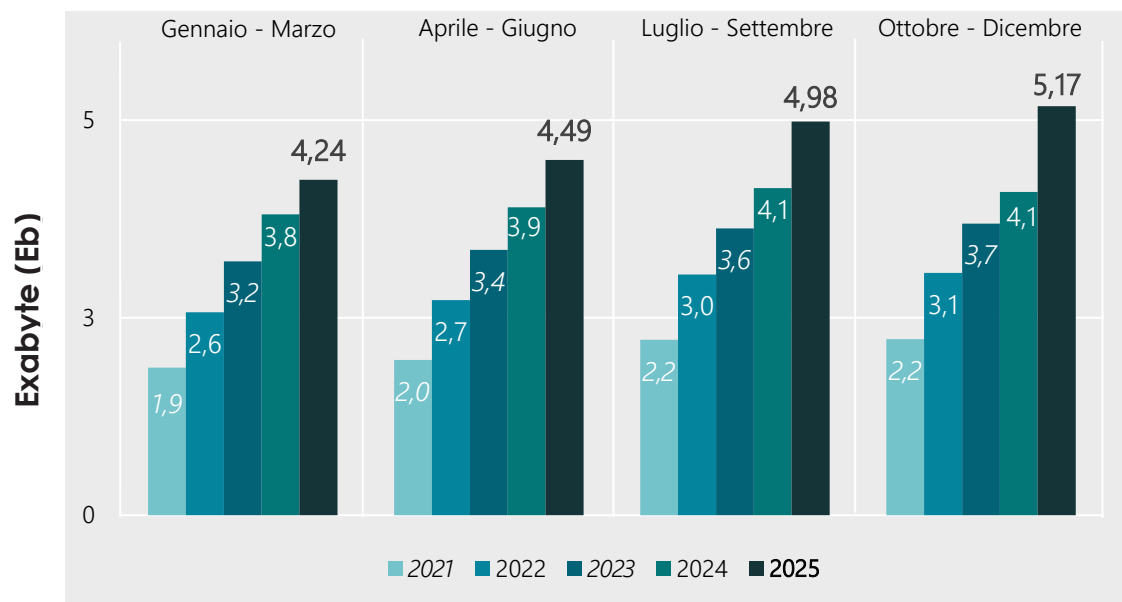
Variazione di periodo
(dic. 2021 – dic. 2025)

	(n° di sim in migliaia)	(%)
Totale sim human:	+569	↑ +0,7
Sim prepagate:	+757	↑ +1,1
Sim in abbonamento:	-187	↓ -2,6

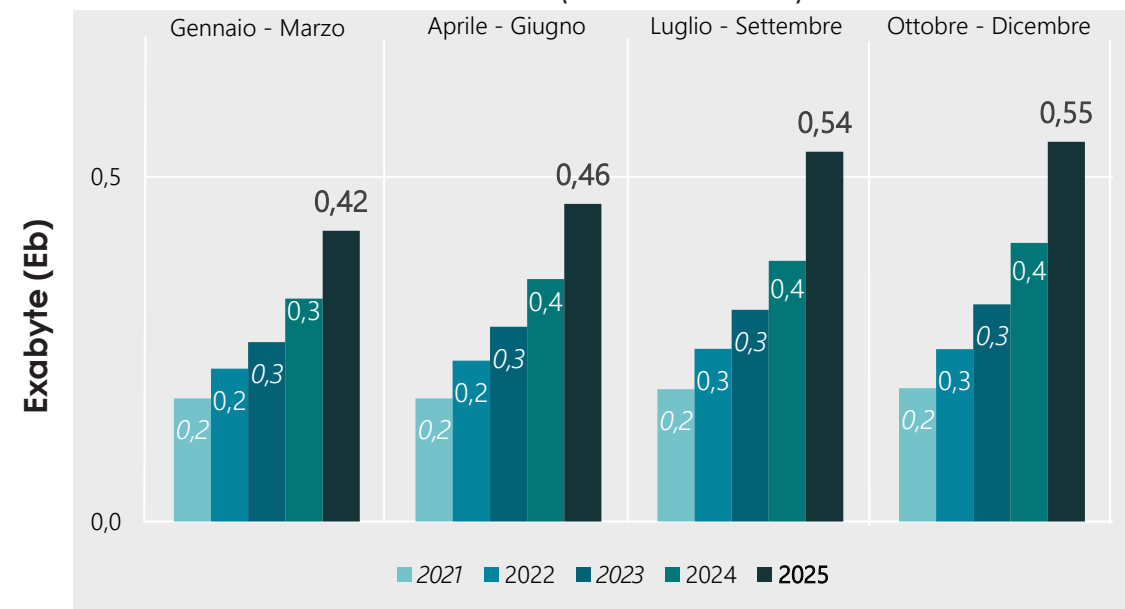
	(n° di sim in migliaia)	(%)
Totale sim human:	+873	↑ +1,1
Sim prepagate:	+2.771	↑ +4,0
Sim in abbonamento:	-1.898	↓ -21,5

1.12 RETE MOBILE: TRAFFICO DATI (DOWNLOAD / UPLOAD)

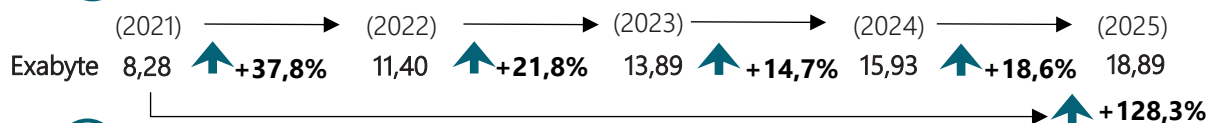
DOWNLOAD (valori cumulati)



UPLOAD (valori cumulati)



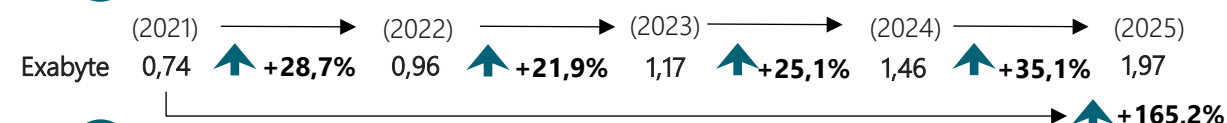
1 Valori cumulati da inizio anno (gen. - dic.)



2 Confronto valori trimestrali (variazioni %)

	Annuale				Di periodo 2021/2025
	2021/2022	2022/2023	2023/2024	2024/2025	
1° trimestre (Gen. - Mar.)	+37,6	+25,1	+18,4	+11,4	+127,4
2° trimestre (Apr. - Giu.)	+38,6	+23,3	+16,1	+15,4	+128,9
3° trimestre (Lug. - Set.)	+37,2	+19,2	+14,0	+20,4	+124,4
4° trimestre (Ott. - Dic.)	+37,7	+20,4	+10,8	+26,5	+132,4

1 Valori cumulati da inizio anno (gen. - dic.)

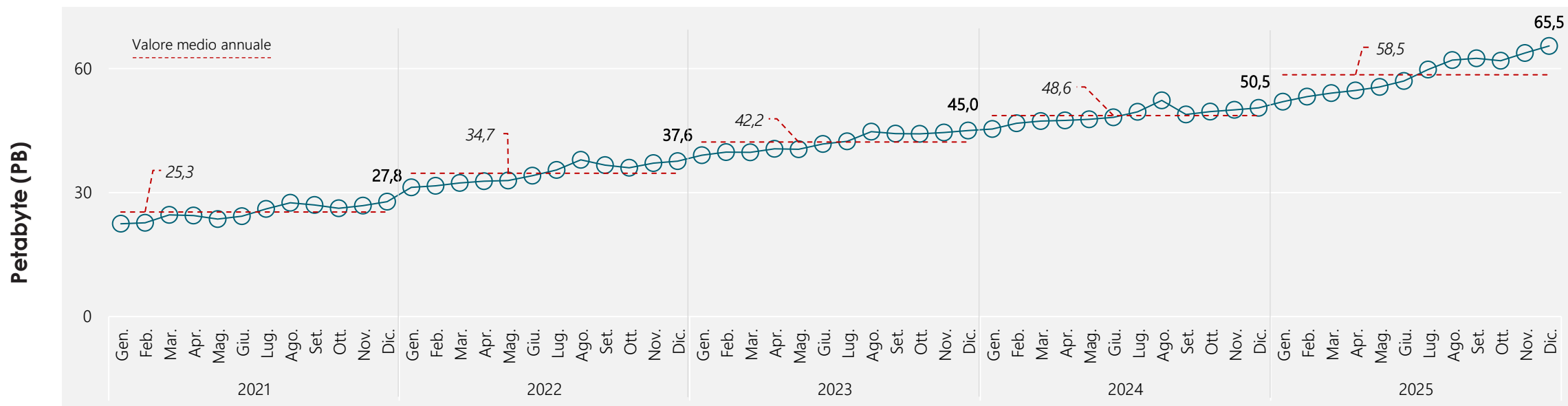


2 Confronto valori trimestrali (variazioni %)

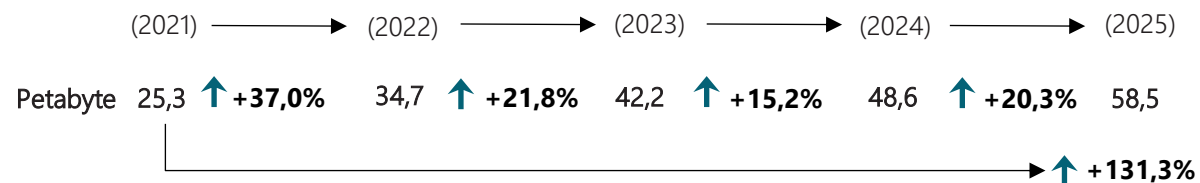
	Annuale				Di periodo 2021/2025
	2021/2022	2022/2023	2023/2024	2024/2025	
1° trimestre (Gen. - Mar.)	+24,0	+17,3	+24,4	+30,3	+135,9
2° trimestre (Apr. - Giu.)	+30,5	+21,2	+24,4	+31,0	+157,7
3° trimestre (Lug. - Set.)	+30,6	+22,6	+23,1	+41,1	+179,5
4° trimestre (Ott. - Dic.)	+29,4	+25,9	+28,3	+36,2	+184,9

1.13 RETE MOBILE: TRAFFICO DATI MEDIO GIORNALIERO (download + upload)

COMPLESSIVO



1 Traffico dati medio giornaliero da inizio anno (gen. - dic.)

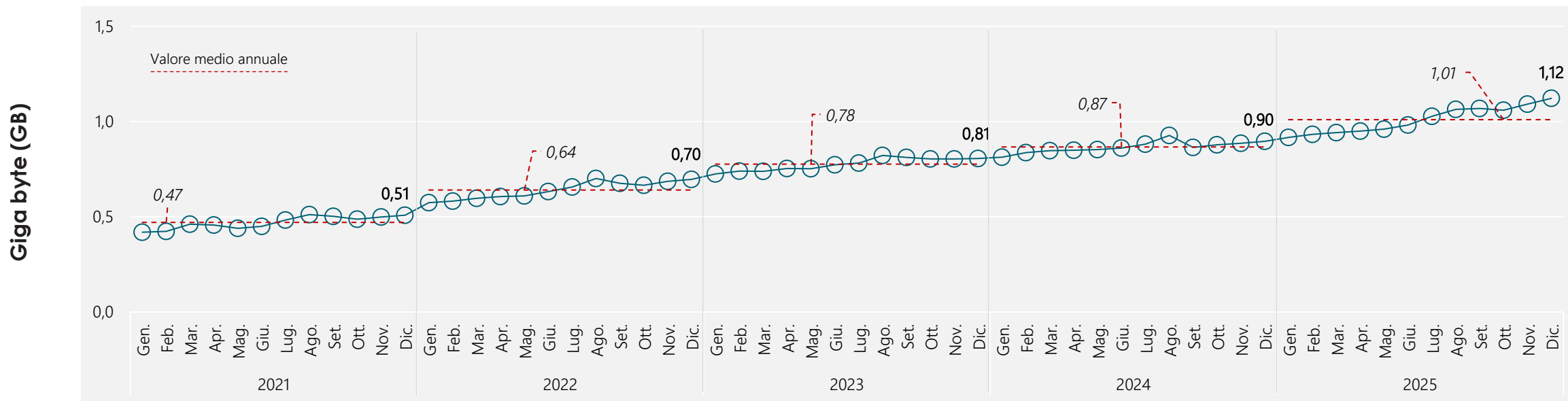


2 Confronto valori trimestrali (variazioni %)

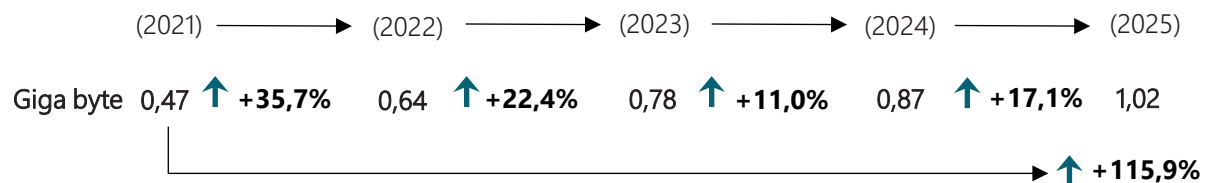
	Annuale				Di periodo 2021/2025
	2021/2022	2022/2023	2023/2024	2024/2025	
1° trimestre (Gen. - Mar.)	+36,4	+24,5	+17,6	+14,2	+128,1
2° trimestre (Apr. - Giu.)	+37,9	+23,2	+16,7	+16,7	+131,3
3° trimestre (Lug. - Set.)	+36,6	+19,4	+14,7	+22,2	+128,8
4° trimestre (Ott. - Dic.)	+37,0	+20,8	+12,2	+27,3	+136,6

1.14 RETE MOBILE: TRAFFICO DATI MEDIO GIORNALIERO PER SIM HUMAN

TRAFFICO PER SIM CARD «HUMAN» (valori giornalieri medi mensili)



1 Traffico dati medio giornaliero da inizio anno* (Gen. - Dic.)



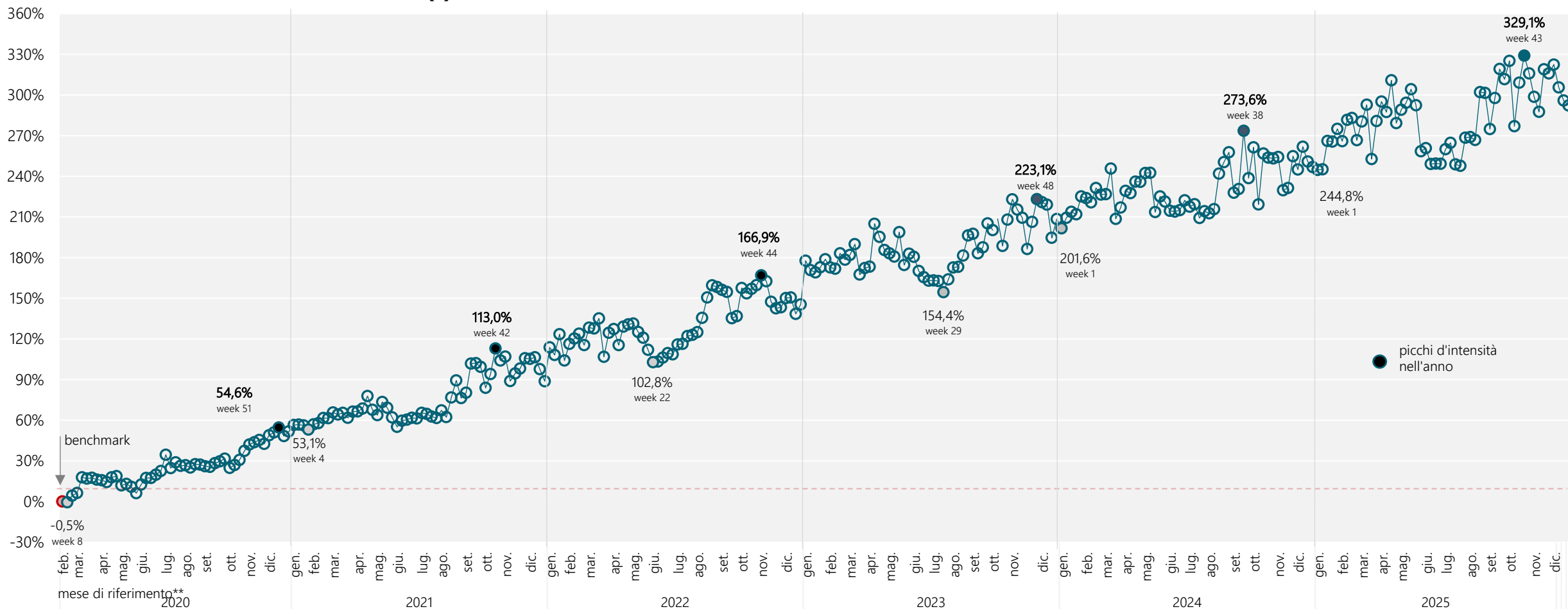
2 Confronto valori trimestrali (variazioni %)

	Annuale				Di periodo 2021/2025
	2021/2022	2022/2023	2023/2024	2024/2025	
1° trimestre (Gen. - Mar.)	+34,4	+25,5	+13,4	+11,8	+113,8
2° trimestre (Apr. - Giu.)	+37,4	+23,2	+12,5	+12,9	+115,0
3° trimestre (Lug. - Set.)	+35,9	+18,8	+10,7	+18,2	+111,2
4° trimestre (Ott. - Dic.)	+37,1	+17,9	+10,2	+23,1	+174,6

*: il valore medio giornaliero da inizio anno è calcolato sul numero medio annuale di SIM che hanno effettuato traffico dati.

1.15 RETE MOBILE: TRAFFICO DATI, INTENSITÀ DEI FLUSSI SETTIMANALI

Variazione dell'intensità di traffico (*)



Definizione: per Intensità di traffico (Gbps) si intende il picco del volume di traffico dati in ingresso nella rete dell'operatore misurato in un intervallo temporale compreso tra i 5 e i 60 minuti.

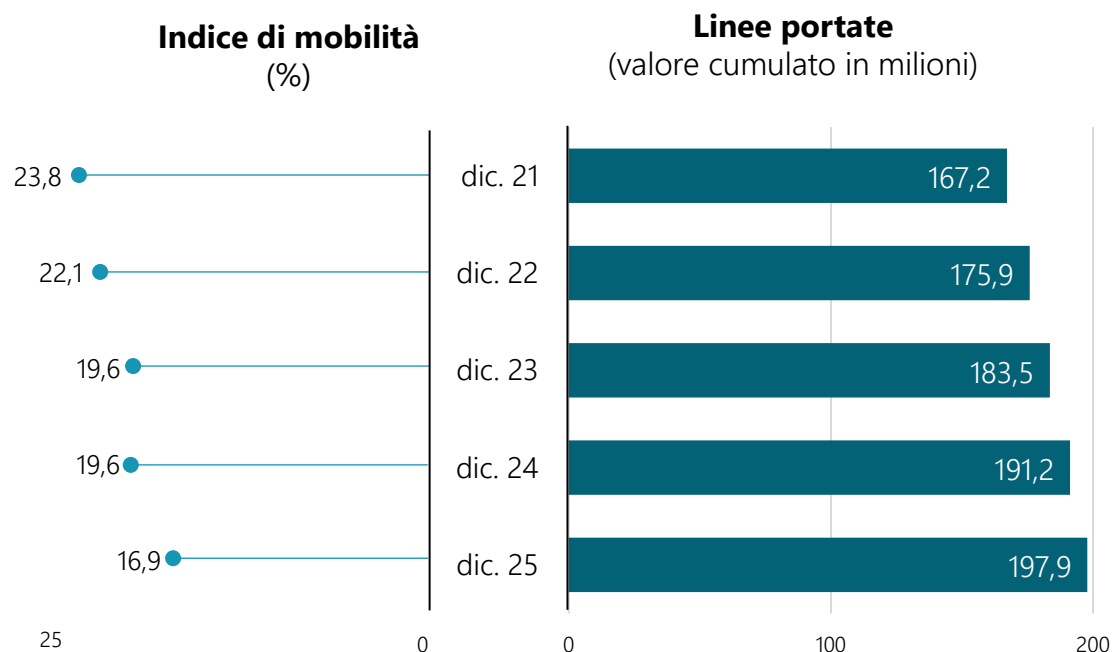
* Per ogni settimana l'indicatore dell'intensità è rappresentato dalla variazione percentuale, rispetto alla 7° settimana del 2020 (dal 10 al 16 febbraio – punto rosso nel grafico), della media ponderata dei dati di traffico calcolata sui dati degli operatori utilizzando come pesi le quote di mercato di ciascun operatore alla fine dell'anno precedente.

Ad esempio, il dato relativo alla settimana 51 dell'anno 2020 indica un incremento del 54,6% dell'intensità del traffico rispetto alla settimana di benchmark, la numero 7 del 2020.

** In alcuni casi la settimana è a cavallo di due mesi

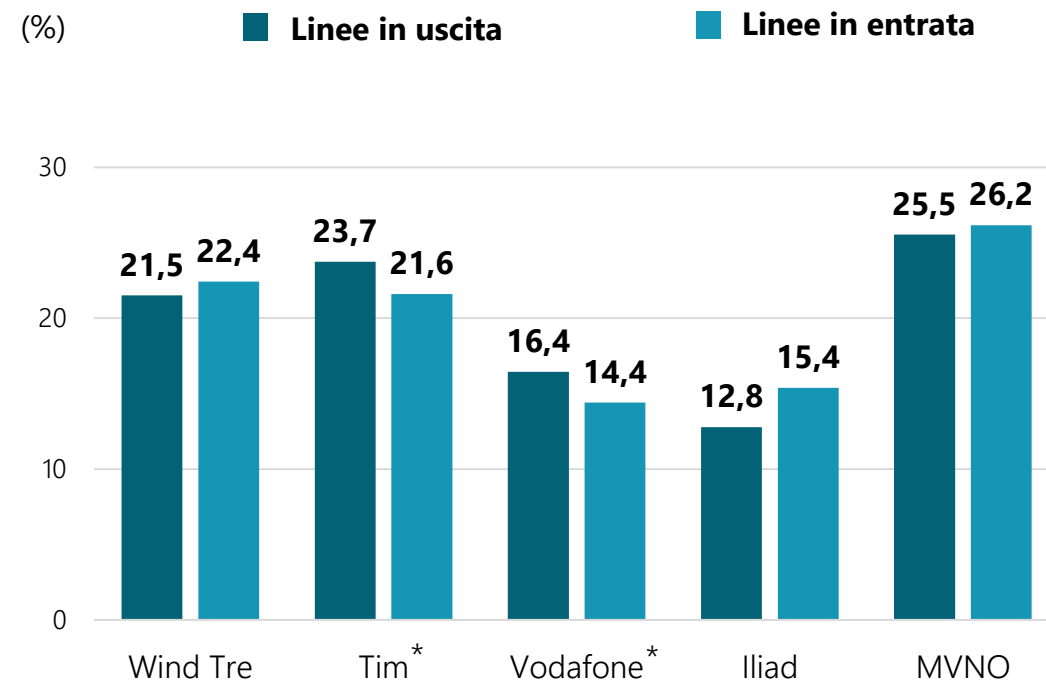
1.16 RETE MOBILE: PORTABILITÀ DEL NUMERO

In un anno (dic. 24 – dic. 25), **6,7** mln di operazioni di Mobile Number Portability (MNP)



Indice di mobilità: rapporto dato dalle linee mobilitate (donate e acquisite) da inizio anno e la corrispondente *customer base* media complessiva (al netto delle «M2M»)

DISTRIBUZIONE IN % PER LINEE DI INGRESSO E DI USCITA (12 mesi) DICEMBRE 2025

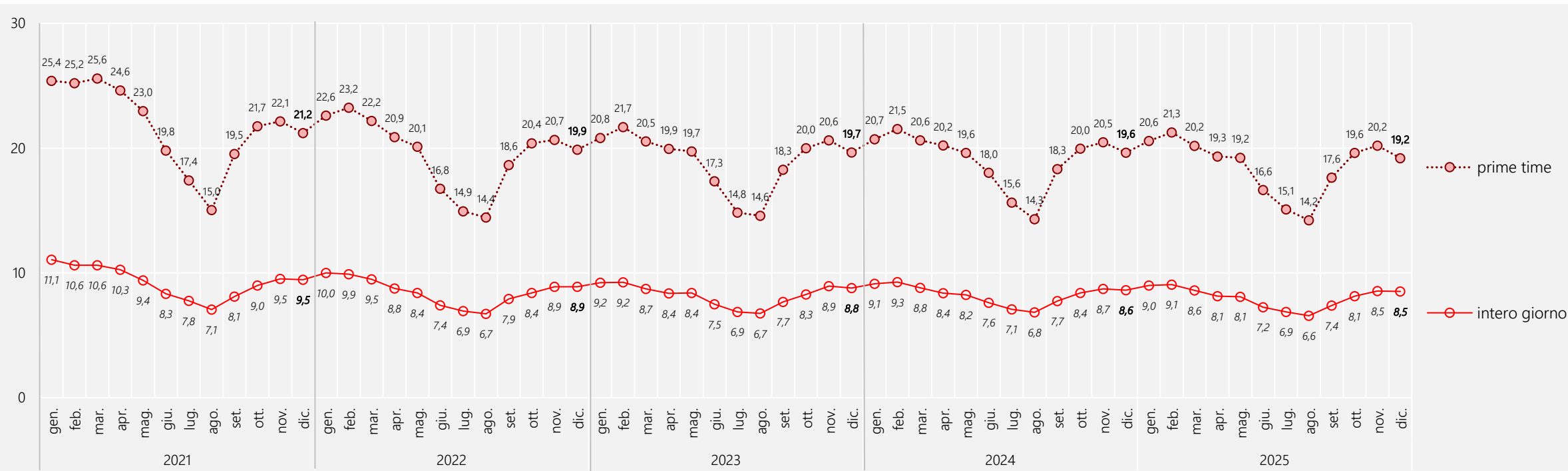


(*) **Nota:** i dati di Tim includono quelli commercializzati tramite il brand Kena Mobile, quelli di Vodafone includono i dati della società controllata VEI (che offre servizi di telefonia mobile denominati ho.).

