AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI
AGCOM

OSSERVATORIO SULLE COMUNICAZIONI

N. 2/2026

INDICE

RA IL VALORE DEL SETTORE DELLE COMUNICAZIONI (Relazione Annuale 2025)

RA.1 I ricavi negli ambiti di competenza AGCOM per **segmento** (2021 -2025)

RA.2 I ricavi negli ambiti di competenza AGCOM per **tipologia** (2021 -2025)

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 frutto di elaborazioni e 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), le informazioni esposte fanno riferimento ad elaborazioni su dati dell'Autorità e da fonte esterna (Auditel, ADS, Audicom 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 marzo 2026. 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 fatte dalle imprese e di affinamenti nelle metodologie di elaborazione e stima.

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 Traffico dati in download e upload
1.5 Traffico dati giornaliero (download + upload)
1.6 Traffico dati, intensità dei flussi settimanali

Rete mobile

1.7 Linee complessive
1.8 Sim human per tipologia di clientela
1.9 Sim human per tipologia di contratto
1.10 Traffico dati in download e upload
1.11 Traffico dati giornaliero (download + upload)
1.12 Traffico dati, intensità dei flussi settimanali

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 nazionali (da inizio anno)
2.5 Tempo speso dagli utenti dei 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 giornaliere vendute da inizio anno (1/2)
2.9 Copie giornaliere 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)

04 I PREZZI DEI SERVIZI DI COMUNICAZIONE

4.1 Indice generale, principali utilities, telefonia fissa, mobile e servizi internet
4.2 Quotidiani, periodici, TV e servizi postali
4.3 Dinamiche in Europa

RA-1: I RICAVI NEGLI AMBITI DI COMPETENZA AGCOM PER SEGMENTO (2021 -2025)

Ricavi in MILIARDI di €	2021	2022	2023	2024	2025	VARIAZIONI in mld. di € 25/24	VARIAZIONI in mld. di € 25/21	VARIAZIONI in % 25/24	VARIAZIONI in % 25/21	DISTRIBUZIONE % 2021	DISTRIBUZIONE % 2025	DISTRIBUZIONE % Diff. p.p.
Comunicazioni elettroniche	27,85	26,94	27,10	28,25	29,53	1,28	1,68	+4,5	+6,0	52,6	50,2	-2,4
- Rete fissa	15,45	15,39	16,03	17,19	18,54	1,35	3,09	+7,9	+20,0	29,2	31,5	+2,3
- Rete mobile	12,40	11,55	11,07	11,06	10,99	-0,07	-1,41	-0,6	-11,4	23,4	18,7	-4,8
Media	11,64	11,66	11,70	12,12	12,05	-0,07	0,41	-0,6	+3,5	22,0	20,5	-1,5
- Televisione	8,02	8,05	8,24	8,88	8,93	0,06	0,91	+0,6	+11,4	15,2	15,2	0,0
- Radio	0,58	0,61	0,64	0,62	0,63	0,01	0,05	+1,6	+9,2	1,1	1,1	0,0
- Editoria (quotidiani e periodici)	3,04	3,00	2,82	2,62	2,48	-0,14	-0,55	-5,2	-18,2	5,7	4,2	-1,5
Pubblicità online	5,54	6,31	7,08	7,94	8,42	0,47	2,88	+6,0	+52,0	10,5	14,3	+3,8
Servizi postali	7,90	8,15	8,43	8,59	8,84	0,25	0,94	+2,9	+11,9	14,9	15,0	+0,1
- Servizi di corrispondenza	1,76	1,74	1,73	1,77	1,71	-0,06	-0,05	-3,2	-2,7	3,3	2,9	-0,4
- Pacchi	6,14	6,41	6,70	6,82	7,13	0,31	0,99	+4,5	+16,1	11,6	12,1	+0,5
TOTALE	*52,93*	*53,06*	*54,31*	*56,90*	*58,84*	1,93	5,91	+3,4	+11,2	100,0	100,0	

1. Nel 2025 il valore complessivo dei ricavi nei **settori di competenza AGCOM** è stimabile in 58,84 mld. di €, in aumento del 3,4% (+1,93 mld. di €) su base annua

2. Il settore delle **Comunicazioni elettroniche** mostra una ripresa (+1,28 mld. di € su base annua) quale effetto di due dinamiche contrastanti: la riduzione dei ricavi da rete mobile (-68 mln. di €) è più che compensate dalla crescita dei ricavi da rete fissa (+1,35 mld. di €)

3. Nel settore dei **Media** (-72 mln. di € su base annua), il comparto televisivo mostra ricavi stabili (+0,6%, +55 mln. di €), mentre risultano in crescita quelli della radio (+1,6%, +10 mln. di €) e in riduzione quelli dell'editoria (-5,2%, -137 mln. di €)

4. Le risorse afferenti al settore della **Pubblicità online** proseguono la loro crescita (6,0% su base annua pari a +474 mln. di €.)