2.1 TELEVISIONE (DVB-T E SAT): ASCOLTI COMPLESSIVI DELLE EMITTENTI NAZIONALI

gennaio 2021 – dicembre 2025

Milioni di spettatori medi giornalieri nel mese



Andamento numero di spettatori
(Giorno medio del periodo gen. – dic. in milioni)

Giorno medio - Prime time
(Fascia oraria: 20:30 – 22:30)

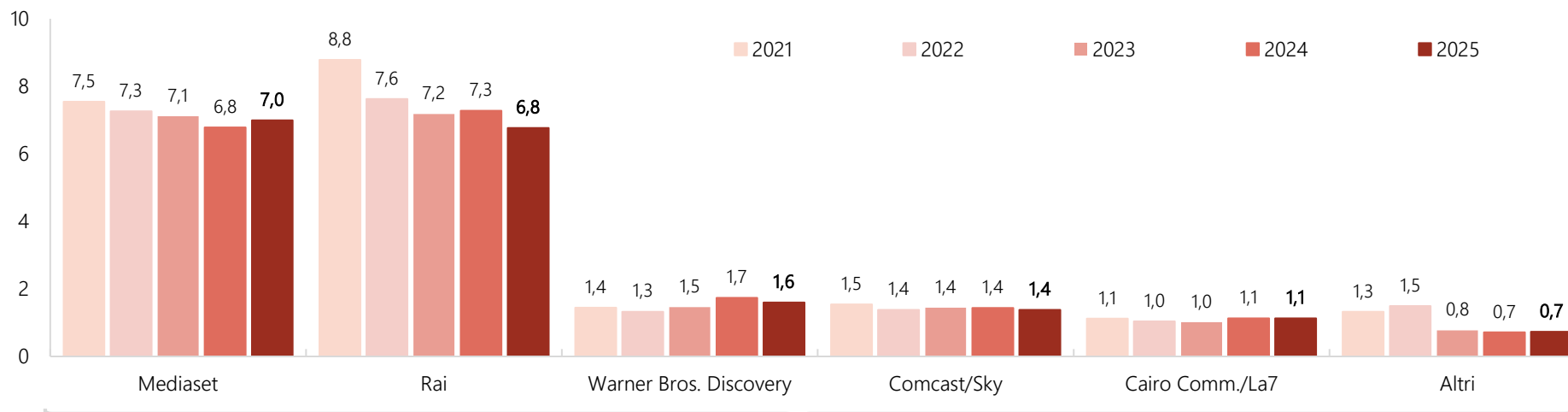
Giorno medio – Intero giorno
(Fascia oraria: 02:00 – 25:59)

	(2021)	→	(2022)	→	(2023)	→	(2024)	→	(2025)
Giorno medio - Prime time	21,75	↓ -7,5%	20,12	↓ -5,7%	18,98	↑ +0,5%	19,08	↓ -2,5%	18,59
↓ -14,5%									
Giorno medio – Intero giorno	9,27	↓ -8,8%	8,46	↓ -2,8%	8,22	↑ +0,1%	8,23	↓ -2,8%	8,00
↓ -13,7%									

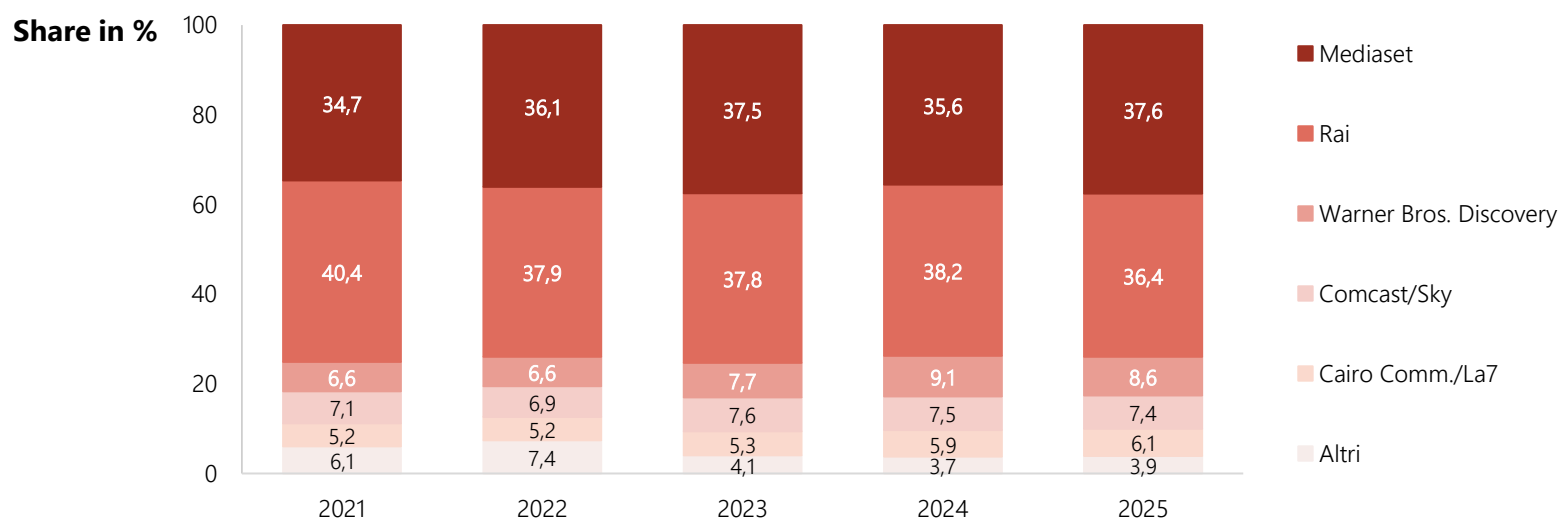
2.2 TELEVISIONE (DVB-T E SAT): ASCOLTI DEI PRINCIPALI GRUPPI TELEVISIVI (da inizio anno) – PRIME TIME

GIORNO MEDIO - PRIME TIME

Spettatori nel giorno medio gen. – dic. (in milioni)



	Var. %	
	'21-'25	'24-'25
Rai	-23,0	-7,0
Mediaset	-7,3	+3,0
Warner Bros. Discovery	+10,8	-7,9
Comcast/Sky	-10,3	-3,9
Cairo Comm./La7	+0,9	+0,2
Altri	-44,8	+1,9



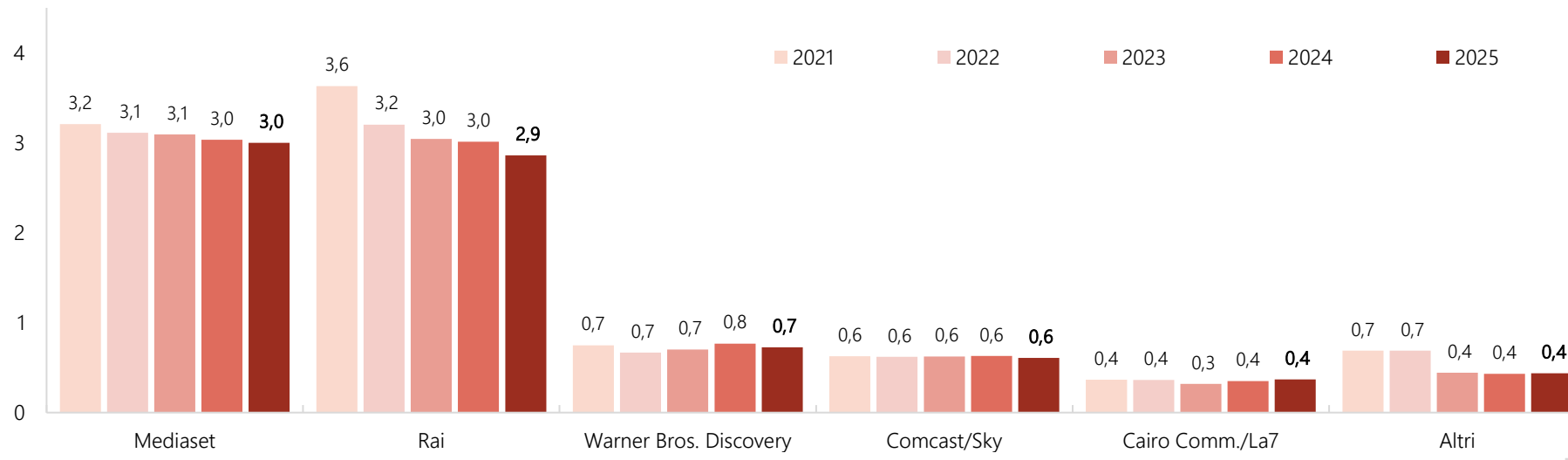
	Var. punti percentuali	
	'21-'25	'24-'25
Rai	-4,0	-1,8
Mediaset	+2,9	+2,0
Warner Bros. Discovery	+2,0	-0,5
Comcast/Sky	+0,4	-0,1
Cairo Comm./La7	+0,9	+0,2
Altri	-2,1	+0,2

2.3 TELEVISIONE (DVB-T E SAT): ASCOLTI DEI PRINCIPALI GRUPPI TELEVISIVI (da inizio anno) – INTERO GIORNO



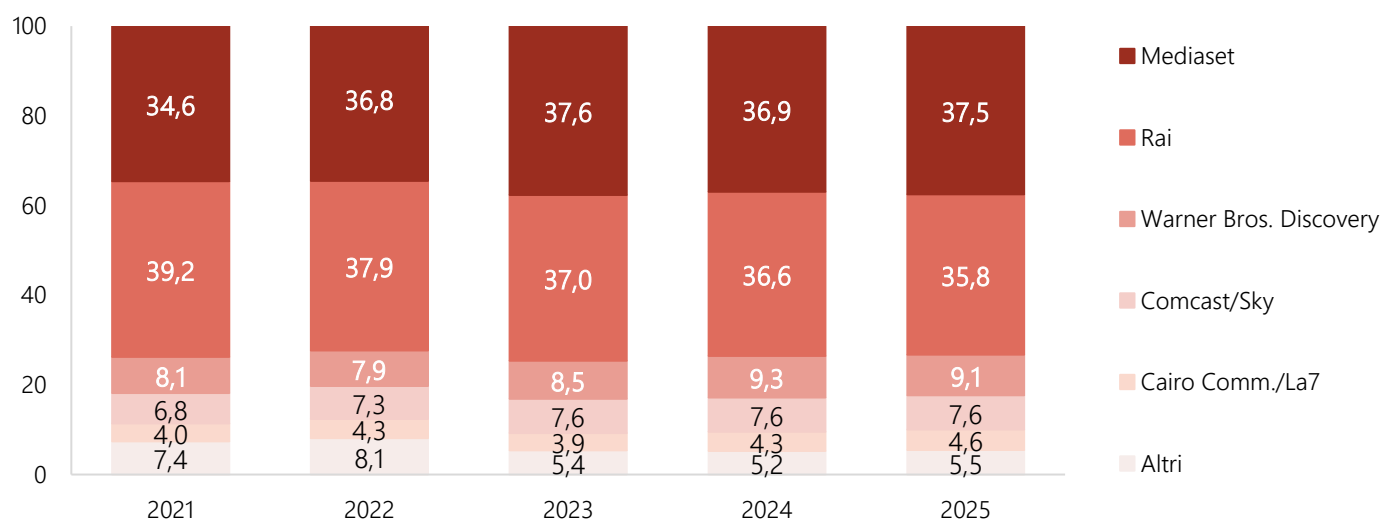
GIORNO MEDIO – INTERO GIORNO

Spettatori nel giorno medio gen. – dic. (in milioni)



	Var. %	
	'21-'25	'24-'25
Rai	-21,2	-5,1
Mediaset	-6,5	-1,1
Warner Bros. Discovery	-2,9	-5,2
Comcast/Sky	-3,2	-3,3
Cairo Comm./La7	+0,1	+4,6
Altri	-36,4	+1,5

Share in %



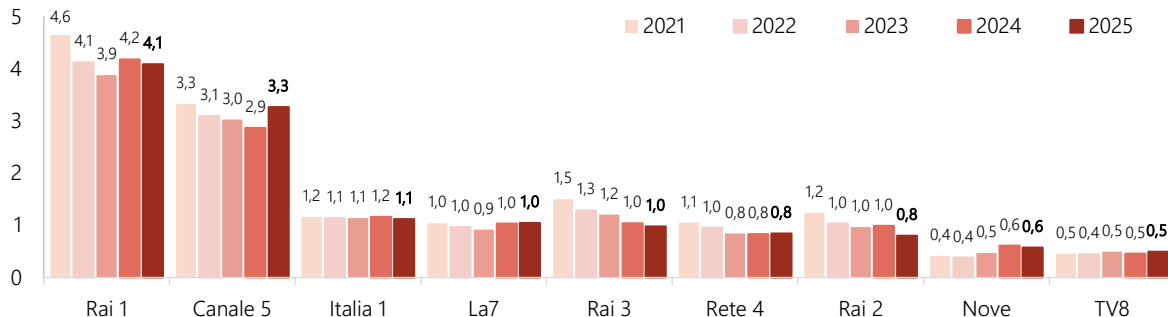
	Var. punti percentuali	
	'21-'25	'24-'25
Rai	-3,4	-0,9
Mediaset	+2,9	+0,6
Warner Bros. Discovery	+1,0	-0,2
Comcast/Sky	+0,8	+0,0
Cairo Comm./La7	+0,6	+0,3
Altri	-1,9	+0,2

2.4 TELEVISIONE (DVB-T E SAT): ASCOLTI DEI PRINCIPALI CANALI NAZIONALI (da inizio anno)



GIORNO MEDIO – PRIME TIME

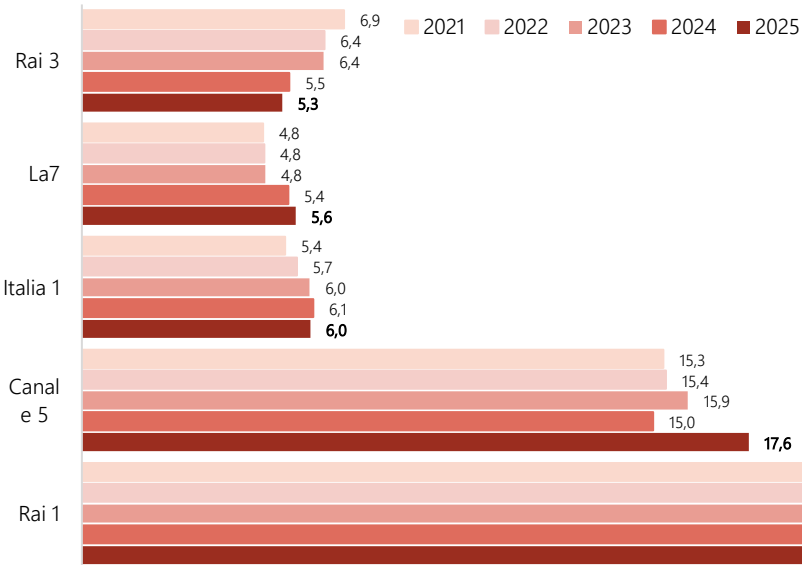
Spettatori medi giornalieri gen. – dic. (in milioni)



Var. %

	Rai 1	Canale 5	Italia 1	La7	Rai 3	Rete 4	Rai 2	Nove	TV8
'21-'25	-11,9	-2,0	-3,9	+0,9	-34,6	-19,8	-35,4	+37,7	+8,3
'24-'25	-2,2	+13,8	-3,7	+1,0	-5,9	+1,7	-19,1	-6,5	+7,4

Share in %

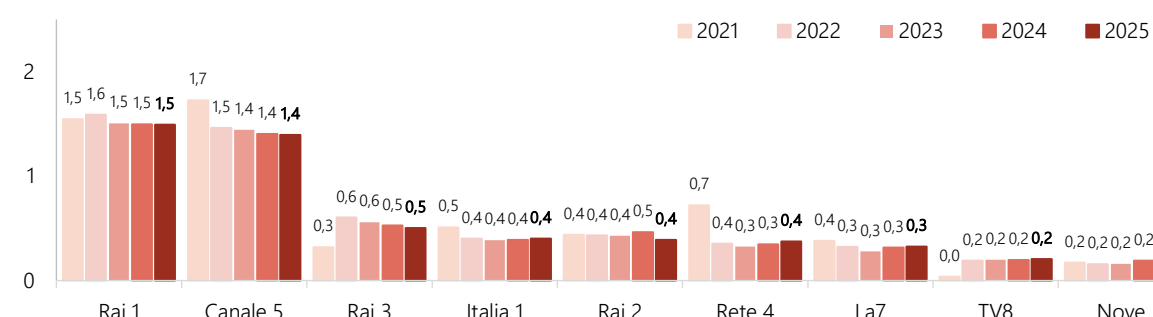


Var. punti percentuali

Canale	'24-'25
Rai 1	+0,1
Canale 5	+2,5
Italia 1	-0,1
La7	+0,2
Rai 3	-0,2
Rete 4	+0,2
Rai 2	-0,9
Nove	-0,1
TV8	+0,2

GIORNO MEDIO – INTERO GIORNO

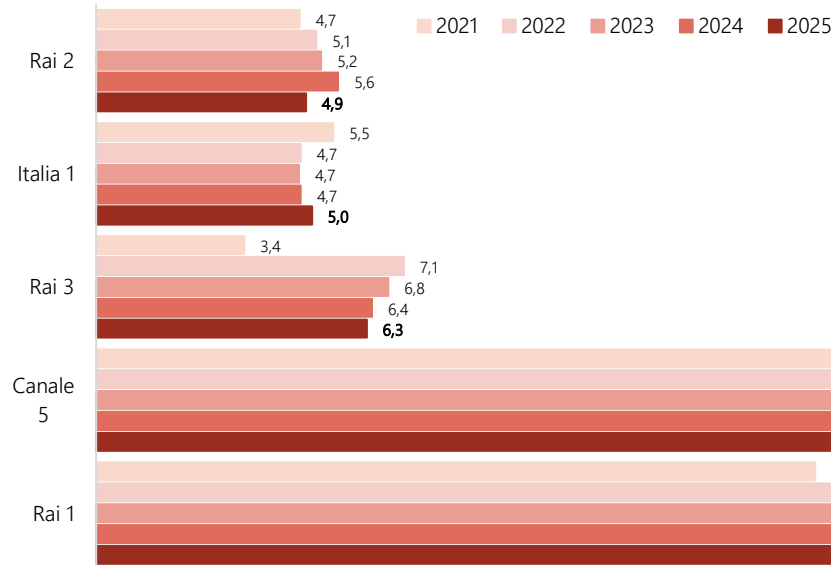
Spettatori medi giornalieri gen. – dic. (in milioni)



Var. %

	Rai 1	Canale 5	Rai 3	Italia 1	Rai 2	Rete 4	La7	TV8	Nove
'21-'25	-3,5	-19,1	+57,8	-21,4	-11,0	-48,0	-14,3	+455,7	+12,1
'24-'25	-0,3	-0,7	-4,5	+2,6	-15,7	+7,9	+3,5	+3,7	+2,3

Share in %

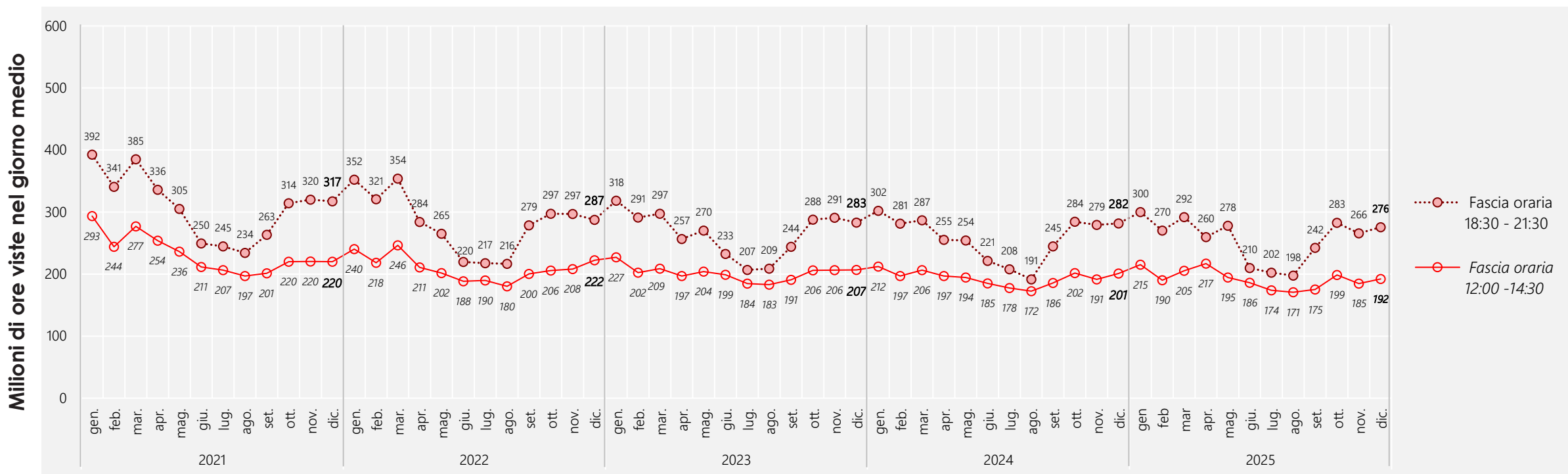


Var. punti percentuali

Canale	'24-'25
Rai 1	+0,5
Canale 5	+0,4
Rai 3	-0,1
Italia 1	+0,3
Rai 2	-0,7
Rete 4	+0,5
La7	+0,2
TV8	+0,2
Nove	+0,1

2.5 TELEVISIONE (DVB-T E SAT): TEMPO SPESO DAGLI UTENTI DEI TG NAZIONALI*

gennaio 2021 – dicembre 2025



Andamento del tempo speso dagli spettatori
(gen. – dic. Tempo in milioni di ore)

	(2021)	→	(2022)	→	(2023)	→	(2024)	→	(2025)
Fascia oraria: 18:30 – 21:00	309	▼ -8,5%	282	▼ -6,0%	266	▼ -3,1%	257	▼ -0,5%	256
	<div style="text-align: right;"> ▼ -16,9% </div>								
Fascia oraria: 12:00 – 14:30	232	▼ -9,7%	209	▼ -3,9%	201	▼ -3,9%	193	▼ -0,8%	192
	<div style="text-align: right;"> ▼ -17,2% </div>								

* **Totale tempo speso:** è la somma del tempo dedicato da ciascuno spettatore, nel giorno medio del periodo di riferimento, alla visione delle edizioni dei TG nelle fasce orarie considerate.

2.6 TELEVISIONE (DVB-T E SAT): ASCOLTI DEI PRINCIPALI TG NAZIONALI NEL GIORNO MEDIO (da inizio anno)

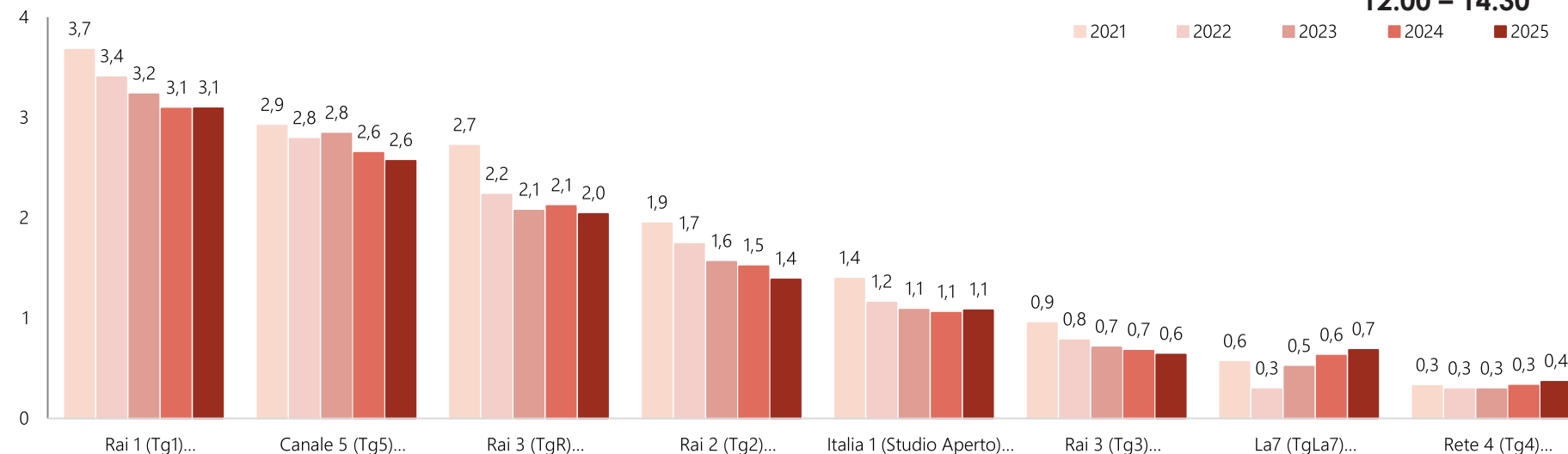


Spettatori medi giornalieri gen. – dic. (in milioni)

FASCIA ORARIA:

12:00 – 14:30

2021 2022 2023 2024 2025



Var. %

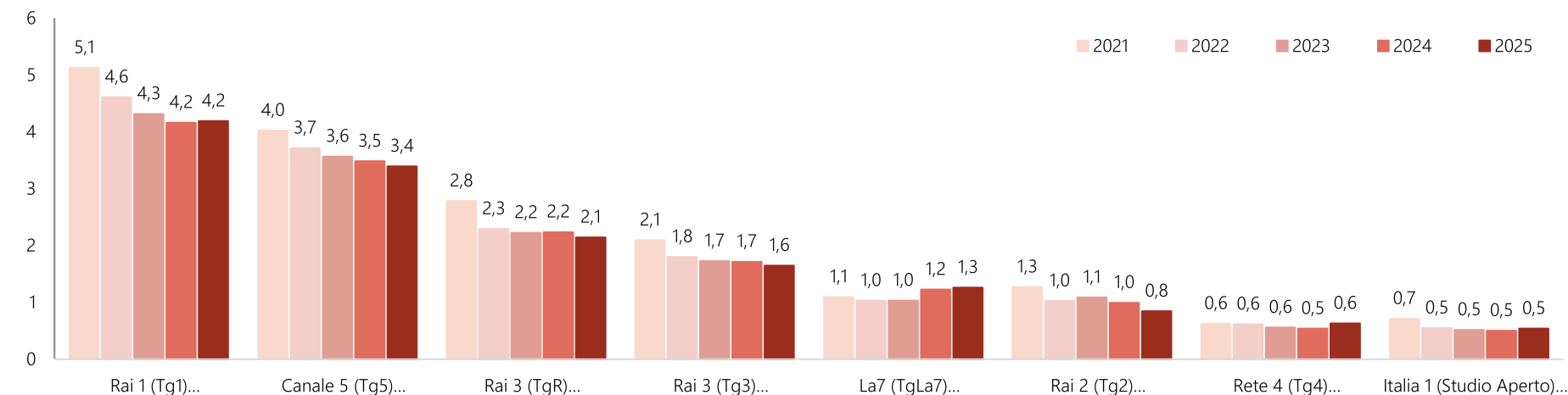
	Canale/TG	'21-'25	'24-'25
Rai	Rai 1 (Tg1 - 13:30)	-15,9	+0,1
	Rai 2 (Tg2 - 13:00)	-28,8	-8,8
	Rai 3 (Tg3 - 12:00)	-33,0	-5,9
	Rai 3 (TgR - 14:00)	-25,0	-3,7
Mediaset	Canale 5 (Tg5 - 13:00)	-12,0	-3,0
	Italia 1 (Studio Aperto - 12:25)	-22,6	+2,3
	Rete 4 (Tg4 - 12:00)	+12,7	+11,2
Cairo Comm.	La7 (TgLa7 - 13:30)	+21,4	+9,3

Spettatori medi giornalieri gen. – dic. (in milioni)

FASCIA ORARIA:

18:30 – 21:30

2021 2022 2023 2024 2025



Var. %

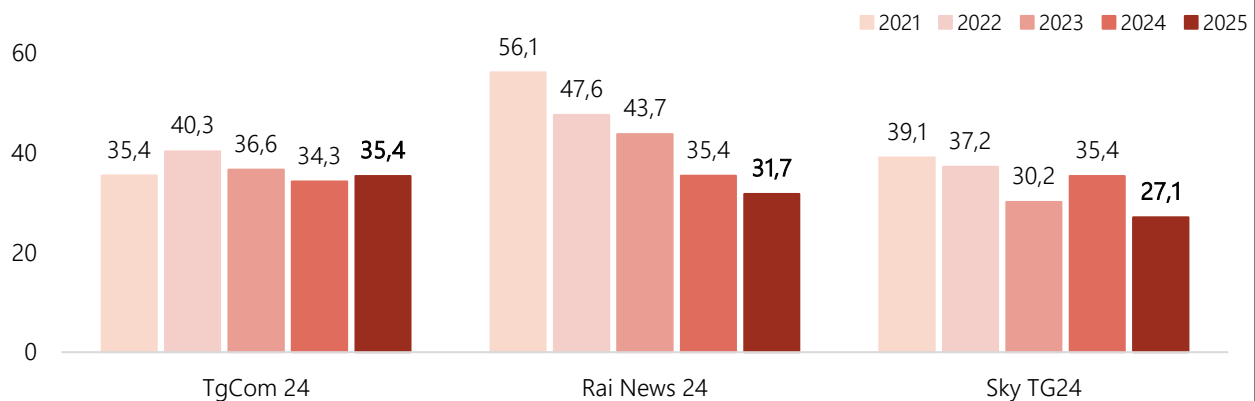
	Canale/TG	'21-'25	'24-'25
Rai	Rai 1 (Tg1 - 20:00)	-18,3	+0,6
	Rai 2 (Tg2 - 20:30)	-33,5	-15,2
	Rai 3 (Tg3 - 19:00)	-21,4	-4,0
	Rai 3 (TgR - 19:30)	-22,9	-4,1
Mediaset	Canale 5 (Tg5 - 20:00)	-15,6	-2,5
	Italia 1 (Studio Aperto - 18:30)	-24,4	+7,3
	Rete 4 (Tg4 - 19:00)	+0,7	+17,1
Cairo Comm.	La7 (TgLa7 - 20:00)	+15,1	+2,9

2.7 TELEVISIONE (DVB-T E SAT): ASCOLTI DEI CANALI «ALL NEWS» NEL GIORNO MEDIO (da inizio anno)

I canali «all news» considerati nell'analisi sono: Rai News 24; Sky Tg 24; TgCom 24

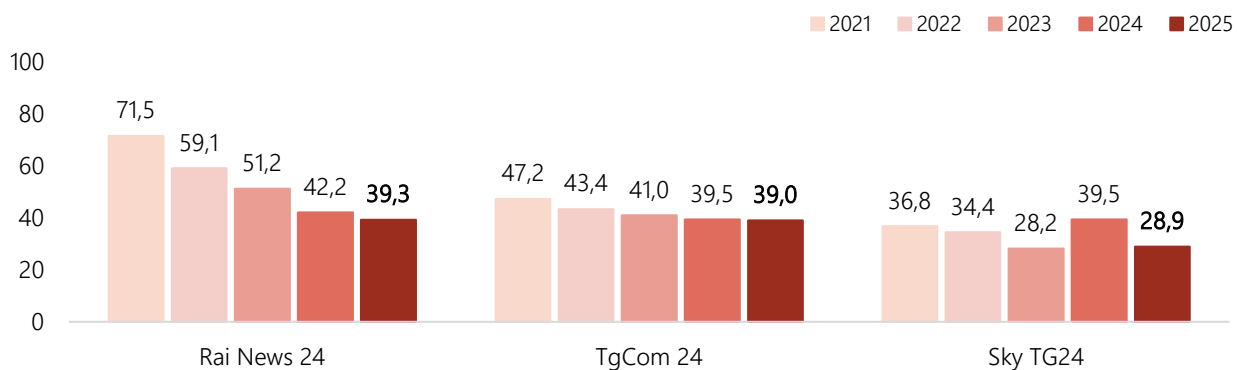
GIORNO MEDIO – PRIME TIME

Spettatori medi giornalieri gen. – dic. (in migliaia)



GIORNO MEDIO – INTERO GIORNO

Spettatori medi giornalieri gen. – dic. (in migliaia)

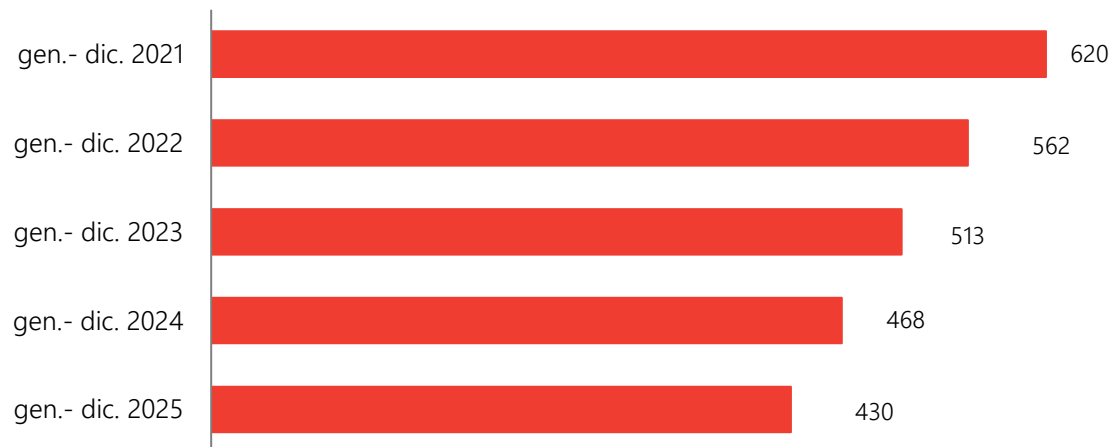


Spettatori medi giornalieri gen. – dic. (in migliaia)

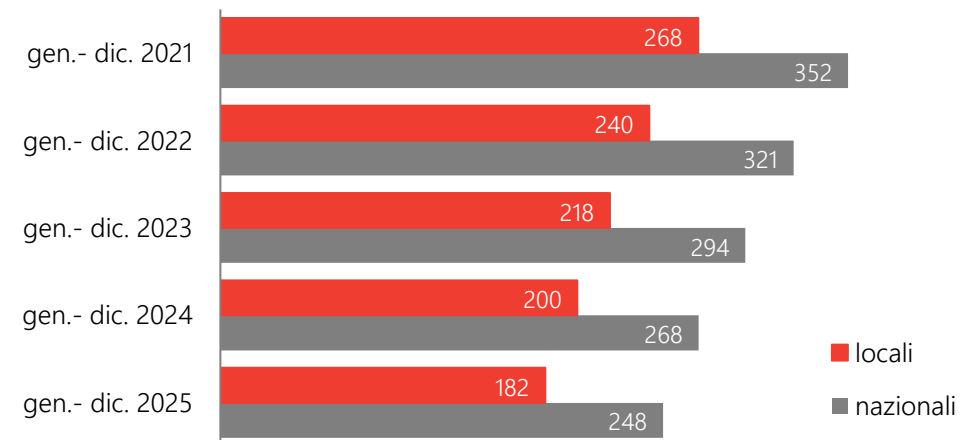
	Anno	Intero giorno	07:00 09:00	12:00 15:00	20:30 22:30
Rai News 24	2025	39,3	80,2	44,4	31,7
	2024	42,2	85,9	49,5	35,4
	2023	51,2	98,2	62,1	43,7
	2022	59,1	112,4	71,6	47,6
	2021	71,5	144,5	86,2	56,1
Variazioni %	2024-2025	-6,7	-6,6	-10,3	-10,3
	2021-2025	-45,0	-44,5	-48,5	-43,5
TgCom 24	2025	39,0	72,1	70,9	35,4
	2024	39,5	79,2	66,3	34,3
	2023	41,0	77,3	69,4	36,6
	2022	43,4	77,7	69,5	40,3
	2021	47,2	83,6	69,2	35,4
Variazioni %	2024-2025	-1,1	-9,0	7,0	3,2
	2021-2025	-17,4	-13,7	2,5	-0,2
Sky Tg24	2025	28,9	56,3	47,9	27,1
	2024	39,5	87,1	50,9	35,4
	2023	28,2	50,5	45,3	30,2
	2022	34,4	51,6	56,2	37,2
	2021	36,8	52,6	58,6	39,1
Variazioni %	2024-2025	-26,6	-35,4	-5,8	-23,5
	2021-2025	-21,3	7,1	-18,2	-30,8

2.8 EDITORIA QUOTIDIANA: COPIE COMPLESSIVE VENDUTE DA INIZIO ANNO (1/2)

VENDITE COMPLESSIVE
(milioni di copie vendute)



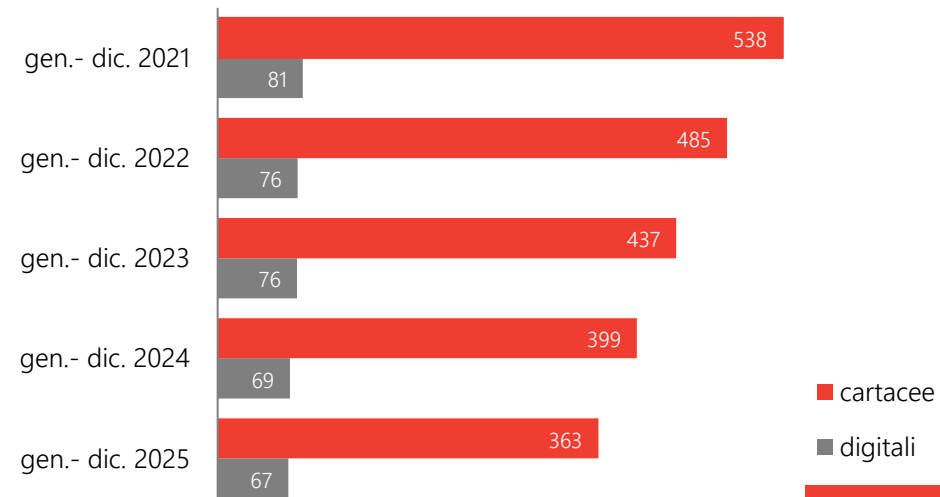
VENDITE COMPLESSIVE PER TIPOLOGIA
(milioni di copie vendute)
COPIE QUOTIDIANI NAZIONALI vs. LOCALI



Variazione in %
Periodo dicembre - dicembre

	(2024 - 2025)	(2021 - 2025)
Copie complessive:	-8,1 ↓	-30,6 ↓
Copie cartacee:	-9,1 ↓	-32,6 ↓
Copie digitali:	-2,0 ↓	-16,9 ↓
Copie quotidiani nazionali:	-7,4 ↓	-29,5 ↓
Copie quotidiani locali:	-9,0 ↓	-32,0 ↓

COPIE CARTACEE vs. DIGITALI



Nota: le copie digitali e quelle multiple sono considerate solo se il loro prezzo è maggiore del 30% rispetto a quello della versione cartacea.

2.9 EDITORIA QUOTIDIANA: COPIE COMPLESSIVE VENDUTE DA INIZIO ANNO (2/2)

COPIE CARTACEE PER MACRO CATEGORIA

(milioni di copie)

	gen.-dic.	2021	2022	2023	2024	2025
Testate nazionali	Generaliste Top 5	172,2	153,1	136,0	124,7	113,6
	Generaliste Altre	43,7	40,1	36,6	33,1	29,4
	Economici	21,2	18,7	16,4	13,8	12,5
	Sportivi	55,8	54,1	50,1	46,4	42,4
Testate locali	Top 10	116,7	105,3	95,9	88,0	79,2
	Altre testate	128,8	113,9	102,0	93,3	84,7

Variazione in %	gen.-dic.	('21 - '25)	('24 - '25)
Testate nazionali	Generaliste Top 5	-34,0 ↓	-8,9 ↓
	Generaliste Altre	-31,5 ↓	-9,6 ↓
	Economici	-41,4 ↓	-9,8 ↓
	Sportivi	-23,1 ↓	-7,7 ↓
Testate locali	Top 10	-32,2 ↓	-10,0 ↓
	Altre testate	-34,2 ↓	-9,2 ↓

COPIE DIGITALI PER MACRO CATEGORIA

(milioni di copie)

	gen.-dic.	2021	2022	2023	2024	2025
Testate nazionali	Generaliste Top 5	34,6	31,9	33,3	32,9	32,3
	Generaliste Altre	11,4	10,8	9,8	5,6	5,8
	Economici	10,6	10,4	10,2	10,0	9,8
	Sportivi	2,3	2,1	1,8	1,5	1,3
Testate locali	Top 10	10,5	10,0	9,4	8,9	8,8
	Altre testate	11,8	11,1	11,0	9,9	9,3

Variazione in %	gen.-dic.	('21 - '25)	('24 - '25)
Testate nazionali	Generaliste Top 5	-6,7 ↓	-2,0 ↓
	Generaliste Altre	-49,1 ↓	+3,7 ↑
	Economici	-6,9 ↓	-1,3 ↓
	Sportivi	-43,6 ↓	-11,1 ↓
Testate locali	Top 10	-15,7 ↓	-1,3 ↓
	Altre testate	-20,7 ↓	-5,3 ↓

Ripartizione delle testate

- **Nazionali generaliste - Top 5:** in termini di vendite complessive nel terzo trimestre del 2025: Avvenire, Corriere della sera, Il Messaggero, La Repubblica, La Stampa.
- **Nazionali generaliste - Altri:** Il Fatto quotidiano, Il Giornale, Il Manifesto, Il Tempo, La Verità, Libero.
- **Nazionali sport:** Corriere dello Sport, Gazzetta dello sport, Tuttosport.
- **Nazionali economia:** Italia Oggi, Il Sole 24 Ore.
- **Locali-Top 10:** in termini di vendite complessive nell'anno 2025: Dolomiten, Il Gazzettino, Il Giornale di Brescia, Il Mattino, Il Resto del Carlino,, L'Adige, L'Eco di Bergamo, Messaggero Veneto, QN-La Nazione, L'Unione Sarda.
- **Locali-altre:** rimanenti testate ADS.

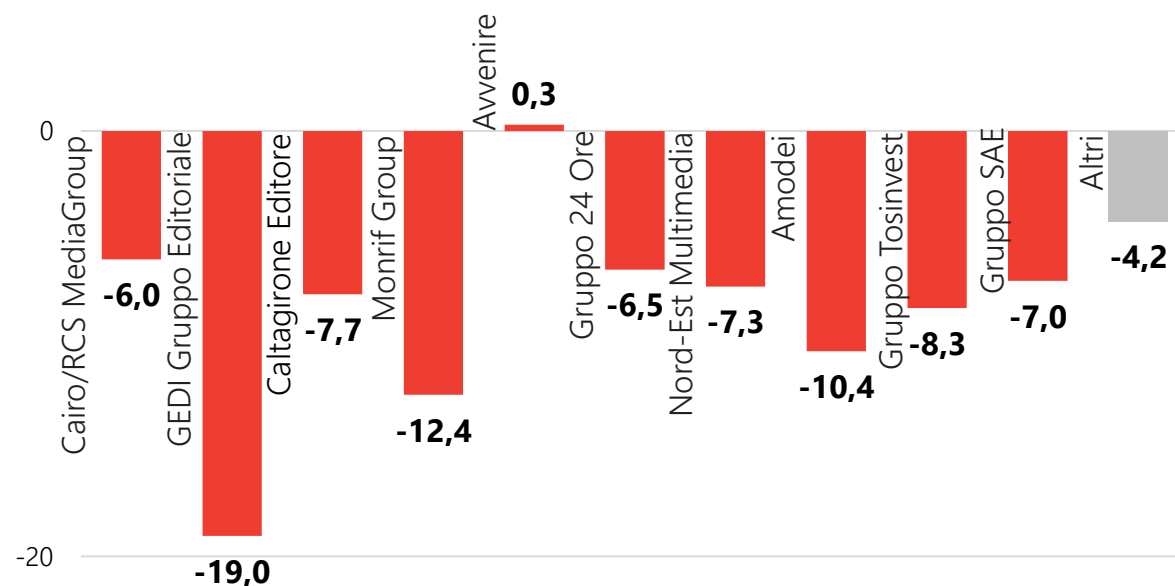
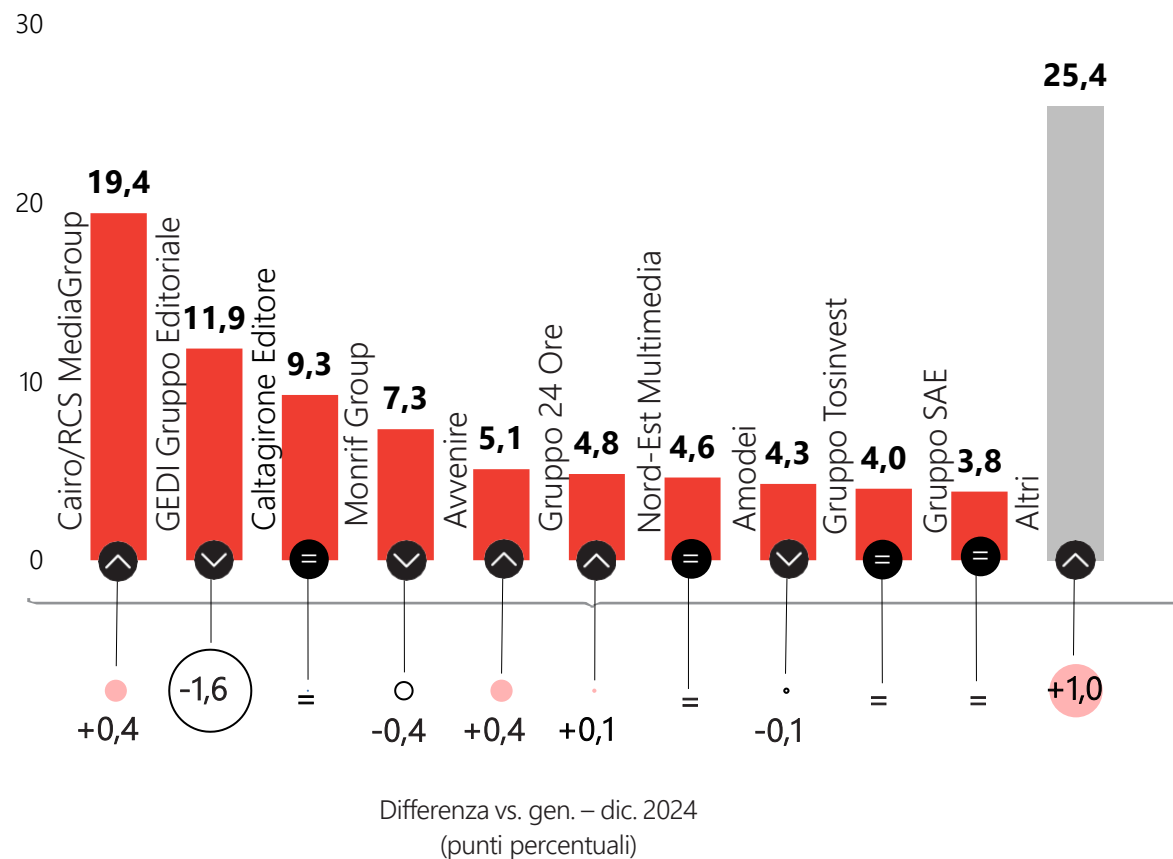
2.10 EDITORIA QUOTIDIANA: DISTRIBUZIONE PER PRINCIPALI GRUPPI EDITORIALI

DISTRIBUZIONE DELLE COPIE COMPLESSIVE VENDUTE PER GRUPPI EDITORIALI (%)

VARIAZIONE DELLE COPIE COMPLESSIVE VENDUTE PER GRUPPI EDITORIALI (%)

gennaio – dicembre 2025

DIFFERENZA VS. GEN. – DIC. 2024

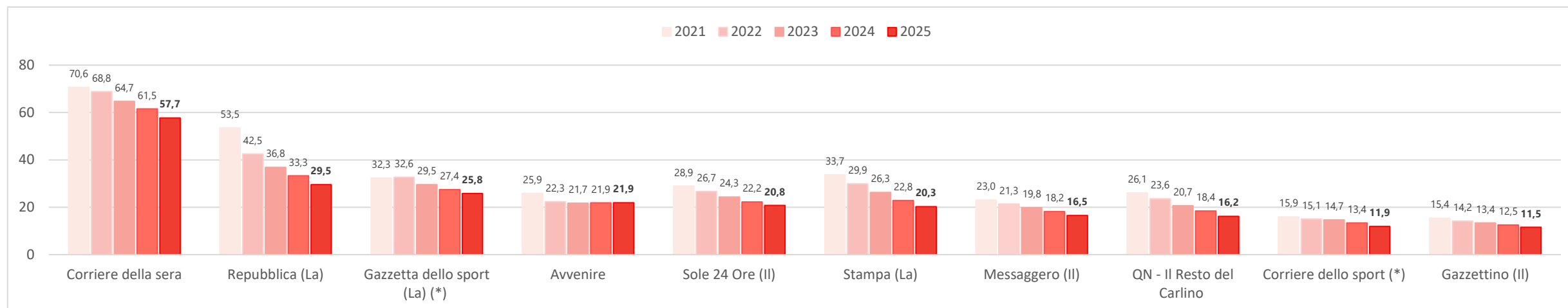


Nota: Il gruppo GEDI ha ceduto a Blue Media S.r.l. (Gruppo MSC) la testata "Il Secolo XIX" con decorrenza 29/09/2024 e nel 2025, con efficacia 1° luglio, ha ceduto la testata «La Provincia pavese» al gruppo SAE.