5. Nel **Settore postale** (+249 mln. di € su base annua) la crescita dei ricavi è principalmente ascrivibile al segmento dei servizi di consegna pacchi (+306 mln. di €), mentre una leggera riduzione si registra nel segmento dei servizi di corrispondenza (-57 mln. di €)

Fonte: Relazione Annuale 2026 sull'attività svolta e sui programmi di lavoro

RA-2: I RICAVI NEGLI AMBITI DI COMPETENZA AGCOM PER TIPOLOGIA (2021 -2025)

Ricavi in MILIARDI DI €	2021	2022	2023	2024	2025	VARIAZIONI in mld. di € 25/24	VARIAZIONI in mld. di € 25/21	VARIAZIONI in % 25/24	VARIAZIONI in % 25/21	DISTRIBUZIONE % 2021	DISTRIBUZIONE % 2025	DISTRIBUZIONE % Diff. p.p.
Comunicazioni elettroniche	**27,85**	**26,94**	**27,10**	**28,25**	**29,53**	**1,28**	**1,68**	**+4,5**	**+6,0**	**52,6**	**50,2**	**-2,4**
- Retail	22,19	22,05	22,21	22,89	23,15	0,26	0,96	+1,1	+4,3	41,9	39,3	-2,6
- Wholesale	5,66	4,89	4,89	5,36	6,38	1,02	0,73	+19,1	+12,8	10,7	10,8	+0,2
Media	**11,64**	**11,66**	**11,70**	**12,12**	**12,05**	**-0,07**	**0,41**	**-0,6**	**+3,5**	**8,4**	**7,3**	**-1,1**
- Pubblicità	4,46	4,31	4,30	4,43	4,30	-0,13	-0,16	-2,9	-3,6	13,0	12,6	-0,4
- Spesa degli utenti*	6,89	6,97	7,09	7,35	7,41	0,06	0,52	+0,8	+7,6	0,5	0,6	0,0
- Convenzioni / provvidenze	0,29	0,37	0,32	0,35	0,34	0,00	0,05	-1,4	+17,1	8,4	7,3	-1,1
Pubblicità online	**5,54**	**6,31**	**7,08**	**7,94**	**8,42**	**0,47**	**2,88**	**+6,0**	**+52,0**	**10,5**	**14,3**	**+3,8**
- Piattaforme	4,50	5,29	6,05	6,88	7,37	0,49	2,87	+7,1	+63,7	8,5	12,5	+4,0
- Editori/publisher e altri	1,04	1,02	1,03	1,07	1,05	-0,02	0,01	-1,7	+0,9	2,0	1,8	-0,2
Servizi postali	**7,90**	**8,15**	**8,43**	**8,59**	**8,84**	**0,25**	**0,94**	**+2,9**	**+11,9**	**14,9**	**15,0**	**+0,1**
- Domestici	5,80	5,97	6,17	6,39	6,51	0,12	0,71	+1,9	+12,2	11,0	11,1	+0,1
- Transfrontalieri	2,10	2,18	2,26	2,20	2,33	0,13	0,23	+5,8	+11,0	4,0	4,0	0,0
TOTALE	*52,93*	*53,06*	*54,31*	*56,90*	*58,84*	1,93	5,91	+3,4	+11,2	100,0	100,0	

1. Nel settore **Comunicazioni elettroniche** crescono nell'ultimo anno sia i ricavi retail, sia quelli wholesale; i primi si attestano, nel 2025, sui 23,15 miliardi di €, quelli wholesale sui 6,38 miliardi di €.

2. Nel settore **Media** si riducono i ricavi da pubblicità e le entrate provenienti da convenzioni e provvidenze, mentre cresce, seppur di poco la spesa degli utenti.

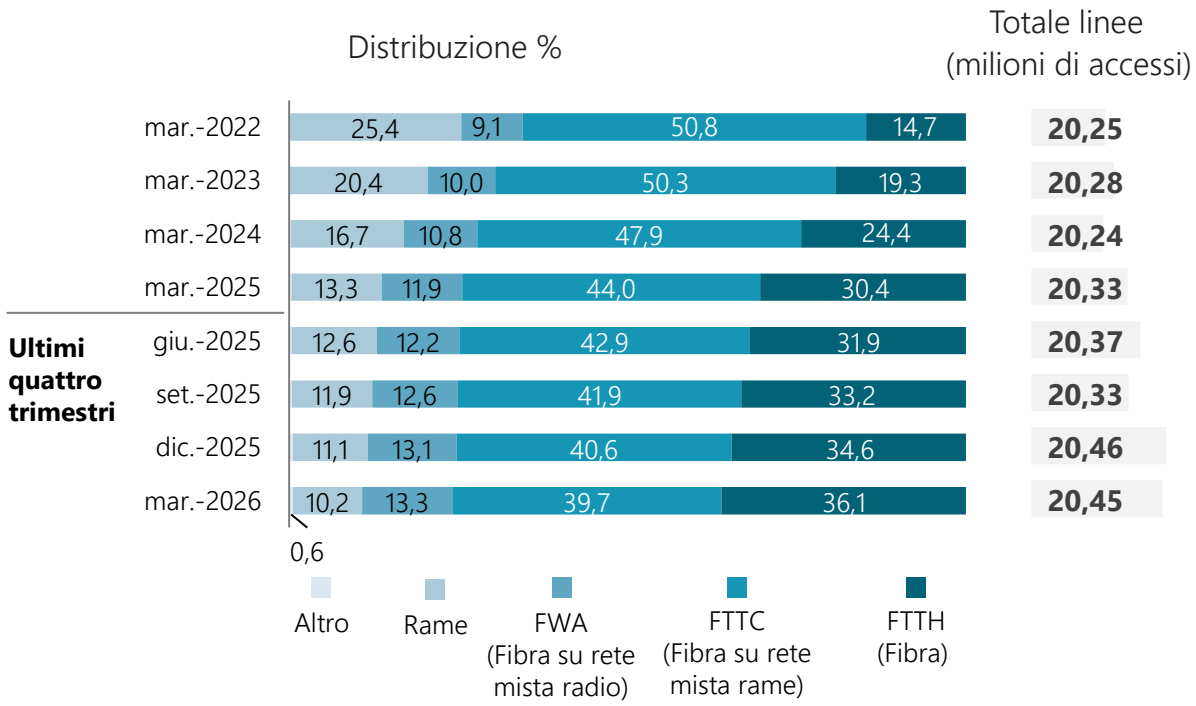
3. Nell'ambito della **Pubblicità online**, mostrano un aumento su base annua del 7,1% le risorse attribuibili alle piattaforme, mentre si riducono dell'1,7% quelle degli editori/publisher e altri.

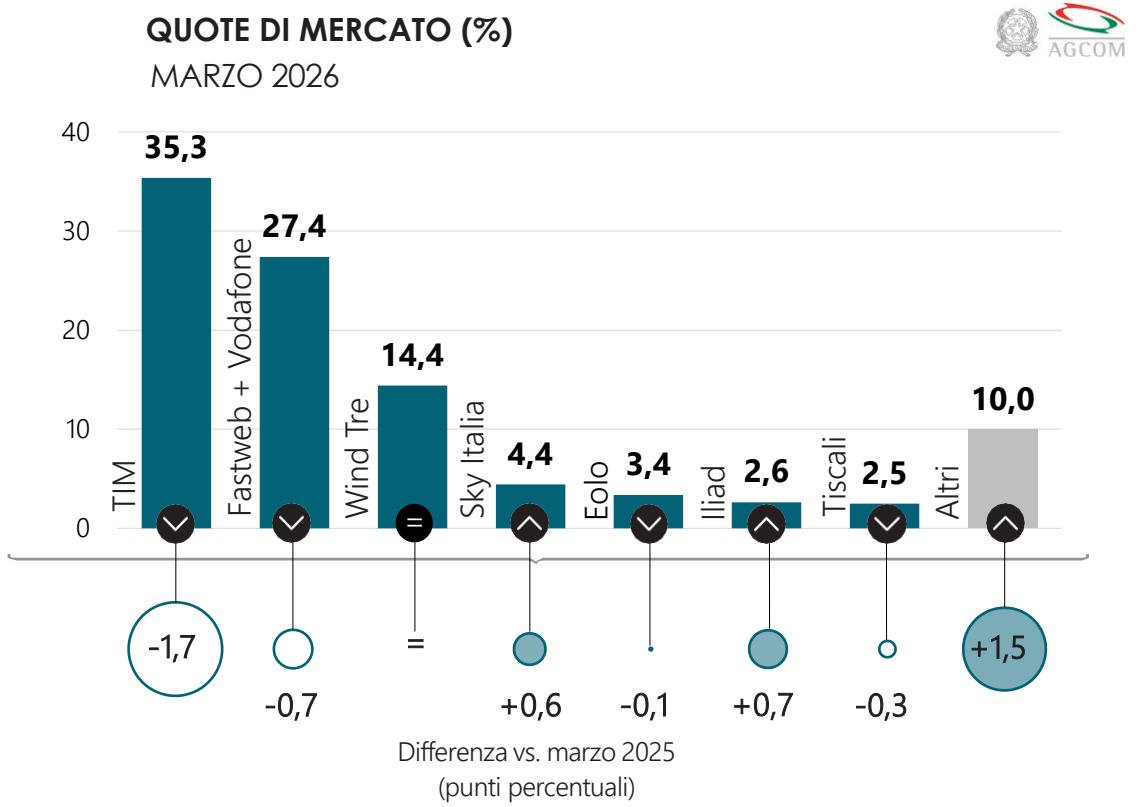
4. Nel **Settore postale** il valore dei ricavi ascrivibile ai servizi domestici si attesta sui 6,51 miliardi di €, in crescita dell'1,9% su base annua, quelli transfrontalieri sui 2,33 miliardi di €, anch'essi in crescita del 5,8%..