Fonte: elaborazioni su dati ADS

2.11 EDITORIA QUOTIDIANA: DISTRIBUZIONE DELLE PRINCIPALI TESTATE

DISTRIBUZIONE PER TESTATA DELLE COPIE COMPLESSIVE VENDUTE DA GEN. – DIC. (milioni)



Variazioni in milioni di copie 25/21	Corriere della Sera	La Repubblica	La Gazzetta dello Sport (*)	Avvenire	Il Sole 24 ore	La Stampa	Il Messaggero	Il Resto del Carlino	Corriere dello sport(*)	Il Gazzettino
Copie complessive	-12,9	-24,0	-6,5	-4,0	-8,1	-13,4	-6,5	-9,9	-4,0	-3,8
Copie cartacee	-18,0	-17,5	-5,7	-4,4	-7,3	-12,4	-6,2	-9,4	-4,0	-3,5
Copie digitali	5,1	-6,5	-0,8	+0,4	-0,8	-1,0	-0,3	-0,4	-0,1	-0,3

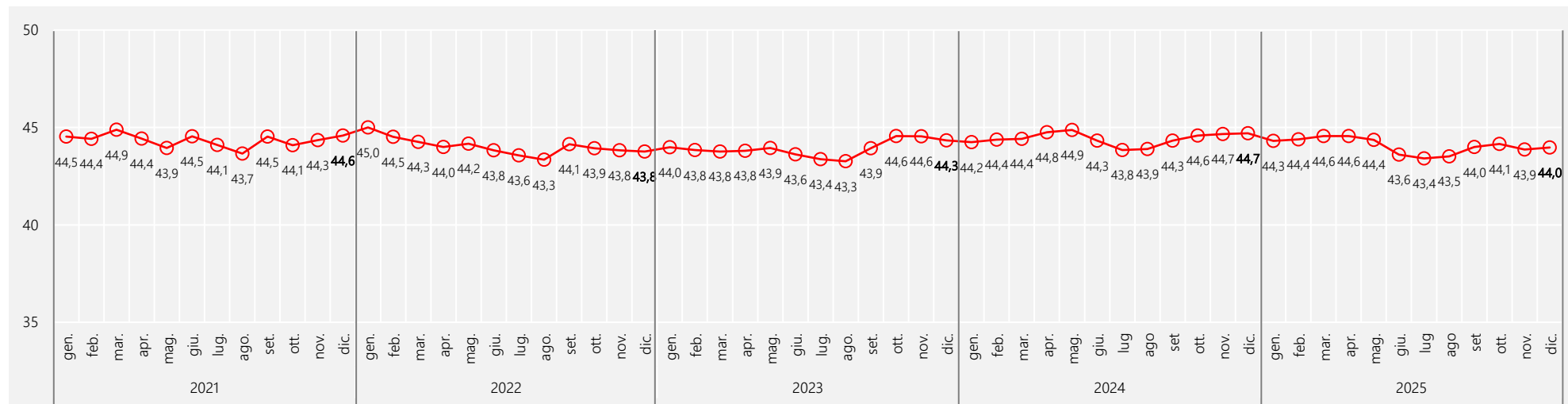
Variazioni in milioni di copie 25/24	Corriere della Sera	La Repubblica	La Gazzetta dello Sport (*)	Avvenire	Il Sole 24 ore	La Stampa	Il Messaggero	Il Resto del Carlino	Corriere dello sport(*)	Il Gazzettino
Copie complessive	-3,8	-3,7	-1,6	0,1	-1,4	-2,5	-1,7	-2,2	-1,5	-1,0
Copie cartacee	-4,2	-2,7	-1,5	-0,1	-1,3	-2,6	-1,5	-2,2	-1,4	-0,9
Copie digitali	0,4	-1,0	-0,1	0,1	-0,2	0,0	-0,2	0,1	0,0	-0,1

(*) – include edizione del lunedì

2.12 PIATTAFORME: UTENTI UNICI DEI SITI/APP DEI PRINCIPALI OPERATORI



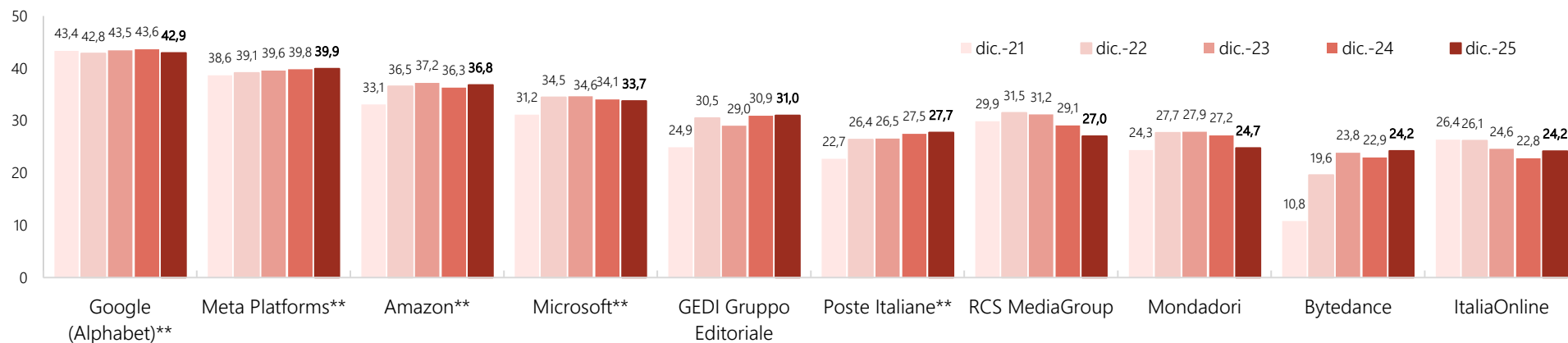
MILIONI DI UTENTI UNICI MENSILI (gennaio 2021 – dicembre 2025)



43 milioni e 972 mila utenti unici si sono collegati a internet nel mese di dicembre 2025 (**723 mila** utenti in meno rispetto a dicembre 2024)

69 ore e 6 minuti complessivi trascorsi, in media, da ciascun utente navigando su internet nel mese di dicembre 2025

UTENTI UNICI MENSILI DEI PRINCIPALI OPERATORI (Parent*)



Utenti unici: numero di utenti/persone diverse che hanno visitato qualsiasi contenuto di un sito Web, una categoria, un canale o un'applicazione durante il periodo di riferimento.

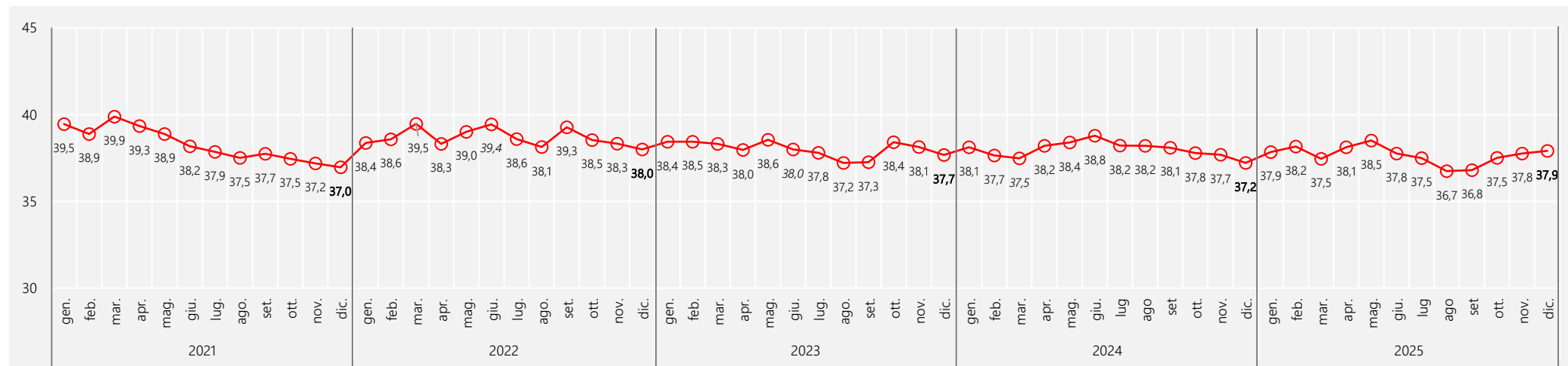
* Il **Parent** è definito come un gruppo di domini e di URL che sono di proprietà di una specifica società, delle sue sussidiarie o unità operative. Inoltre, un Parent può essere anche rappresentato da un'organizzazione, ente governativo, gruppo privato, società o altra istituzione, che ha partecipazioni di controllo in ogni dominio e URL del gruppo.

** Nota: Google (Alphabet), Meta Platforms (Meta), Amazon, Microsoft, Poste Italiane sono rilevati solo attraverso Audiweb Panel.

2.13 PIATTAFORME: UTENTI UNICI DEI SITI/APP DI INFORMAZIONE GENERALISTA

MILIONI DI UTENTI UNICI MENSILI

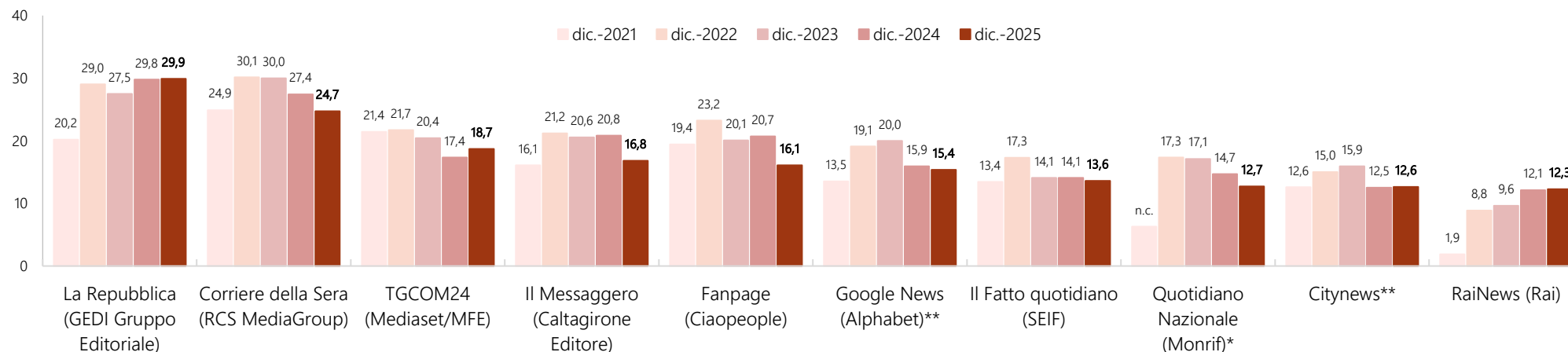
(gennaio 2021 – dicembre 2025)



37 milioni e 912 mila utenti unici si sono collegati a siti/APP di informazione generalista nel mese di dicembre 2025 (**691 mila** utenti in più rispetto a dicembre 2024)

Oltre 49 minuti trascorsi, in media, da ciascun utente navigando su siti/APP di informazione generalista nel mese di dicembre 2025

MILIONI DI UTENTI UNICI MENSILI DEI PRINCIPALI SITI



Utenti unici: numero di utenti/persone diverse che hanno visitato qualsiasi contenuto di un sito Web, una categoria, un canale o un'applicazione durante il periodo di riferimento.

* Nota: a partire da aprile 2022 il gruppo Monrif è entrato nel sistema di rilevazione Audiweb. Ciò ha comportato una modifica del perimetro di classificazione e della modalità di rilevazione che – oltre ad *Audiweb Panel* – utilizza ora anche la componente censuaria, *Audiweb Census*. Per questa ragione i valori relativi ai mesi di dicembre 2022, 2023, 2024 e 2025 non sono direttamente confrontabili con quello del 2021.

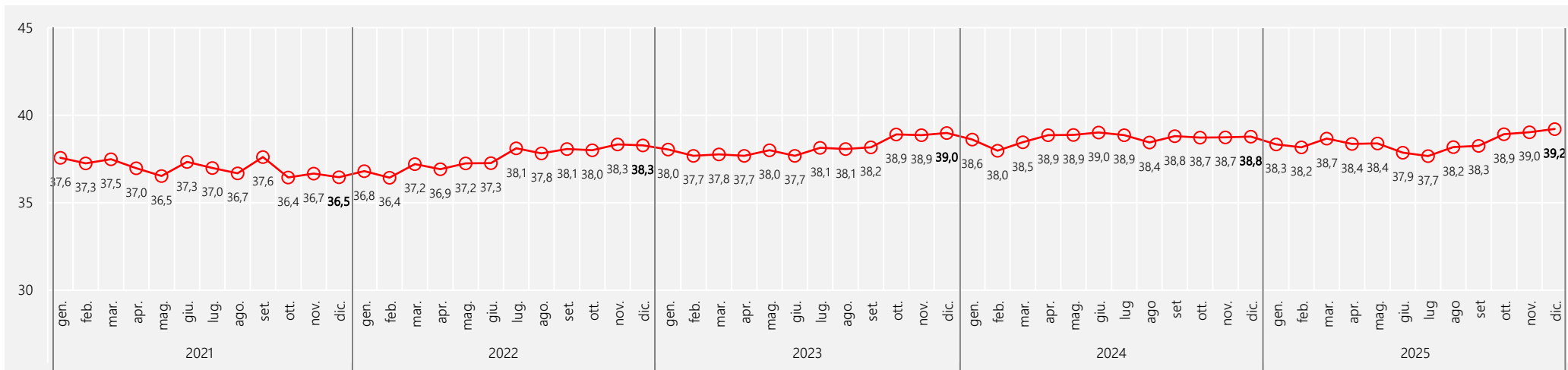
** Google News e Citynews sono rilevati solo attraverso *Audiweb Panel*.

Fonte: elaborazioni Autorità su dati Audicom – sistema Audiweb
(Valori riferiti alla sub-categoria: «Current Event & Global News»)

2.14 PIATTAFORME: UTENTI UNICI DEI SITI/APP DI E-COMMERCE



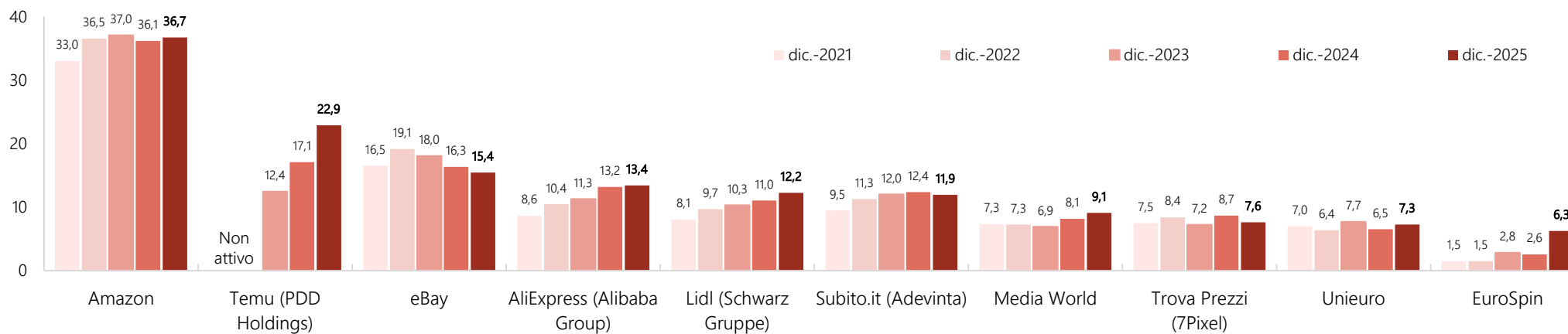
MILIONI DI UTENTI UNICI MENSILI (gennaio 2021 – dicembre 2025)



39 milioni e 213 mila utenti unici si sono collegati a siti/APP di e-commerce nel mese di dicembre 2025 (**439 mila** utenti in più rispetto a dicembre 2024)

2 ore e 43 minuti, in media, trascorse da ciascun utente navigando su siti/APP di e-commerce nel mese di dicembre 2025

MILIONI DI UTENTI UNICI MENSILI DEI PRINCIPALI SITI*



Utenti unici: numero di utenti/persone diverse che hanno visitato qualsiasi contenuto di un sito Web, una categoria, un canale o un'applicazione durante il periodo di riferimento.

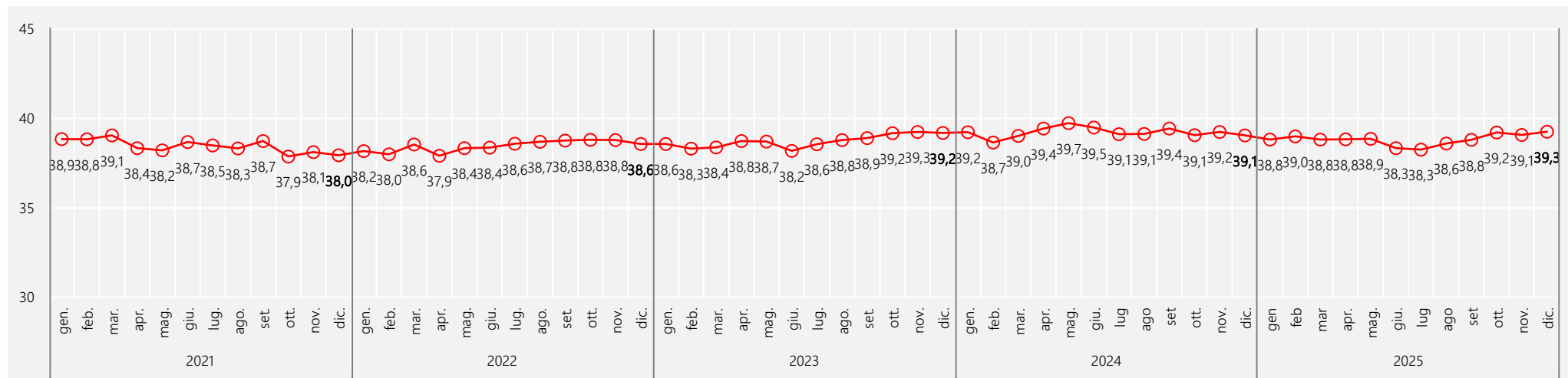
* Nota: i brand rappresentati sono rilevati solo attraverso Audiweb Panel.

Fonte: elaborazioni Autorità su dati Audicom – sistema Audiweb (Valori riferiti alla categoria: «Multi-category Commerce»)

2.15 PIATTAFORME: UTENTI UNICI DEI SITI/APP DI SOCIAL NETWORK



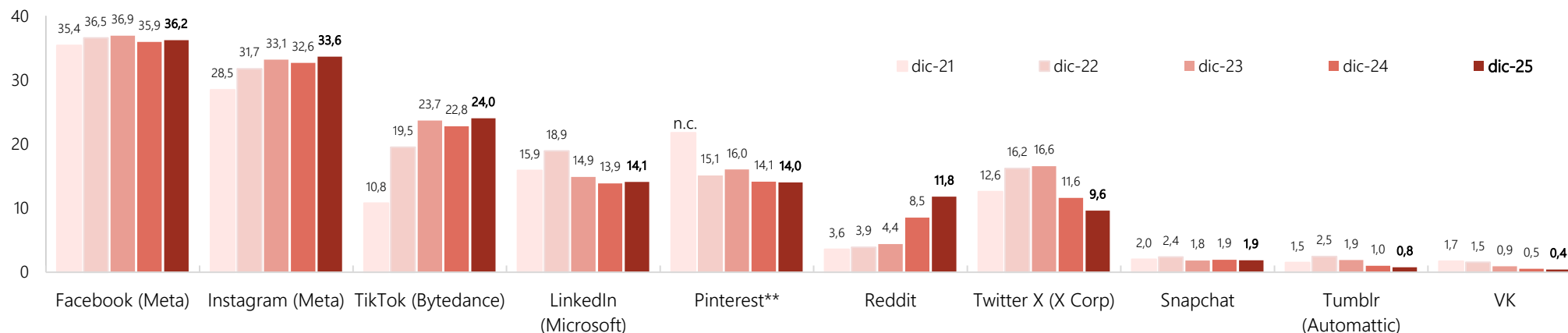
MILIONI DI UTENTI UNICI MENSILI (gennaio 2021 – dicembre 2025)



39 milioni e 271 mila utenti unici si sono collegati a siti/APP di portali e *communities* che mostrano prevalentemente contenuti dei propri membri, fra cui i *social network*, nel mese di dicembre 2025 (**212 mila** utenti in più rispetto a dicembre 2024)

21 ore e quasi 39 minuti, in media, trascorse da ciascun utente navigando su tali siti/nel mese di settembre 2025

MILIONI DI UTENTI UNICI MENSILI DEI PRINCIPALI SITI*



Utenti unici: numero di utenti/persone diverse che hanno visitato qualsiasi contenuto di un sito Web, una categoria, un canale o un'applicazione durante il periodo di riferimento.

* Nota: nel grafico si riportano gli utenti unici dei primi 10 Brand che appartengono alla sub-categoria "Social Networks & Member Communities" ed offrono servizi di Social Networking in Italia.

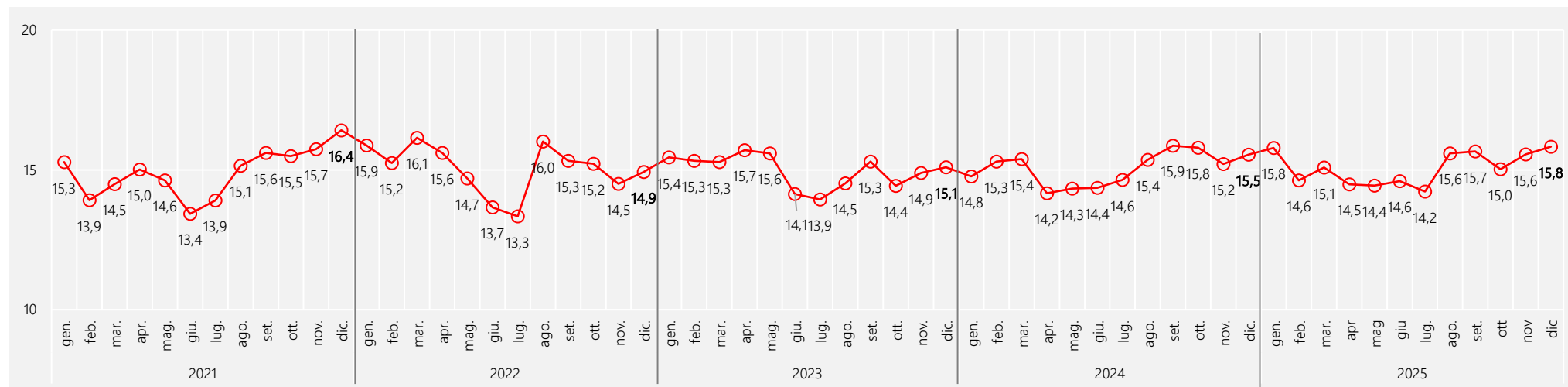
** Nota: in conseguenza di attività tese a migliorare l'accuratezza della rilevazione del Brand, i dati a partire da marzo 2022 non sono confrontabili (n.c.) con quelli degli anni precedenti; gli esiti di tale attività non possono essere isolati da eventuali effetti stagionali.

Fonte: elaborazioni Autorità su dati Audicom – sistema Audiweb (Valori riferiti alla sub-categoria: «Member Communities»)

2.16 PIATTAFORME: UTENTI UNICI DEI SITI/APP DI SERVIZI VOD A PAGAMENTO

MILIONI DI UTENTI UNICI MENSILI

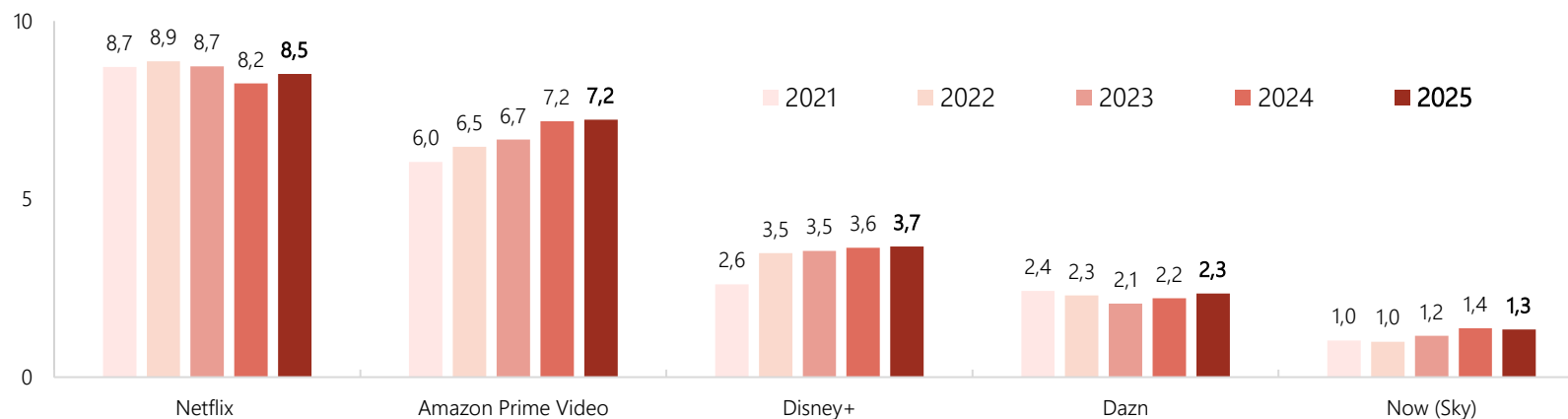
(gennaio 2021 – dicembre 2025)



15 milioni e 824 mila utenti unici si sono collegati a siti/APP di video on demand nel mese di dicembre 2025 (**279 mila** soggetti in più rispetto a dicembre 2024)

Utenti unici: numero di utenti/persone diverse che hanno visitato qualsiasi contenuto di un sito Web, una categoria, un canale o un'applicazione durante il periodo di riferimento.

MILIONI DI UTENTI UNICI MENSILI DELLE PRINCIPALI PIATTAFORME* (media da inizio anno)



* Nota: sono rappresentati i principali operatori per utenti unici medi.

Fonte: elaborazioni Autorità su dati Comscore

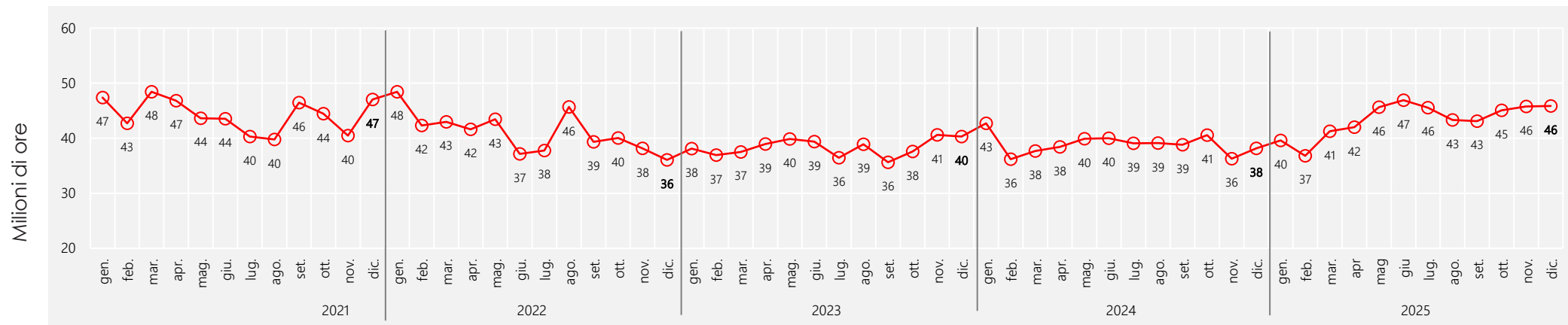
Nel grafico si riportano gli utenti unici della categoria costituita dai principali operatori che offrono in Italia servizi di video on demand a pagamento, in particolare: Alphabet/Google (Google Play Movies & TV); Amazon (Primevideo.com set. 20 - lug. 23; Amazon Streaming da ago. 23); Apple (Apple TV); Chili (CHILI.COM); Comcast/Sky (NOWTV.IT); Dazn (DAZN.COM); Netflix (Netflix Inc.); Rakuten Group (RAKUTEN.TV); The Walt Disney (Disney Digital); TIM (TIMVISION.IT).

Il dato si riferisce al traffico Desktop e Mobile e non include il traffico da Connected TV.

A partire da Agosto 2022 i dati di Dazn sono rilevati da Auditel ai sensi di quanto stabilito da AGCOM con la delibera n. 18/22/CONS recante «Chiusura dell'istruttoria avviata nei confronti della società DAZN avente ad oggetto la verifica della metodologia di rilevazione degli ascolti»

2.17 PIATTAFORME: TEMPO SPESO SUI SITI/APP DI SERVIZI VOD A PAGAMENTO

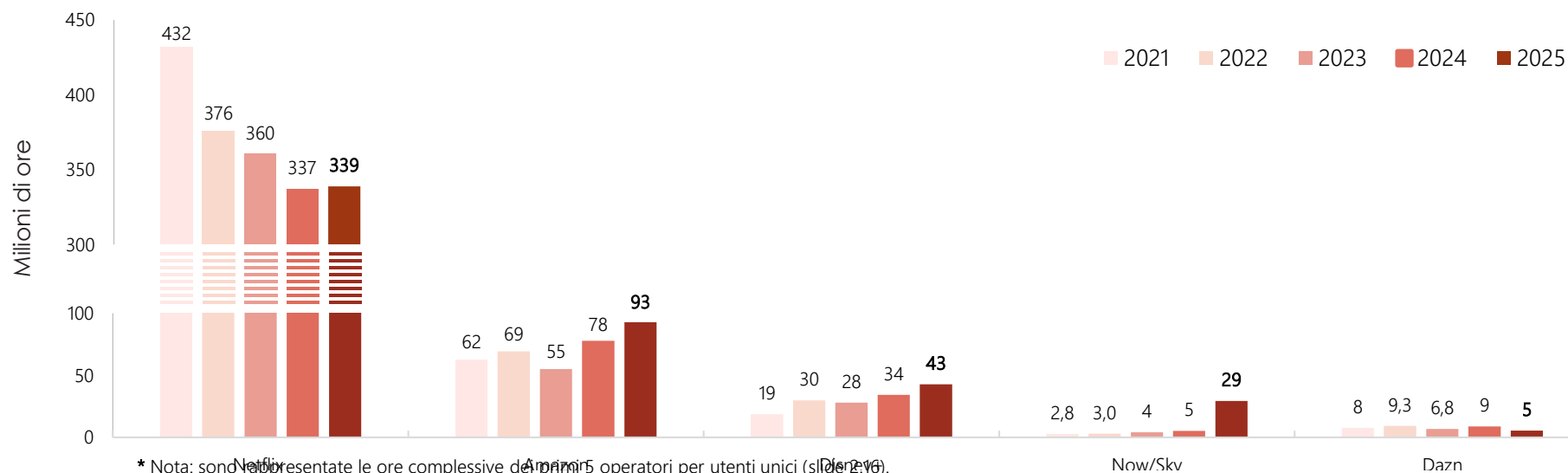
ORE COMPLESSIVE DI NAVIGAZIONE (gennaio 2021 – dicembre 2025)



A dicembre 2025, il tempo trascorso sui siti/APP di servizi video on demand a pagamento è di circa **46 milioni di ore**

Il tempo trascorso in media da ciascun visitatore nel mese di dicembre 2025 è pari a **2 ore e 54 minuti**.

PRINCIPALI PIATTAFORME – ORE COMPLESSIVE DI NAVIGAZIONE DA INIZIO ANNO* (in milioni)



Fonte: elaborazioni Autorità su dati Comscore

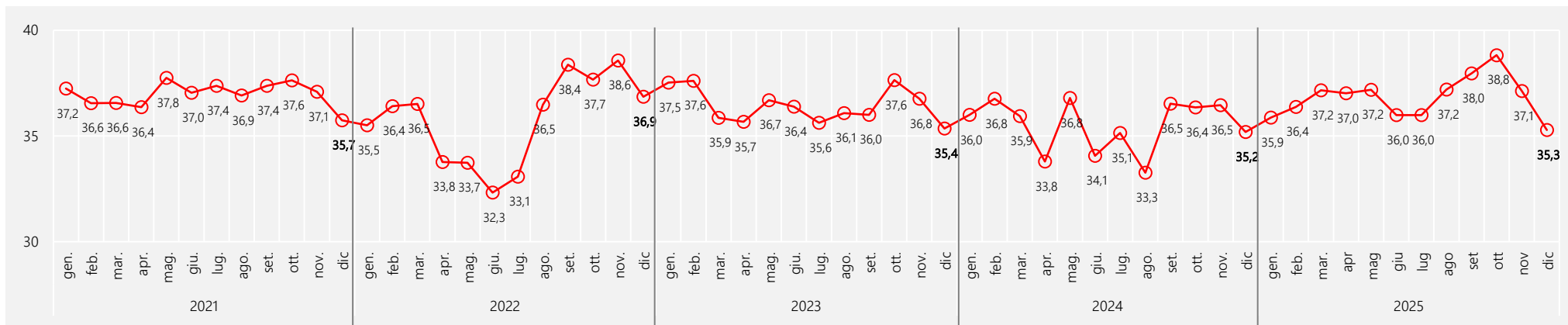
Nel grafico si riportano gli utenti unici della categoria costituita dai principali operatori che offrono in Italia servizi di video on demand a pagamento, in particolare: Alphabet/Google (Google Play Movies & TV); Amazon (Primevideo.com set. 20 - lug. 23; Amazon Streaming da ago. 23); Apple (Apple TV); Chili (CHILI.COM); Comcast/Sky (NOWTV.IT); Dazn (DAZN.COM); Netflix (Netflix Inc.); Rakuten Group (RAKUTEN.TV); The Walt Disney (Disney Digital); TIM (TIMVISION.IT).

Il dato si riferisce al traffico Desktop e Mobile e non include il traffico da Connected TV.

* Nota: sono presentate le ore complessive dei primi 5 operatori per utenti unici (slide 216).

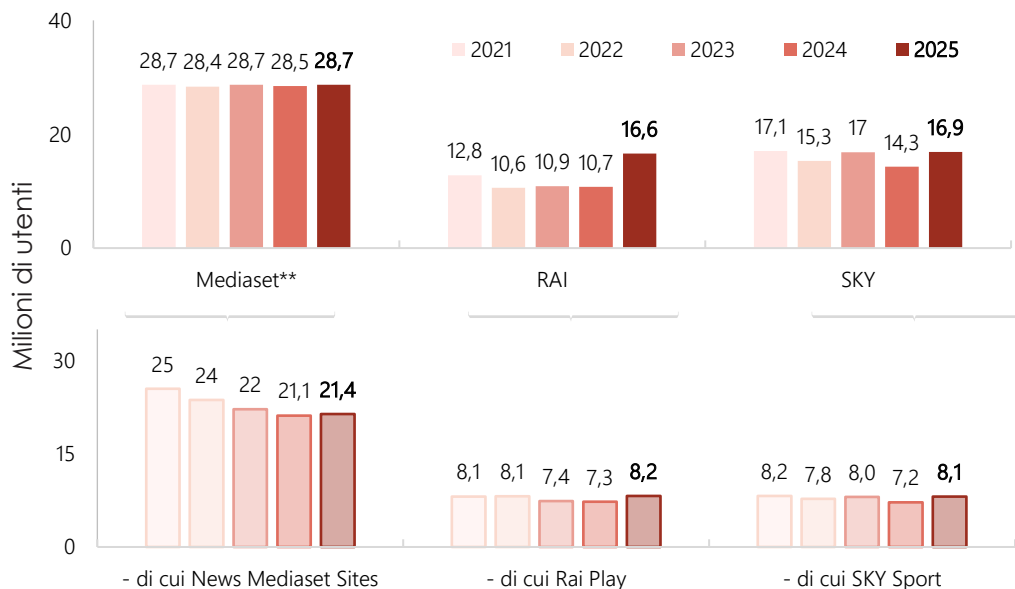
2.18 PIATTAFORME: UTENTI UNICI DEI SITI/APP DI SERVIZI VOD GRATUITI

MILIONI DI UTENTI UNICI MENSILI (gennaio 2021 – dicembre 2025)



35 milioni e 280 mila di utenti unici si sono collegati a siti/APP di video on demand gratuiti nel mese di dicembre 2025 (con un incremento di circa **92 mila** utenti rispetto a dicembre 2024)

UTENTI UNICI MENSILI DELLE PRINCIPALI COMPONENTI DELLE PIATTAFORME* (media da inizio anno)



* Sono rappresentati i primi operatori per utenti unici e la loro componente gratuita - fra quelle considerate che comprendono news, sport e intrattenimento - più rilevante sia in termini di utenti unici che di ore spese.

** Gli utenti unici per MFE/Mediaset sono quelli relativi ai siti/app della componente Mediaset.it Sites in ragione di scelte editoriali da parte dell'operatore che non consentono di scorporare il traffico dei servizi VOD a pagamento inclusa in Mediaset Infinity Sites. Questa componente da inizio 2025 ammonta in media a circa 17 milioni e 330 mila utenti unici.

Nel grafico si riportano gli utenti unici della categoria costituita dai principali operatori che offrono in Italia servizi di video on demand prevalentemente gratuiti: MFE/Mediaset (Mediaset Infinity Sites e TGCOM 24 Sites gen. 20 - apr. 22; Mediaset.it Sites da mag. 22); Rai (RaiPlay; Rai News, Rai Sport); Warner Bros. Discovery (Discovery Inc. set. 20 - mag. 23; Warner (TBS Entertainment Digital, fino a mag.23, Warner Bros. Discovery da giu.23); Comcast/Sky (Sky Free ToAir; Sky sport; Sky TG24, Sky Entertainment); Cairo Communication/La 7 (La7); Paramount Global/Viacom (Nickelodeon Kids and Family; MTV Italy); Rakuten Group (VIKI.COM); De Agostini (DEABYDAY.TV; DEAKIDS.IT); Mperience (VVVID.IT); A&E Television Networks Italy (A+E Networks Digital); Italia Sport Communication (SPORTITALIA.COM); Rete Blu (TV2000.IT); Delta Pictures (POPCORNTV.IT); Fascino PGT (WITTYTV.IT).

Si fa presente che in ragione di scelte editoriali per alcuni siti e applicazioni (Mediaset Infinity Sites; Warner Bros. Discovery) non è possibile scorporare la parte dei VOD a pagamento.

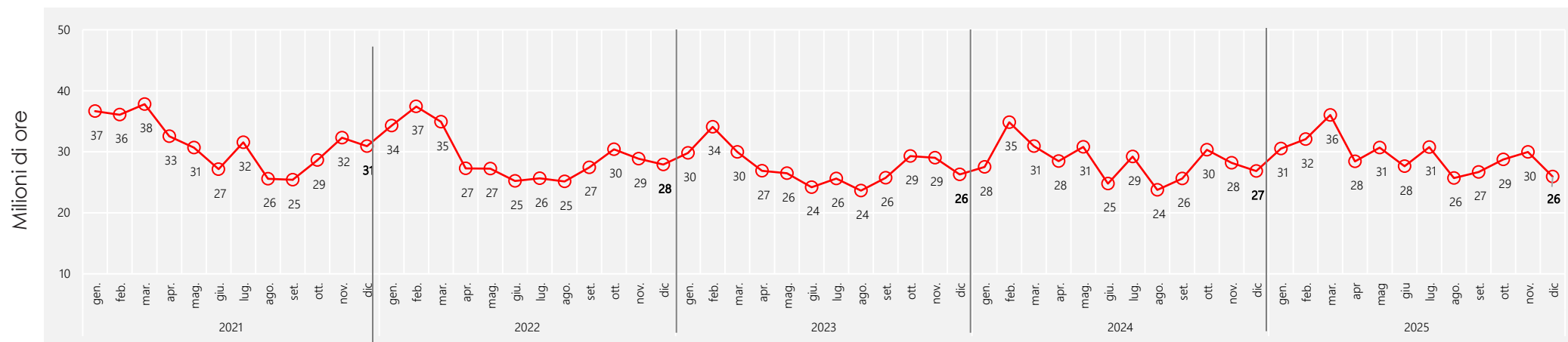
Nel leggere la serie storica occorre considerare che non è più presente il tag in pagina sul sito di RaiPlay e di RaiNews, rispettivamente da febbraio 2021 e da novembre 2021.

Il dato si riferisce al traffico Desktop e Mobile e non include il traffico da Connected TV.

Fonte: elaborazioni Autorità su dati ComScore

2.19 PIATTAFORME: TEMPO SPESO SUI SITI/APP DI SERVIZI VOD GRATUITI

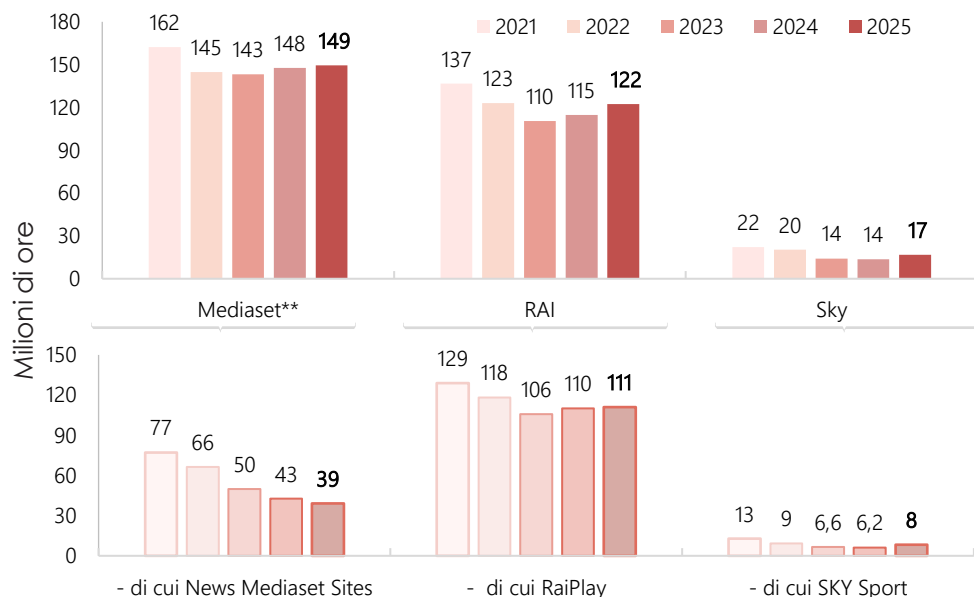
ORE COMPLESSIVE DI NAVIGAZIONE (gennaio 2021 – dicembre 2025)



A dicembre 2025, il tempo trascorso sui siti/APP di servizi video on demand gratuiti è stato di circa **26 milioni di ore**.

Il tempo trascorso in media da ciascun visitatore nel mese di dicembre 2025 è superiore a **44 minuti**.

PRINCIPALI PIATTAFORME – ORE COMPLESSIVE DI NAVIGAZIONE DA INIZIO ANNO* (in milioni)



* Sono rappresentate le ore complessive degli operatori e della componente gratuita fra quelle considerate – che comprendono news, sport e intrattenimento – più rilevante in termini di utenti unici e ore, di cui alla slide precedente

** Le ore complessive per MFE/Mediaset sono quelle relative ai siti/App della componente Mediaset.it Sites in ragione di scelte editoriali da parte dell'operatore che non consentono di scorporare il traffico dei servizi VOD a pagamento inclusa in Mediaset Infinity Sites. Quest'ultima componente da inizio 2025 ammonta in media a poco meno di 92 milioni di ore.

Fonte: elaborazioni Autorità su dati ComScore

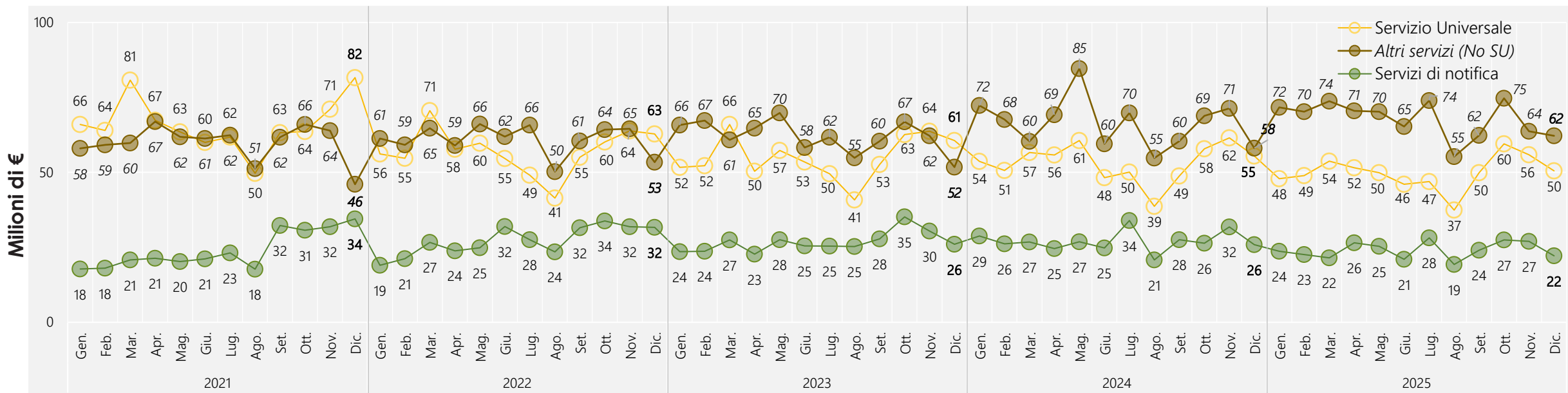
Nel grafico si riportano gli utenti unici della categoria costituita dai principali operatori che offrono in Italia servizi di video on demand prevalentemente gratuiti: MFE/Mediaset (Mediaset Infinity Sites e TGCOM 24 Sites gen.20 - apr.22; Mediaset.it Sites da mag. 22); Rai (RaiPlay; Rai News; Warner Bros. Discovery (Discovery Inc. set.20 - mag.23; Warner (TBS Entertainment Digital, fino a mag.23, Warner Bros. Discovery da giu.23); Comcast/Sky (Sky Free ToAir; Sky sport; Sky TG24, Sky Entertainment); Cairo Communication/La 7 (La7); Paramount Global/Viacom (Nickelodeon Kids and Family; MTV Italy); Rakuten Group (VIKI.COM); De Agostini (DEABYDAY.TV; DEAKIDS.IT); Mperience (VVVID.IT); A&E Television Networks Italy (A+E Networks Digital); Italia Sport Communication (SPORTITALIA.COM fino ad ago. 25; SPORTITALIA.IT da sett. 25); Rete Blu (TV2000.IT); Delta Pictures (POPCORNTV.IT); Fascino PGT (WITTYTV.IT).

Si fa presente che in ragione di scelte editoriali per alcuni siti e applicazioni (Mediaset Infinity Sites; Warner Bros. Discovery) non è possibile scorporare la parte dei VOD a pagamento)

Nel leggere la serie storica occorre considerare che non è più presente il tag in pagina sul sito di RaiPlay e di RaiNews, rispettivamente da febbraio 2021 e da novembre 2021.

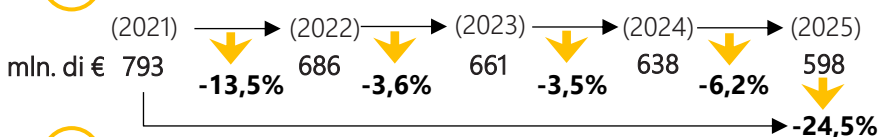
Il dato si riferisce al traffico Desktop e Mobile e non include il traffico da Connected TV.

3.2 SERVIZI POSTALI: RICAVI DA SERVIZI DI CORRISPONDENZA (andamento mensile)

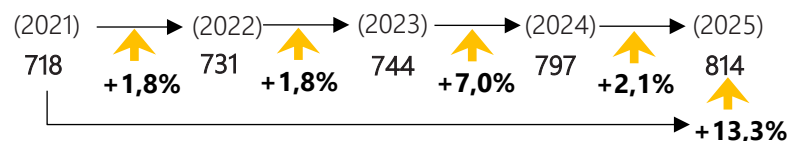


SERVIZIO UNIVERSALE

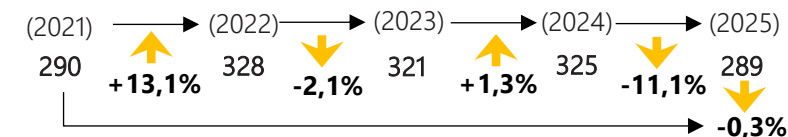
1 Valori cumulati da inizio anno (gen. - dic.)



ALTRI SERVIZI (NO SU)



SERVIZI DI NOTIFICHE



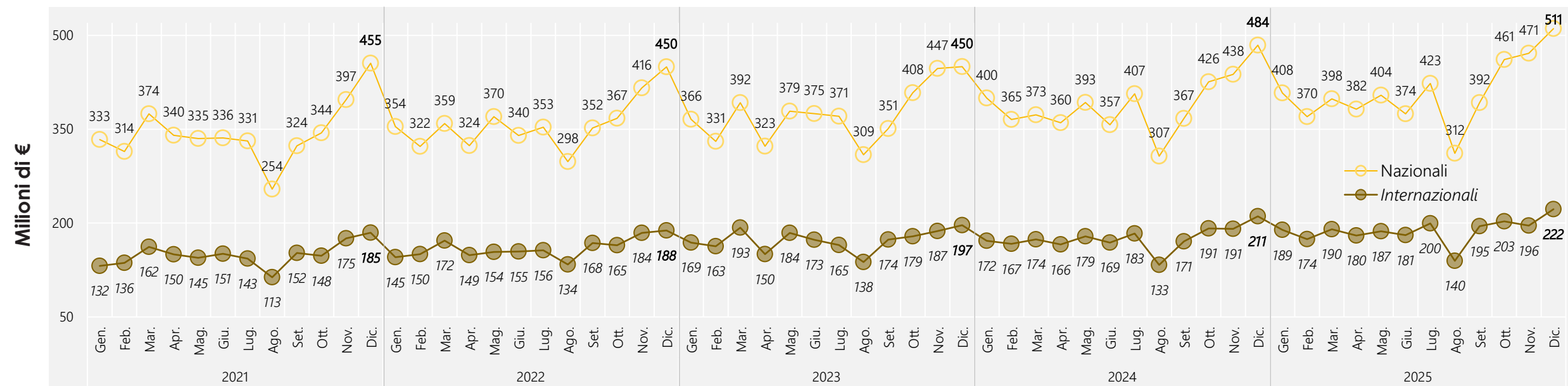
2 Confronto valori trimestrali (variazioni %)

	Annuale				Di periodo 21/25
	21/22	22/23	23/24	24/25	
Q 1 (gen.-mar.)	-13,9	-6,4	-5,3	-6,4	-28,6
Q 2 (apr.-giu.)	-9,8	-6,3	+2,1	-10,4	-22,7
Q 3 (lug.-set.)	-16,7	-1,8	-3,8	-2,4	-23,2
Q 4 (ott.-dic.)	-13,6	+0,1	-6,5	-5,1	-23,3

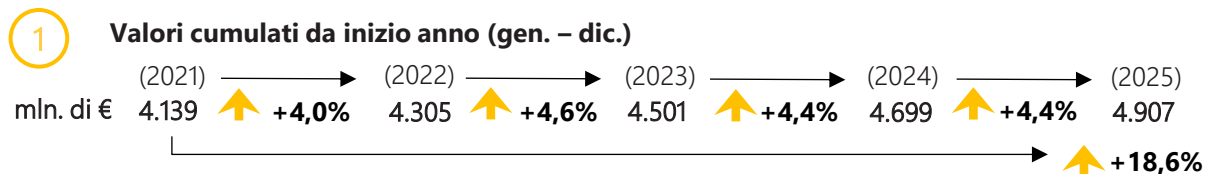
	Annuale				Di periodo 21/25
	21/22	22/23	23/24	24/25	
Q 1 (gen.-mar.)	+4,7	+4,6	+3,2	+7,8	+21,9
Q 2 (apr.-giu.)	-1,6	+3,1	+10,7	-3,4	+8,4
Q 3 (lug.-set.)	+0,7	+0,2	+4,6	+3,5	+9,2
Q 4 (ott.-dic.)	+3,6	-0,7	+9,7	+1,2	+14,1

	Annuale				Di periodo 21/25
	21/22	22/23	23/24	24/25	
Q 1 (gen.-mar.)	+18,2	+11,7	+9,8	-17,4	+19,8
Q 2 (apr.-giu.)	+28,7	-6,1	+0,6	-4,5	+16,2
Q 3 (lug.-set.)	+12,9	-4,9	+4,7	-13,0	-2,2
Q 4 (ott.-dic.)	+0,2	-5,9	-8,2	-8,9	-21,1

3.3 SERVIZI POSTALI: ANDAMENTO DEI RICAVI DA SERVIZI DI CONSEGNA PACCHI



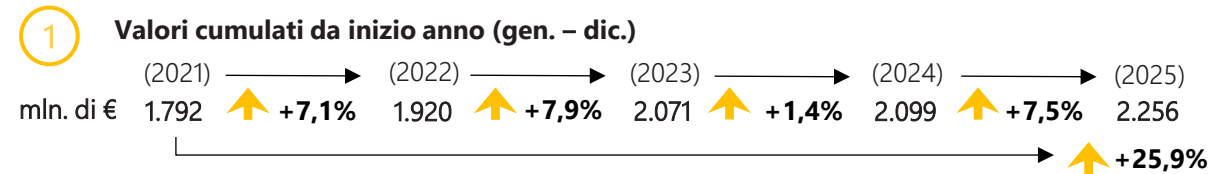
NAZIONALI



2 Confronto valori trimestrali (variazioni %)

	Annuale				Di periodo 2021/2025
	2021/2022	2022/2023	2022/2023	2023/2024	
Q 1 (gen.-mar.)	+1,3	+5,2	+4,5	+3,4	+15,1
Q 2 (apr.-giu.)	+2,2	+4,1	+4,4	+3,3	+14,7
Q 3 (lug.-set.)	+10,4	+2,8	+5,7	+3,4	+24,0
Q 4 (ott.-dic.)	+3,0	+5,9	+3,3	+7,1	+20,6

INTERNAZIONALI



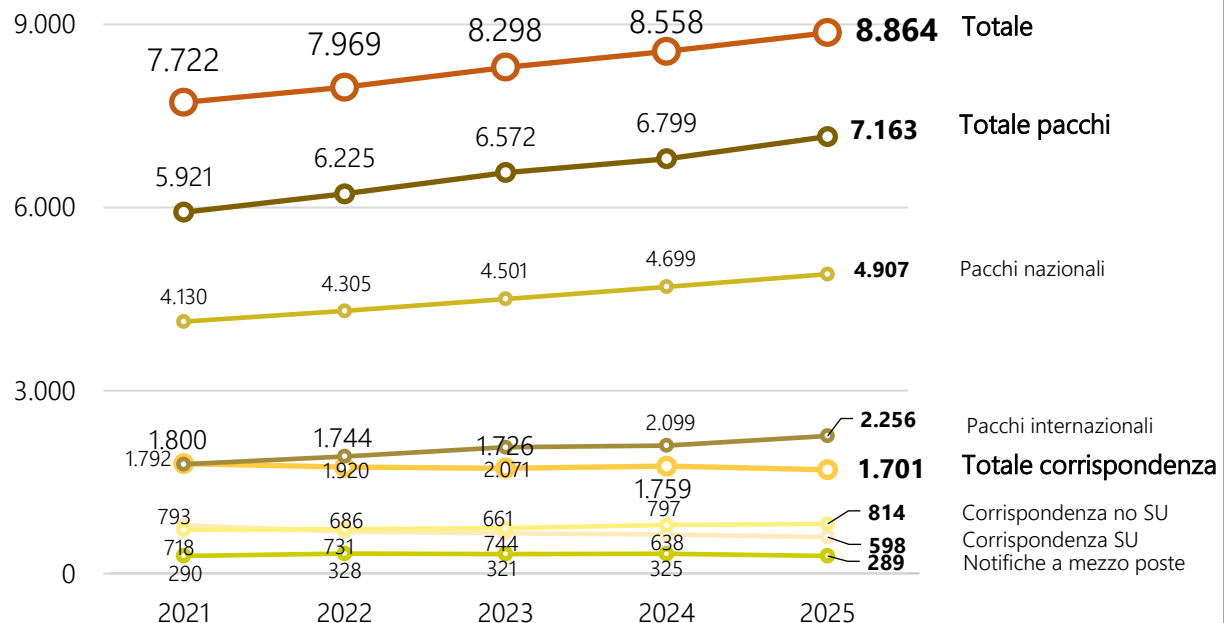
2 Confronto valori trimestrali (variazioni %)

	Annuale				Di periodo 2021/2025
	2021/2022	2022/2023	2022/2023	2023/2024	
Q 1 (gen.-mar.)	+8,8	+12,2	-2,3	+8,0	+28,7
Q 2 (apr.-giu.)	+2,6	+11,1	+0,7	+7,1	+22,9
Q 3 (lug.-set.)	+12,1	+3,9	+1,4	+10,6	+30,7
Q 4 (ott.-dic.)	+5,8	+4,7	+5,4	+4,7	+22,3

3.4 SERVIZI POSTALI: TREND STORICO DEI RICAVI

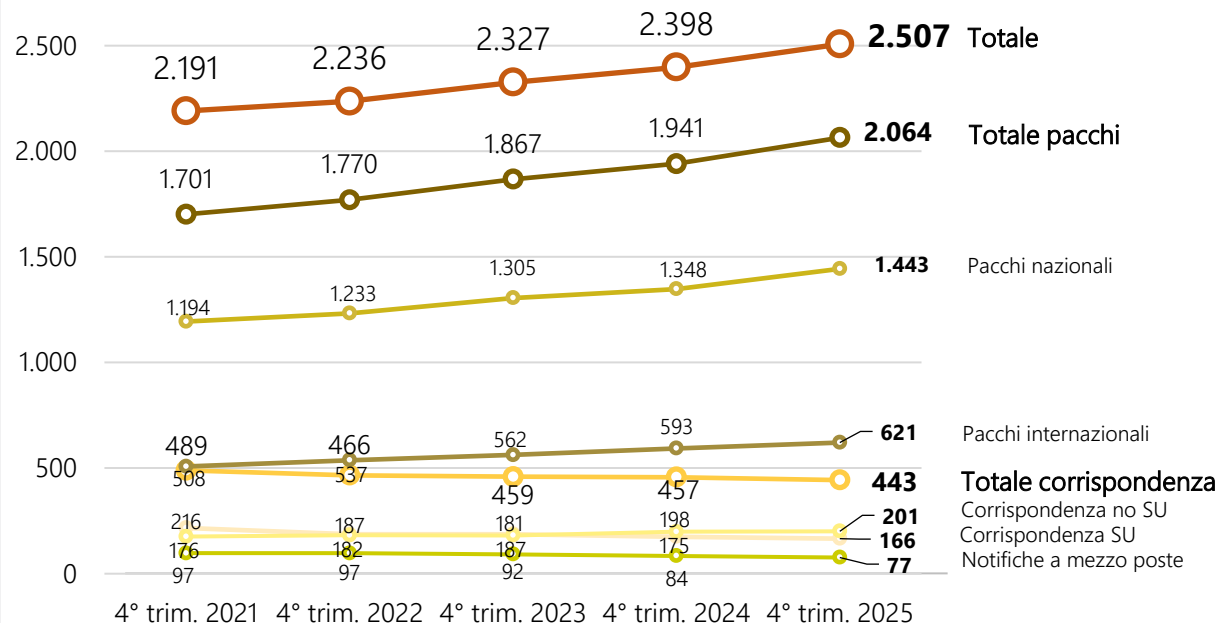
BASE ANNUALE (VALORI CUMULATI 12 MESI)

MILIONI DI €



BASE TRIMESTRALE

MILIONI DI €



Variazione in %

	(2021 – 2025)		(2024 – 2025)	
Totale:	+14,8	↑	+3,6	↑
Servizi di corrispondenza:	-5,5	↓	-3,3	↓
- Servizio Universale:	-24,5	↓	-6,2	↓
- No Servizio Universale:	+13,3	↑	+2,1	↑
- Notifiche a mezzo poste:	-0,3	↓	-11,1	↓
Servizi di consegna pacchi:	+21,0	↑	+5,4	↑
- Pacchi nazionali:	+18,8	↑	+4,4	↑
- Pacchi internazionali:	+25,9	↑	+7,5	↑

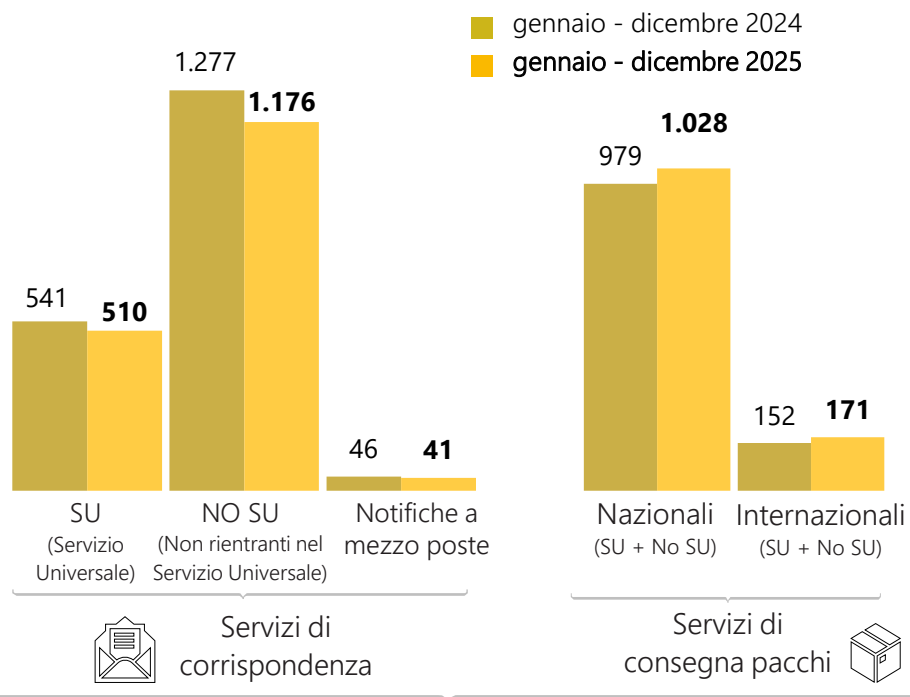
Variazione in %

	(4° trim. 2021 – 4° trim. 2025)		(4° trim. 2024 – 4° trim. 2025)	
Totale:	+14,4	↑	+4,6	↑
Servizi di corrispondenza:	-9,4	↓	-3,1	↓
- Servizio Universale:	-23,3	↓	-5,1	↓
- No Servizio Universale:	+14,1	↑	+1,2	↑
- Notifiche a mezzo poste:	-21,1	↓	-8,9	↓
Servizi di consegna pacchi:	+21,3	↑	+6,4	↑
- Pacchi nazionali:	+20,9	↑	+7,1	↑
- Pacchi internazionali:	+22,3	↑	+4,7	↑

3.5 SERVIZI POSTALI: ANDAMENTO DEI VOLUMI

VOLUMI COMPLESSIVI DA INIZIO ANNO

MILIONI DI INVII



-7,3



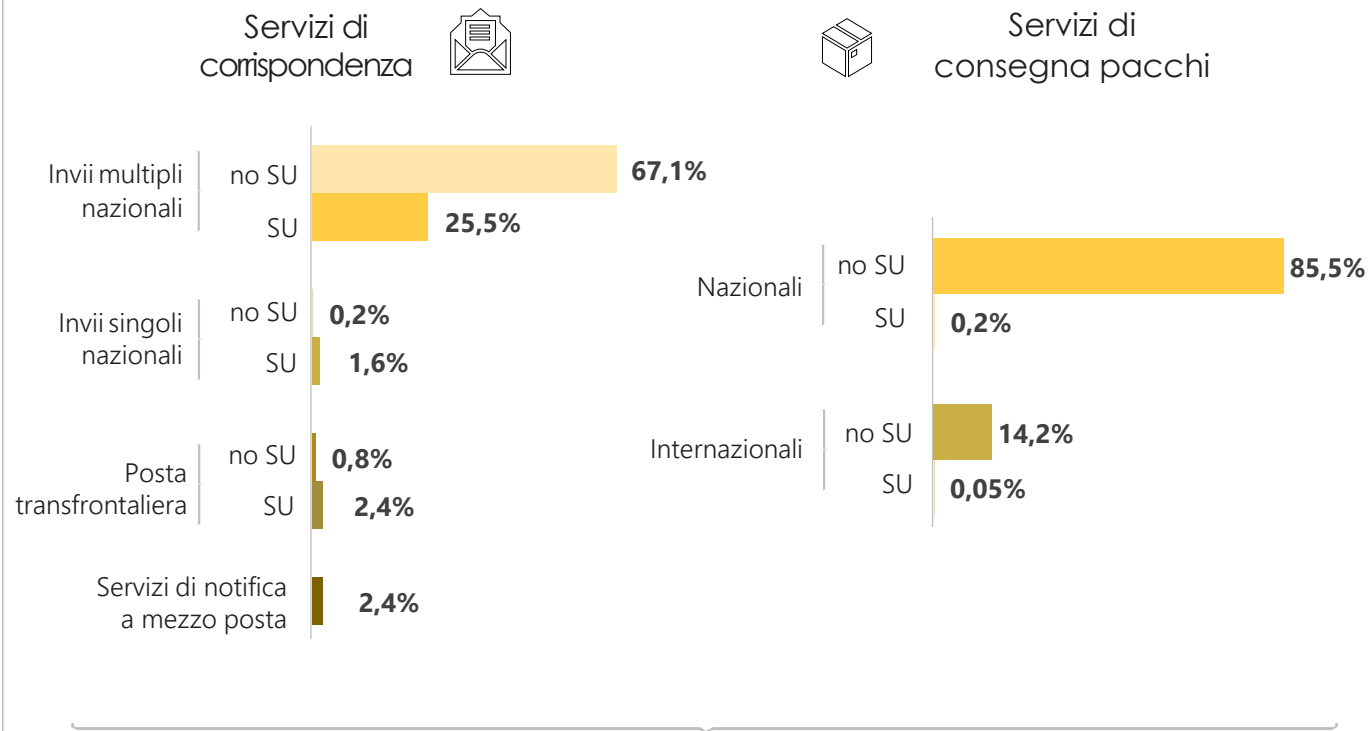
+5,9



Variazione annuale in %
(gen.- dic. 2024) – (gen.- dic. 2025)

RIPARTIZIONE DEI VOLUMI DA INIZIO ANNO (%)

(gennaio - dicembre 2025)



Variazione annuale in %
(gen. - dic. 2024) – (gen. - dic. 2025)

-6,8

Invii multipli nazionali

-14,3

Invii singoli nazionali

-14,7

Posta transfrontaliera

-9,2

Servizi di notifica a mezzo posta

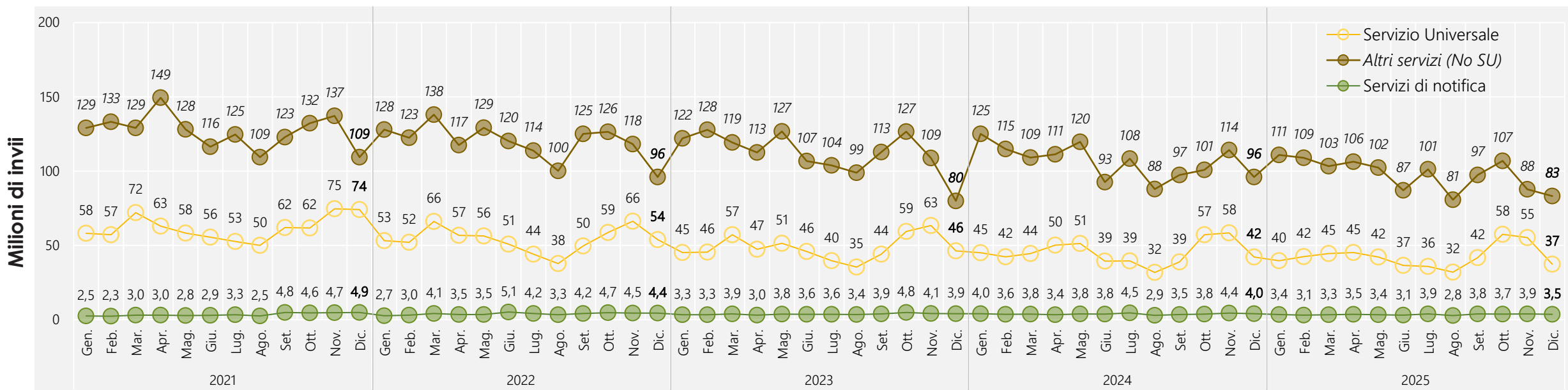
+4,9

Nazionali

+12,6

Internazionali

3.6 SERVIZI POSTALI: VOLUMI DA SERVIZI DI CORRISPONDENZA (andamento mensile)



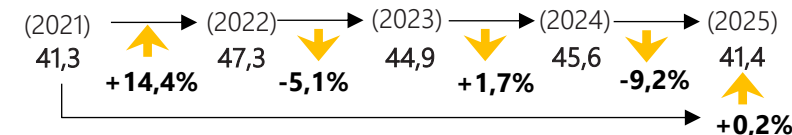
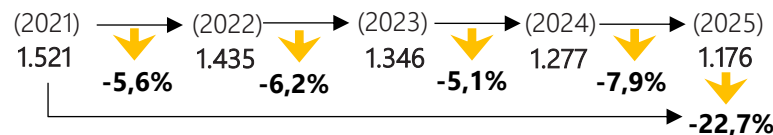
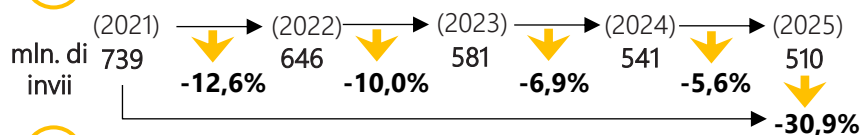
SERVIZIO UNIVERSALE

ALTRI SERVIZI (NO SU)

SERVIZI DI NOTIFICHE

1

Valori cumulati da inizio anno (gen. - dic.)



2

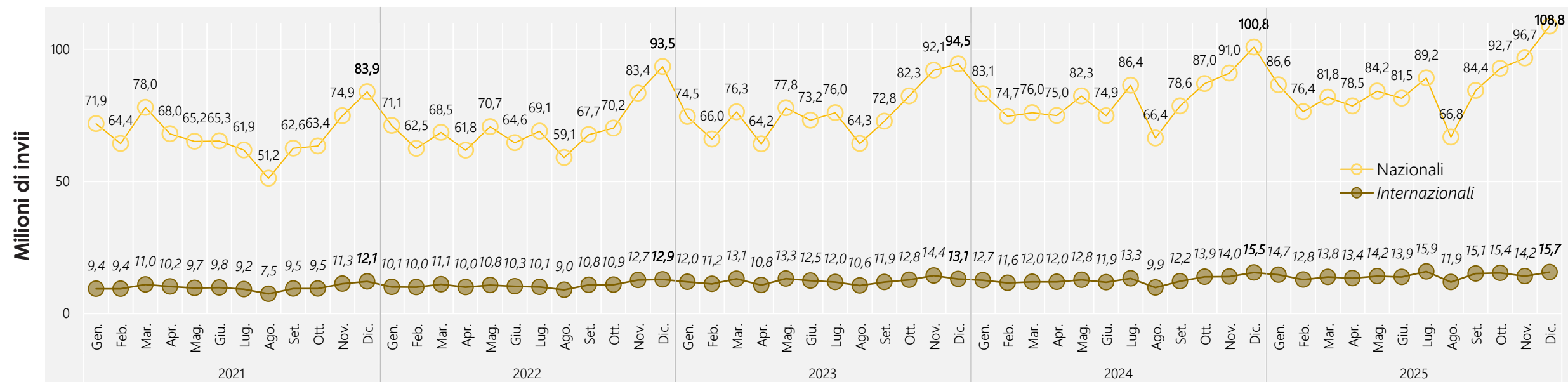
Confronto valori trimestrali (variazioni %)

	Annuale				Di periodo 21/25
	21/22	22/23	23/24	24/25	
Q 1 (gen.-mar.)	-8,5	-13,7	-10,9	-3,9	-32,4
Q 2 (apr.-giu.)	-7,1	-11,8	-2,6	-12,0	-29,9
Q 3 (lug.-set.)	-20,1	-9,3	-7,7	-0,4	-33,4
Q 4 (ott.-dic.)	-15,1	-5,4	-6,6	-4,9	-28,7

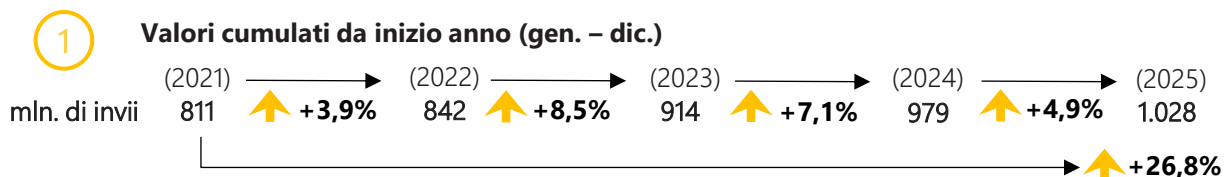
	Annuale				Di periodo 21/25
	21/22	22/23	23/24	24/25	
Q 1 (gen.-mar.)	-0,7	-5,0	-5,5	-7,3	-17,4
Q 2 (apr.-giu.)	-6,9	-5,7	-6,5	-8,6	-24,9
Q 3 (lug.-set.)	-5,0	-6,9	-6,9	-4,9	-21,7
Q 4 (ott.-dic.)	-10,0	-7,5	-1,3	-10,7	-26,6

	Annuale				Di periodo 21/25
	21/22	22/23	23/24	24/25	
Q 1 (gen.-mar.)	+25,0	+7,7	+8,7	-15,1	+24,2
Q 2 (apr.-giu.)	+39,1	-14,3	+5,2	-8,7	+14,5
Q 3 (lug.-set.)	+10,3	-5,9	-0,7	-3,8	-0,8
Q 4 (ott.-dic.)	-3,7	-5,4	-4,9	-9,0	-21,2

3.7 SERVIZI POSTALI: ANDAMENTI DEI VOLUMI DA SERVIZI DI CONSEGNA PACCHI



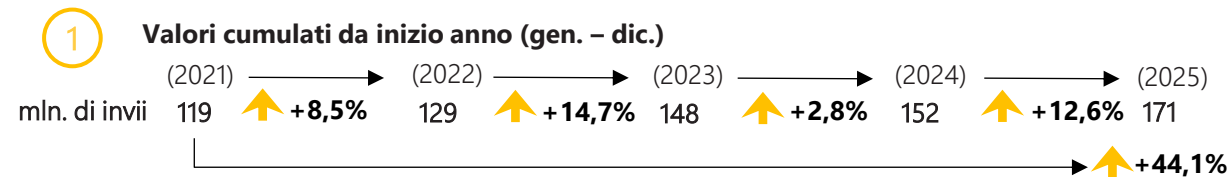
NAZIONALI



2 Confronto valori trimestrali (variazioni %)

	Annuale				Di periodo 2021/2025
	2021/2022	2022/2023	2022/2023	2023/2024	
Q 1 (gen.-mar.)	-5,6	+7,3	+7,8	+4,7	+14,3
Q 2 (apr.-giu.)	-0,7	+9,2	+8,8	+4,3	+23,0
Q 3 (lug.-set.)	+11,5	+8,9	+9,1	+3,3	+36,9
Q 4 (ott.-dic.)	+11,2	+8,8	+3,7	+7,0	+34,2

INTERNAZIONALI



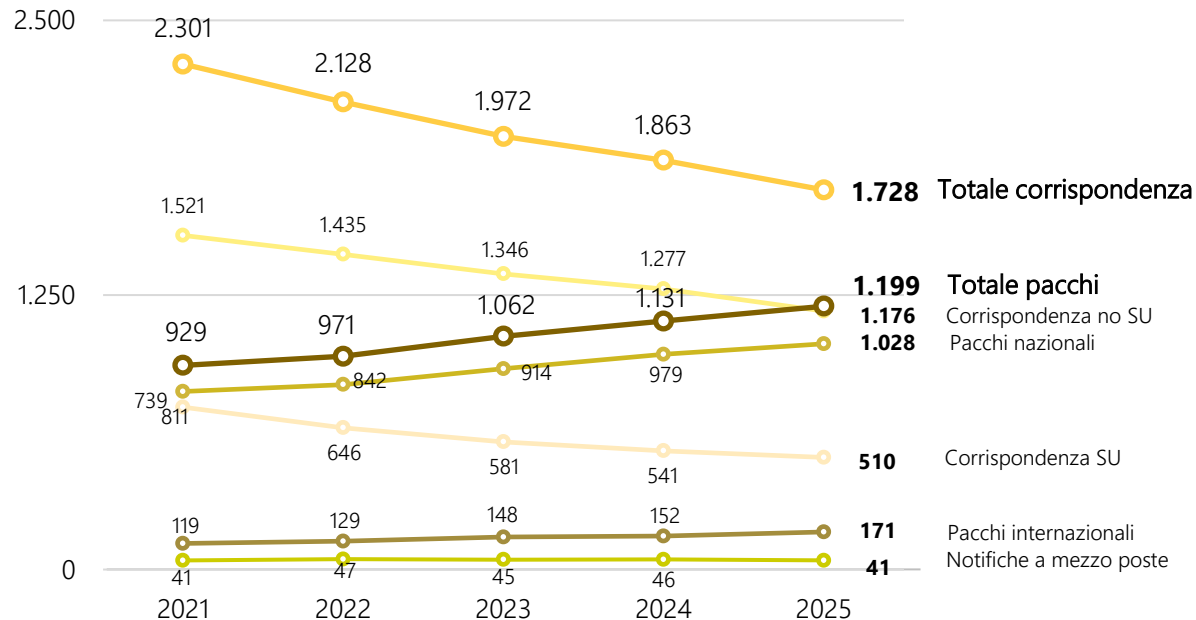
2 Confronto valori trimestrali (variazioni %)

	Annuale				Di periodo 2021/2025
	2021/2022	2022/2023	2022/2023	2023/2024	
Q 1 (gen.-mar.)	+4,7	+16,7	-0,3	+14,0	+38,9
Q 2 (apr.-giu.)	+4,4	+17,5	+0,4	+12,9	+39,1
Q 3 (lug.-set.)	+14,5	+15,2	+2,7	+21,2	+64,3
Q 4 (ott.-dic.)	+10,8	+10,2	+7,9	+4,2	+37,4

3.8 SERVIZI POSTALI: TREND STORICO DEI VOLUMI

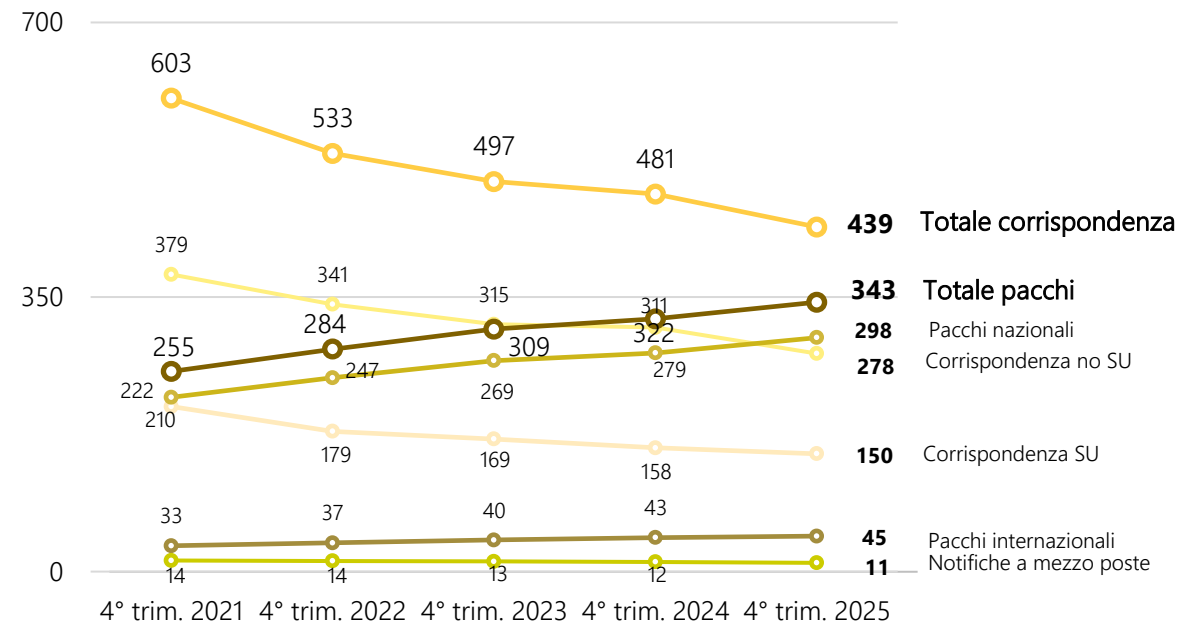
BASE ANNUALE (VALORI CUMULATI 12 MESI)

MILIONI DI INVII



BASE TRIMESTRALE

MILIONI DI INVII



Variazione in %

(2021 – 2025)

(2024 – 2025)

Servizi di corrispondenza:

- Servizio Universale:

-24,9 ↓

-7,3 ↓

- No Servizio Universale:

-30,9 ↓

-5,6 ↓

- Notifiche a mezzo poste:

-22,7 ↓

-7,9 ↓

+0,2 ↑

+0,2 ↑

-9,2 ↓

Servizi di consegna pacchi:

- Pacchi nazionali:

+29,0 ↑

+5,9 ↑

- Pacchi internazionali:

+26,8 ↑

+4,9 ↑

+44,1 ↑

+12,6 ↑

Variazione in %

(4° trim. 2021 – 4° trim 2025)

(4° trim. 2024 – 4° trim 2025)

Servizi di corrispondenza:

- Servizio Universale:

-27,2 ↓

-8,7 ↓

- No Servizio Universale:

-28,7 ↓

-4,9 ↓

- Notifiche a mezzo poste:

-26,6 ↓

-10,7 ↓

-21,2 ↓

-9,0 ↓

Servizi di consegna pacchi:

- Pacchi nazionali:

+34,6 ↑

+6,6 ↑

- Pacchi internazionali:

+34,2 ↑

+7,0 ↑

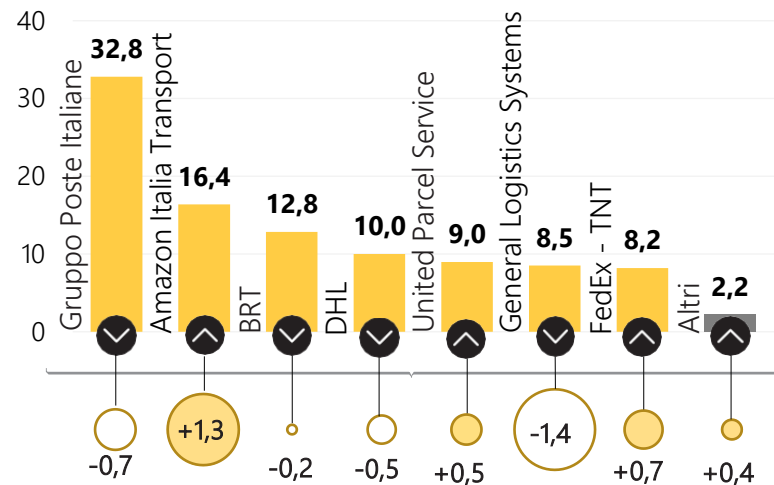
+37,4 ↑

+4,2 ↑

3.9 SERVIZI POSTALI: IL QUADRO CONCORRENZIALE

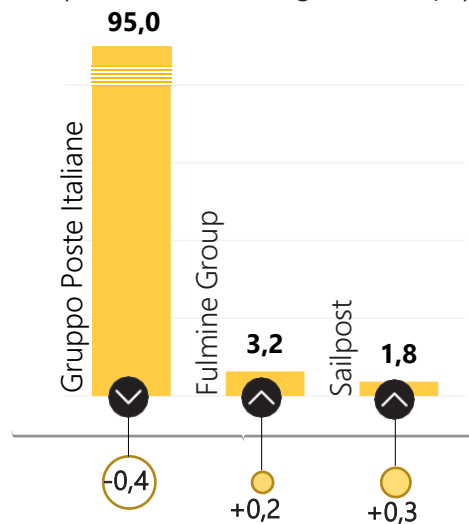
GENNAIO – DICEMBRE 2025, IN % DEI RICAVI TOTALI (Servizio Universale + Servizio non Universale)

SERVIZI DI CORRISPONDENZA E CONSEGNA PACCHI



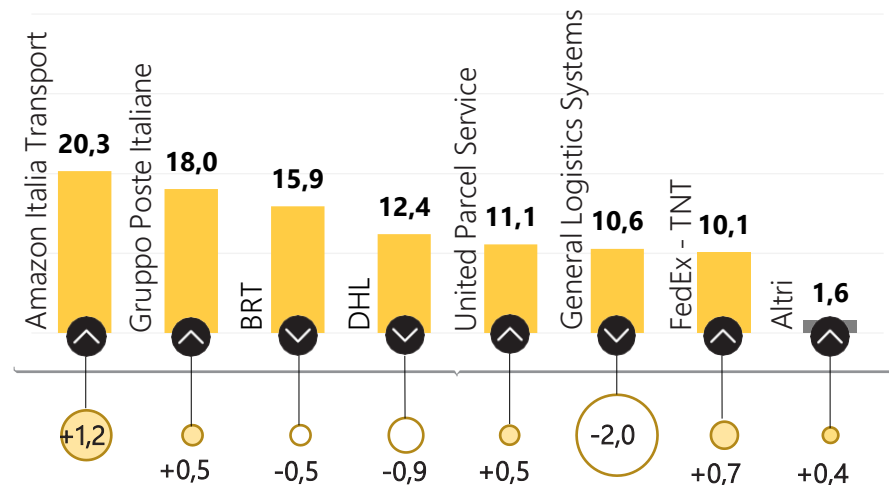
SERVIZI DI CORRISPONDENZA

(includono invii singoli e multipli)



SERVIZI DI CONSEGNA PACCHI

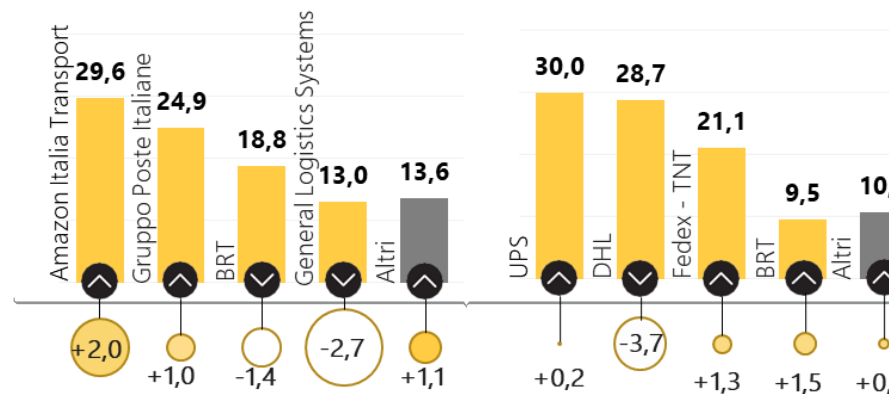
(includono nazionali e internazionali)



Differenza vs. gen. – dic. 2024 (punti percentuali)

-di cui nazionali

-di cui internazionali

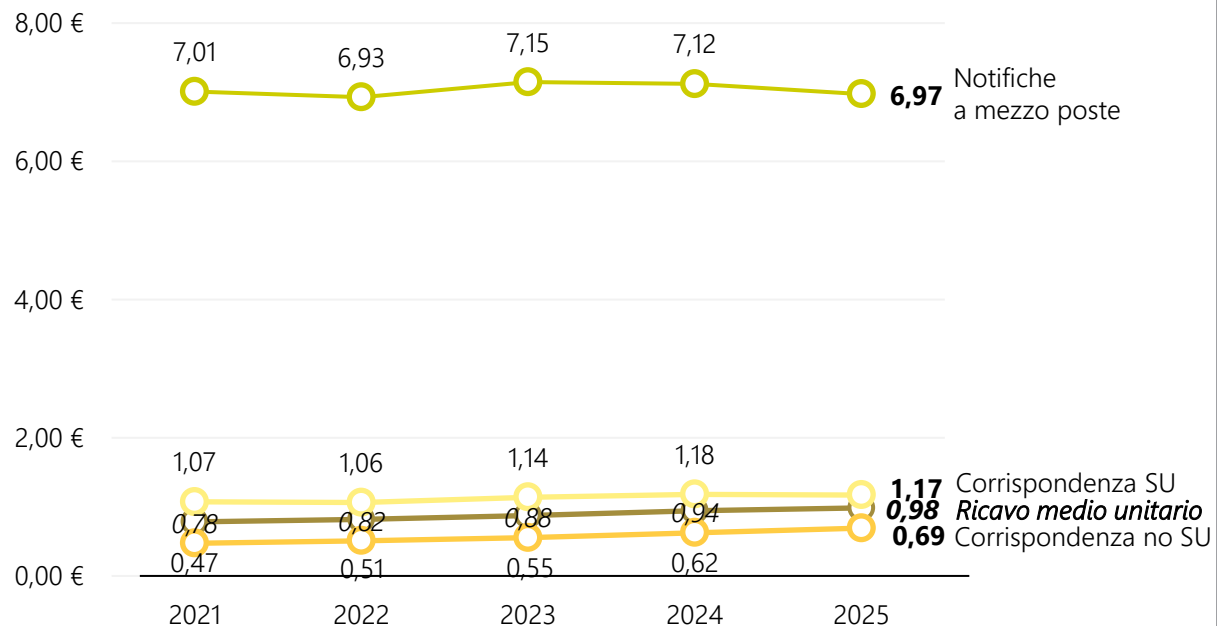


Differenza vs. gen. – dic. 2024 (punti percentuali)

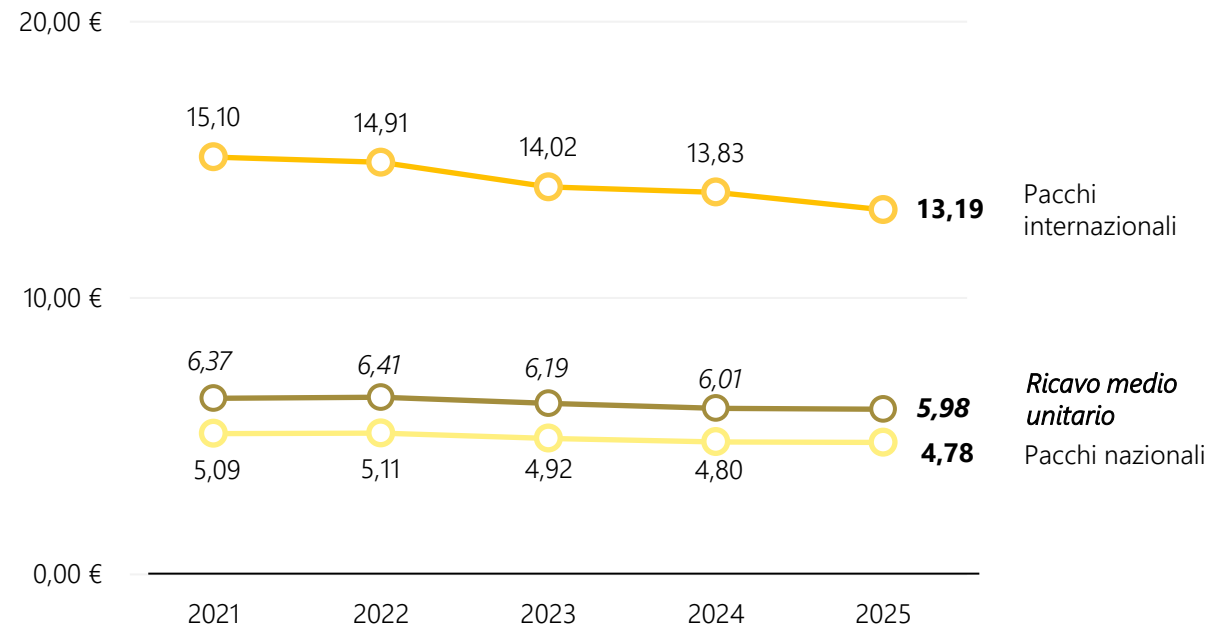
Nota: i dati del Gruppo Poste Italiane comprendono quelli di Poste Italiane S.p.a e delle società appartenenti al gruppo, Nexive Group S.r.l. e SDA Express Courier S.p.A.

3.10 SERVIZI POSTALI: TREND STORICO DEI RICAVI UNITARI (media degli ultimi 12 mesi)

SERVIZI DI CORRISPONDENZA



SERVIZI DI CONSEGNA PACCHI



Variazione in %

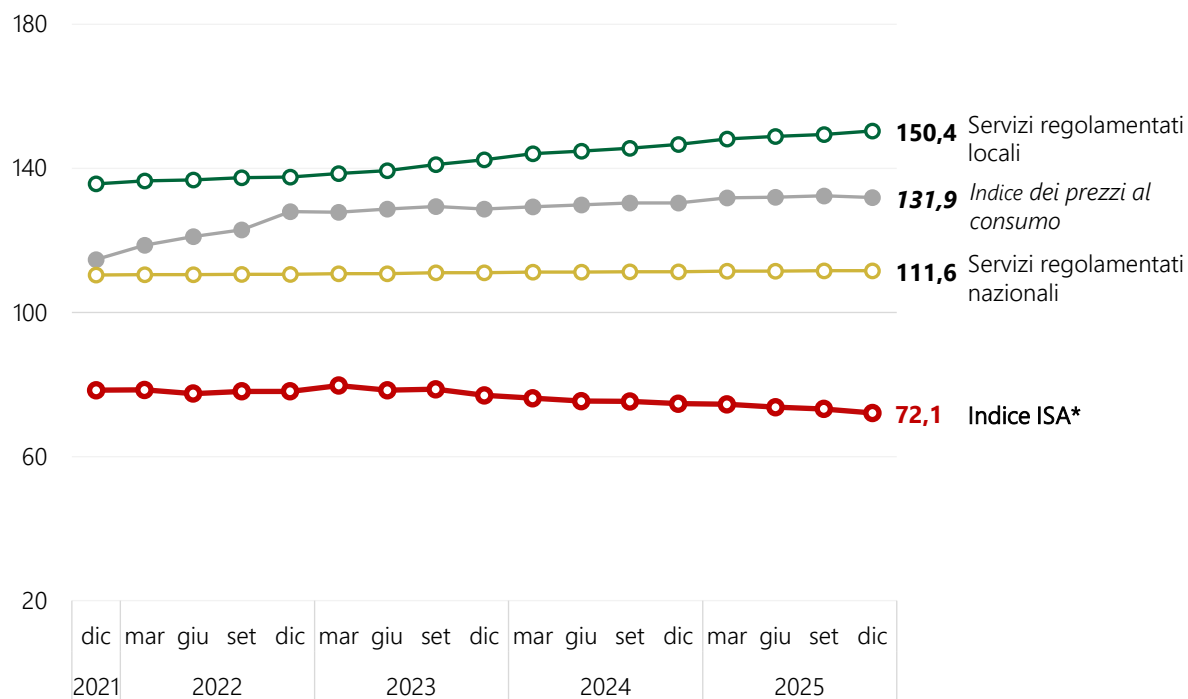
	(2021 – 2025)		(2024 – 2025)	
Ricavo medio unitario:	+25,8	↑	+4,3	↑
Corrispondenza SU:	+9,3	↑	-0,7	↓
Corrispondenza no SU:	+46,5	↑	+10,9	↑
Notifiche a mezzo poste:	-0,5	↓	-2,0	↓

Variazione in %

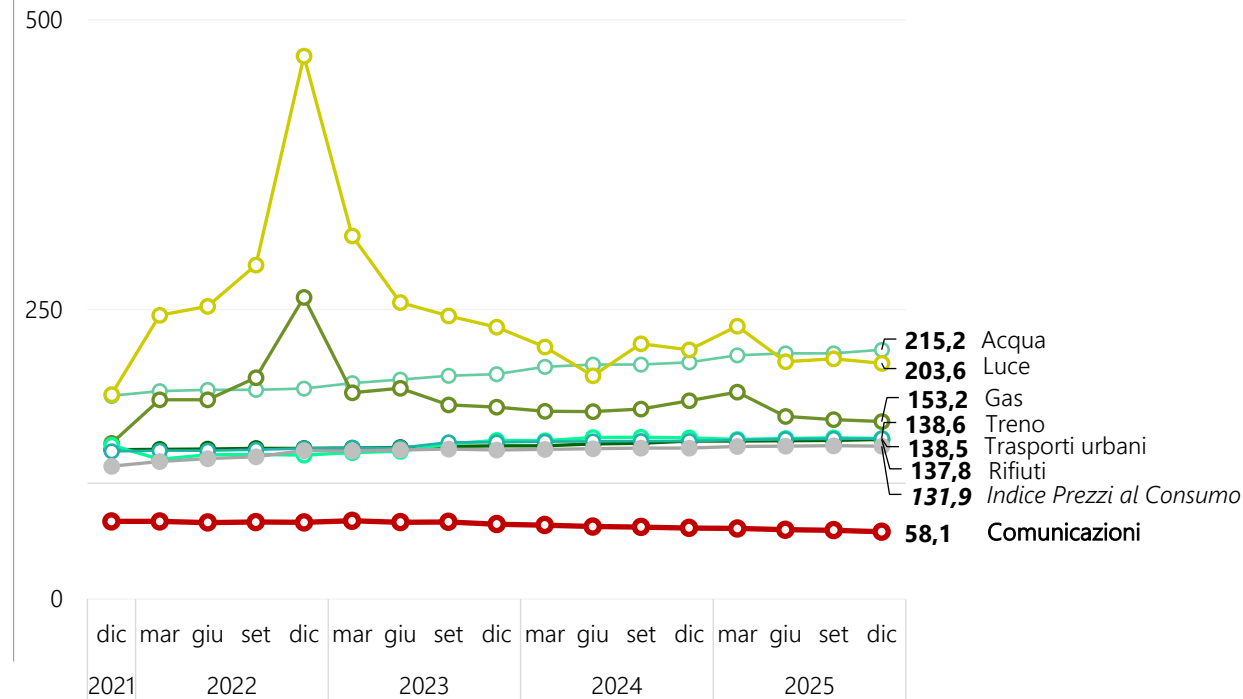
	(2021 – 2025)		(2024 – 2025)	
Ricavo medio unitario:	-6,2	↓	-0,6	↓
Pacchi internazionali:	-12,6	↓	-4,6	↓
- SU:	+13,9	↑	+0,3	↑
- No SU:	-12,6	↓	-4,5	↓
Pacchi nazionali:	-6,3	↓	-0,5	↓
- SU:	+18,8	↑	+3,6	↑
- No SU:	-6,3	↓	-0,4	↓

4.1 PREZZI: INDICI GENERALI E PRINCIPALI UTILITIES (2010=100)

INDICI PREZZI GENERALI



INDICI PREZZI UTILITIES



Fonte: Istat ed elaborazioni Agcom

	Variazione in %	
	(2021 - 2025)	(2024 - 2025)
ISA (Indice Sintetico Agcom):	-8,0 ↓	-3,5 ↓
Indice dei prezzi al consumo:	+15,0 ↑	+1,2 ↑
Servizi regolamentati locali:	+10,8 ↑	+2,5 ↑
Servizi regolamentati nazionali:	+1,1 ↑	+0,3 ↑

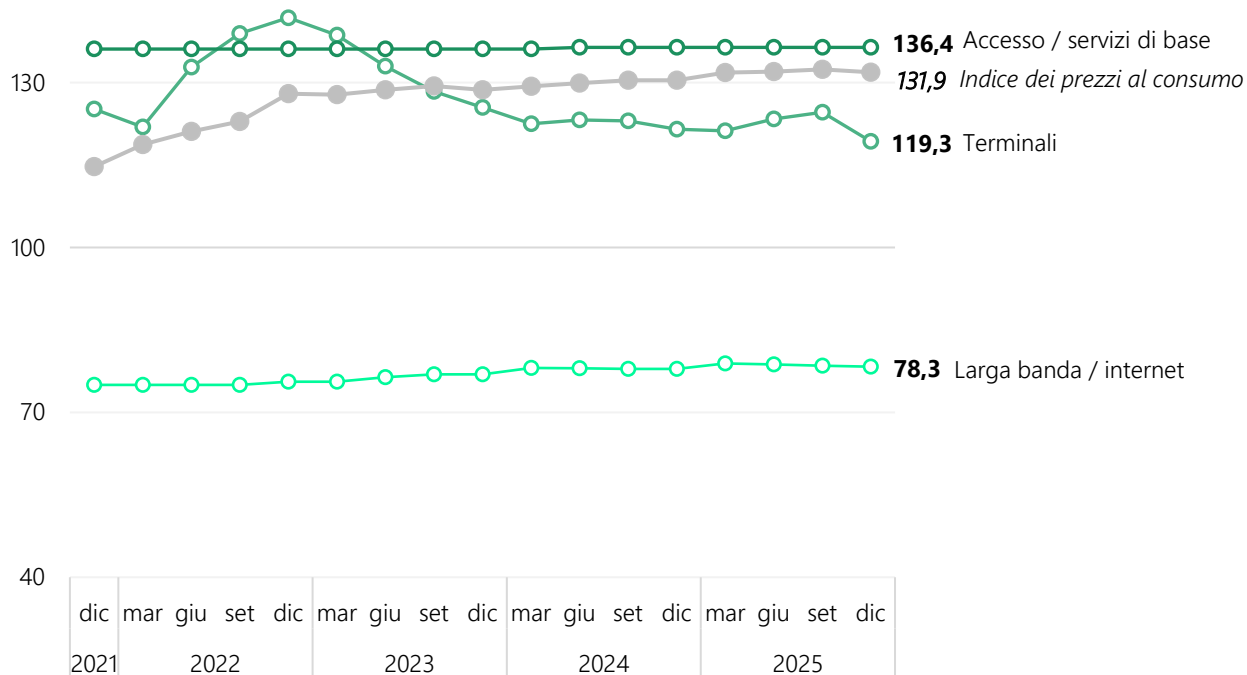
	Variazione in %		Variazione in %	
	(2021 - 2025)	(2024 - 2025)	(2021 - 2025)	(2024 - 2025)
Acqua (04.4.1):	+22,6 ↑	+5,2 ↑	Treno (07.3.1):	+4,4 ↑ / -0,4 ↓
Rifiuti (04.4.2):	+6,9 ↑	+1,0 ↑	Trasporti urbani (07.3.2.1.1):	+8,6 ↑ / +1,5 ↑
Luce (04.5.1):	+15,3 ↑	-5,4 ↓	Comunicazioni (08):	-13,3 ↓ / -5,2 ↓
Gas (04.5.2):	+4,4 ↑	-0,4 ↓		

(*) Nota: l'Indice Sintetico Agcom (ISA) include i servizi postali, gli apparecchi ed i servizi per la telefonia fissa e mobile, il canone radiotelevisivo (fino a dicembre 2017), la pay tv, l'editoria quotidiana e periodica, per complessive 10 distinte voci.

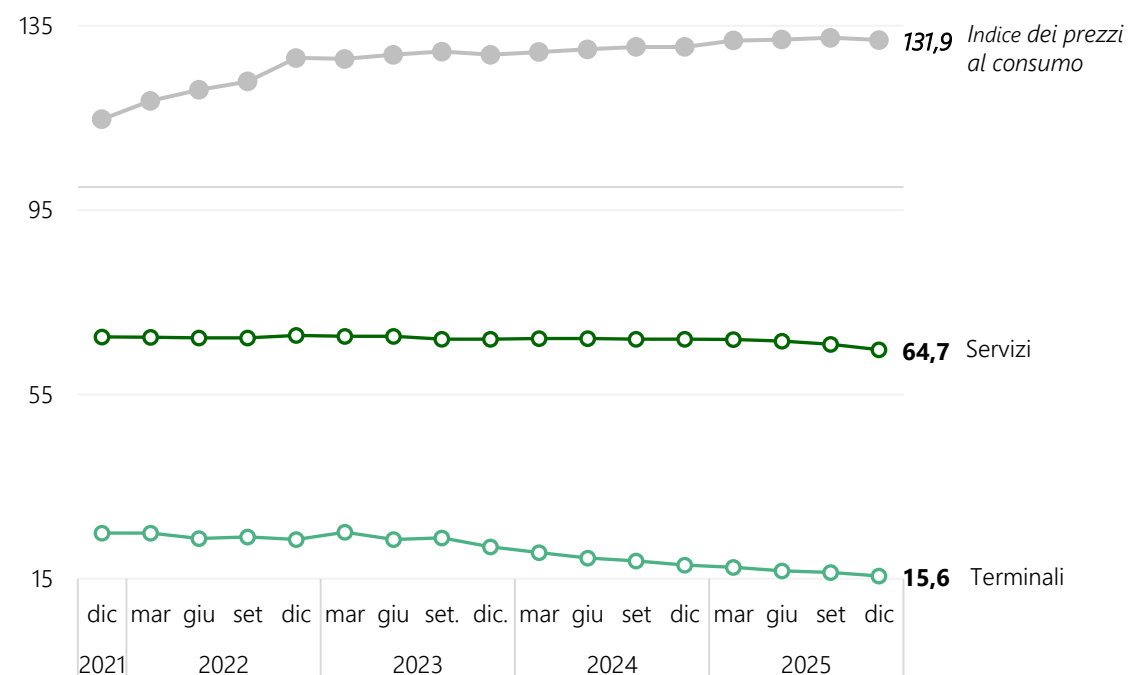
(Codice COICOP - Classification of Individual Consumption by Purpose)

4.2 PREZZI: TELEFONIA FISSA E MOBILE (2010=100)

INDICI PREZZI TELEFONIA FISSA



INDICI PREZZI TELEFONIA MOBILE



Fonte: Istat ed elaborazioni Agcom

Variazione in %

	(2021 - 2025)	(2021 - 2025)
Accesso / servizi di base (08.3.0.1):	+0,2 ▲	= ◀▶
Terminali (08.2.0.1):	-4,7 ▼	-3,2 ▼
Larga banda / internet (08.3.0.3.0.07):	+4,4 ▲	+0,5 ▲

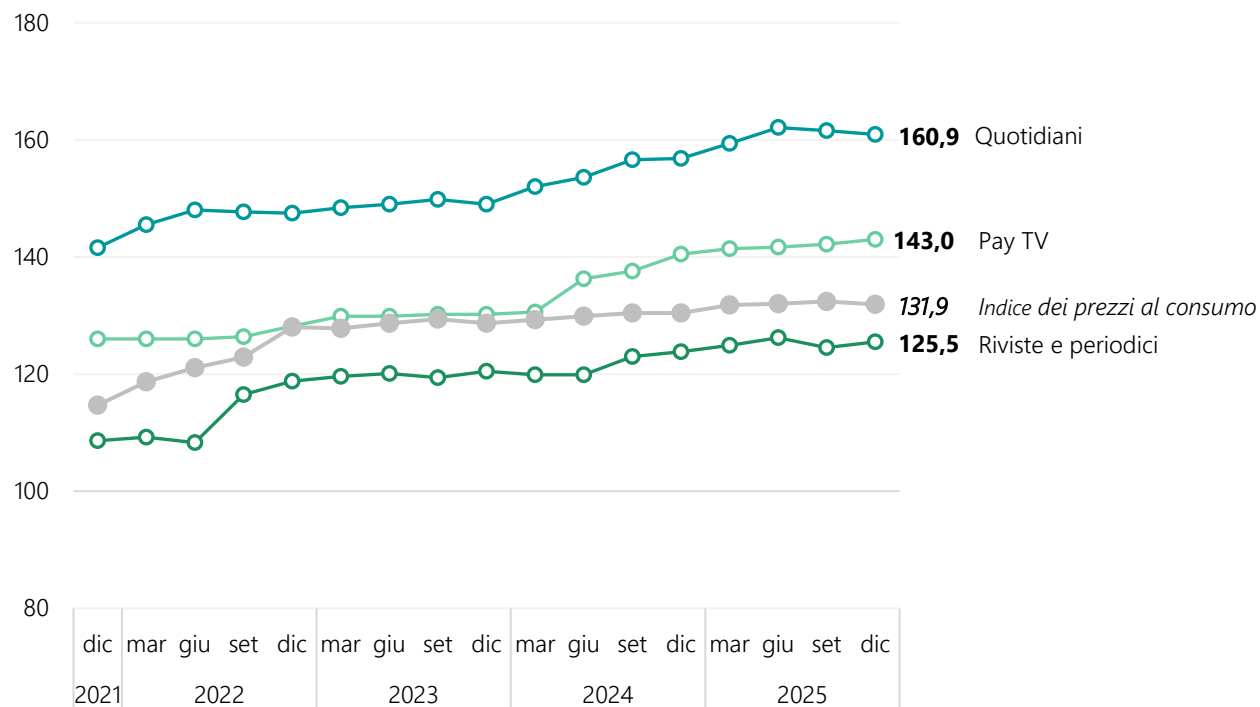
Variazione in %

	(2021 - 2025)	(2021 - 2025)
Servizi (08.3.0.2):	-4,1 ▼	-3,4 ▼
Terminali (08.2.0.2):	-37,3 ▼	-13,3 ▼

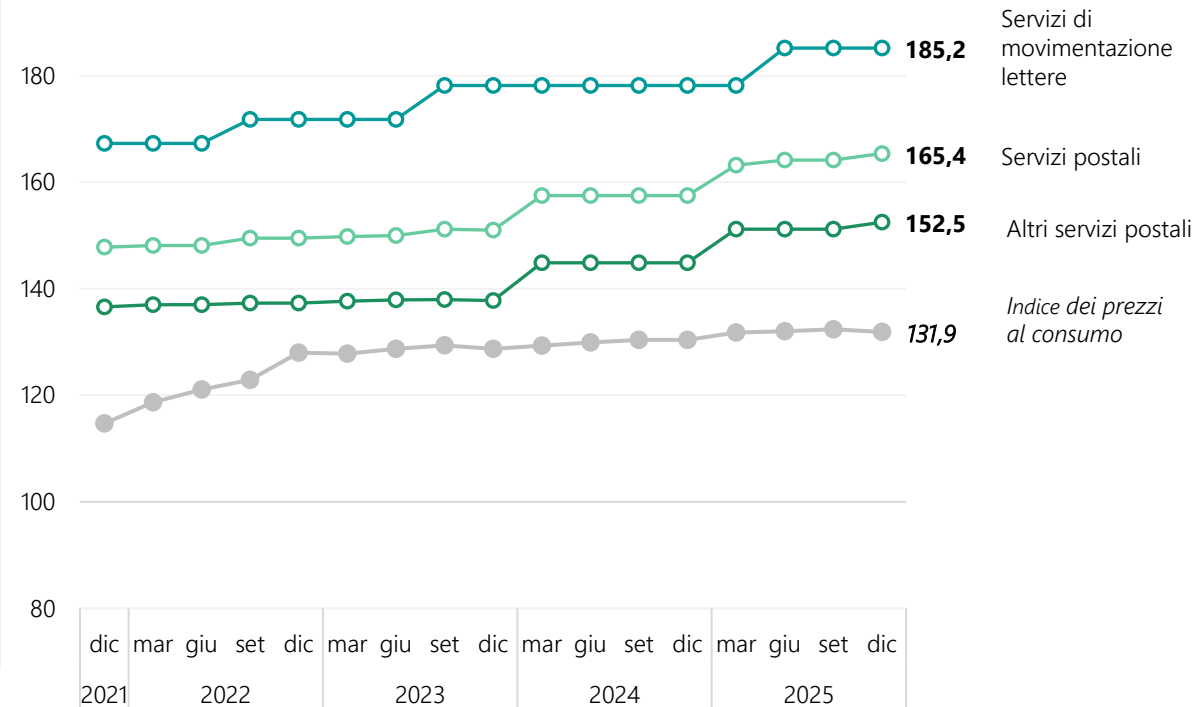
(Codice COICOP - Classification of Individual Consumption by Purpose)

4.3 PREZZI: QUOTIDIANI, PERIODICI, TV E SERVIZI POSTALI (2010=100)

INDICI PREZZI QUOTIDIANI, PERIODICI E TV



INDICI PREZZI SERVIZI POSTALI



Fonte: Istat ed elaborazioni Agcom

Variazione in %

	(2021 - 2025)	(2024 - 2025)
Quotidiani (09.5.2.1.0):	+13,6 ↑	+2,6 ↑
Pay TV (09.4.2.3.0.02):	+13,5 ↑	+1,8 ↑
Riviste e periodici (09.5.2.2.0):	+15,6 ↑	+1,4 ↑

Variazione in %

	(2021 - 2025)	(2021 - 2025)
Servizi postali (08.1):	+11,9 ↑	+5,0 ↑
Servizi di movimentazione lettere (08.1.0.1.0.00):	+10,7 ↑	+3,9 ↑
Altri servizi postali (08.1.0.9.0.00):	+11,6 ↑	+5,2 ↑

(Codice COICOP - Classification of Individual Consumption by Purpose)

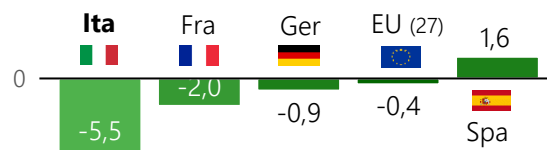
4.4 PREZZI: DINAMICHE IN EUROPA

COMUNICAZIONI ELETTRONICHE

(COICOP 08.2 - 08.3)

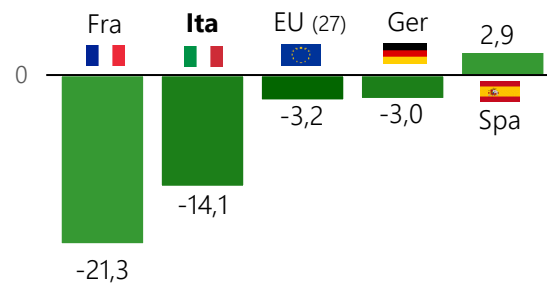
**Variazione %
(1 anno)**

Dic. 2024
-
Dic. 2025



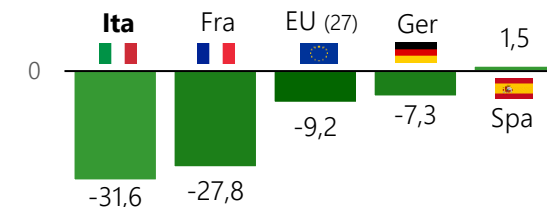
**Variazione %
(5 anni)**

Dic. 2021
-
Dic. 2025



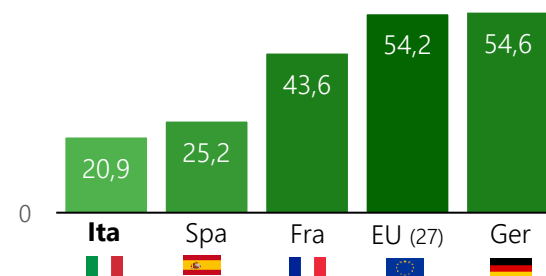
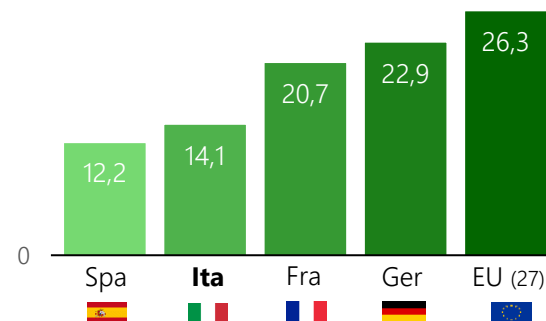
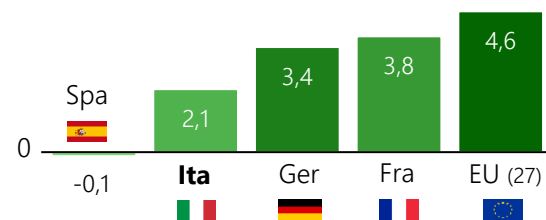
**Variazione %
(10 anni)**

Dic. 2016
-
Dic. 2025



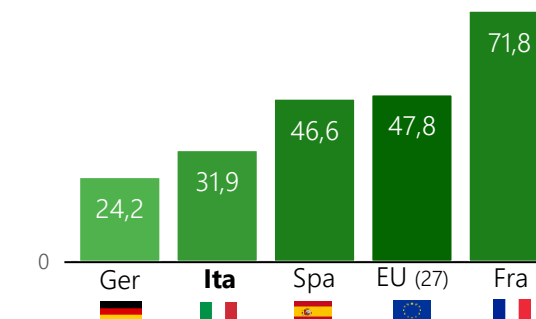
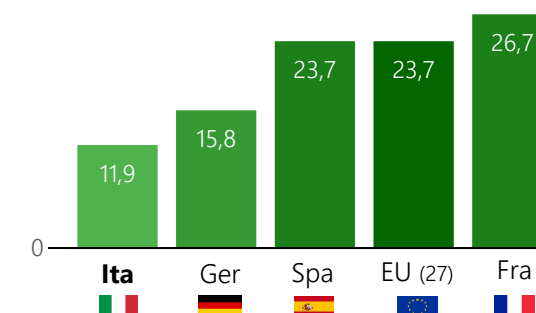
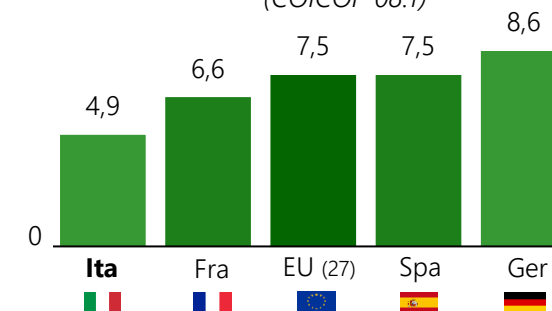
QUOTIDIANI E PERIODICI

(COICOP 09.5.2)



SERVIZI POSTALI*

(COICOP 08.1)



*: per la Spagna valore stimato.



OSSERVATORIO SULLE COMUNICAZIONI

N.1/2026

Per informazioni: Servizio studi e analisi tecniche - segreteria.sat@agcom.it

Roma

Via Isonzo 21/b -00198

Napoli

Centro Direzionale Isola B5 -80143