* Comprensiva della quota del canone

Fonte: Relazione Annuale 2026 sull'attività svolta e sui programmi di lavoro

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 marzo 2026, le linee satellitari sono stimate in poco più di 80 mila unità, le linee «other NGA» in poco più di 25 mila linee e il resto (poco meno di 7 mila linee) nella categoria «other not NGA».

Totale linee	*(valori assoluti)*	*(Δ %)*
Variazione trimestrale: (dic. 2025 – mar. 2026)	**-7 mila** accessi	-0,04
Variazione annuale: (mar. 2025 – mar. 2026)	**+125 mila** accessi	+0,6

Composizione %
(Δ mar.25 - mar.26 in punti percentuali)

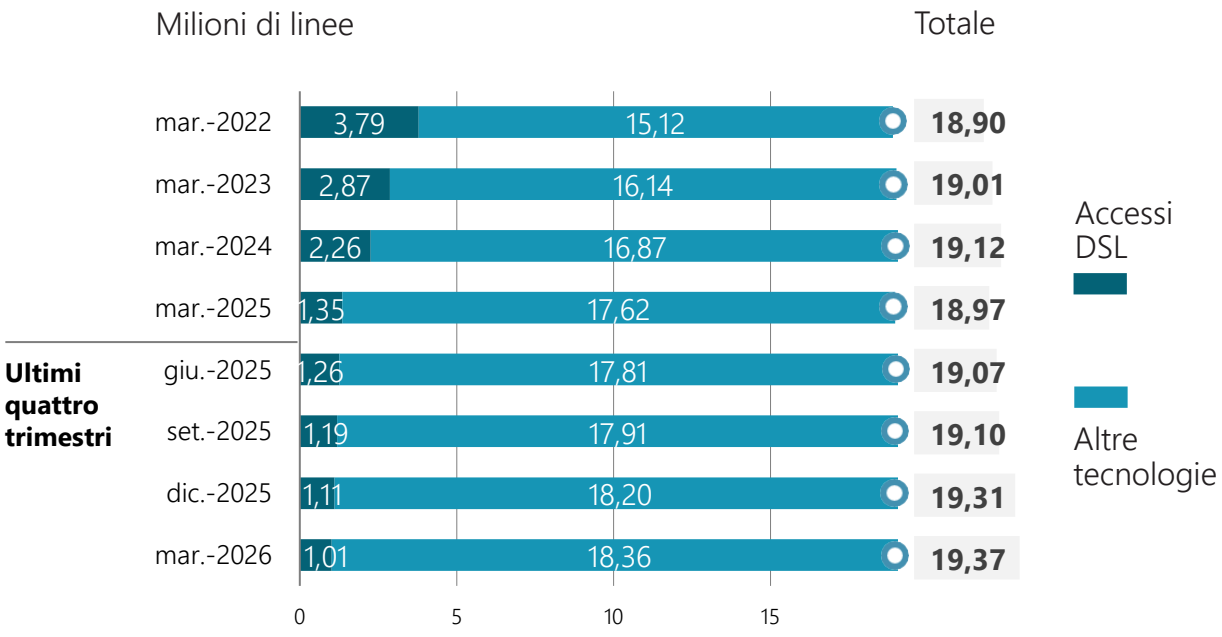
Rame:	-3,1
FWA:	+1,5
FTTC:	-4,3
FTTH:	+5,8

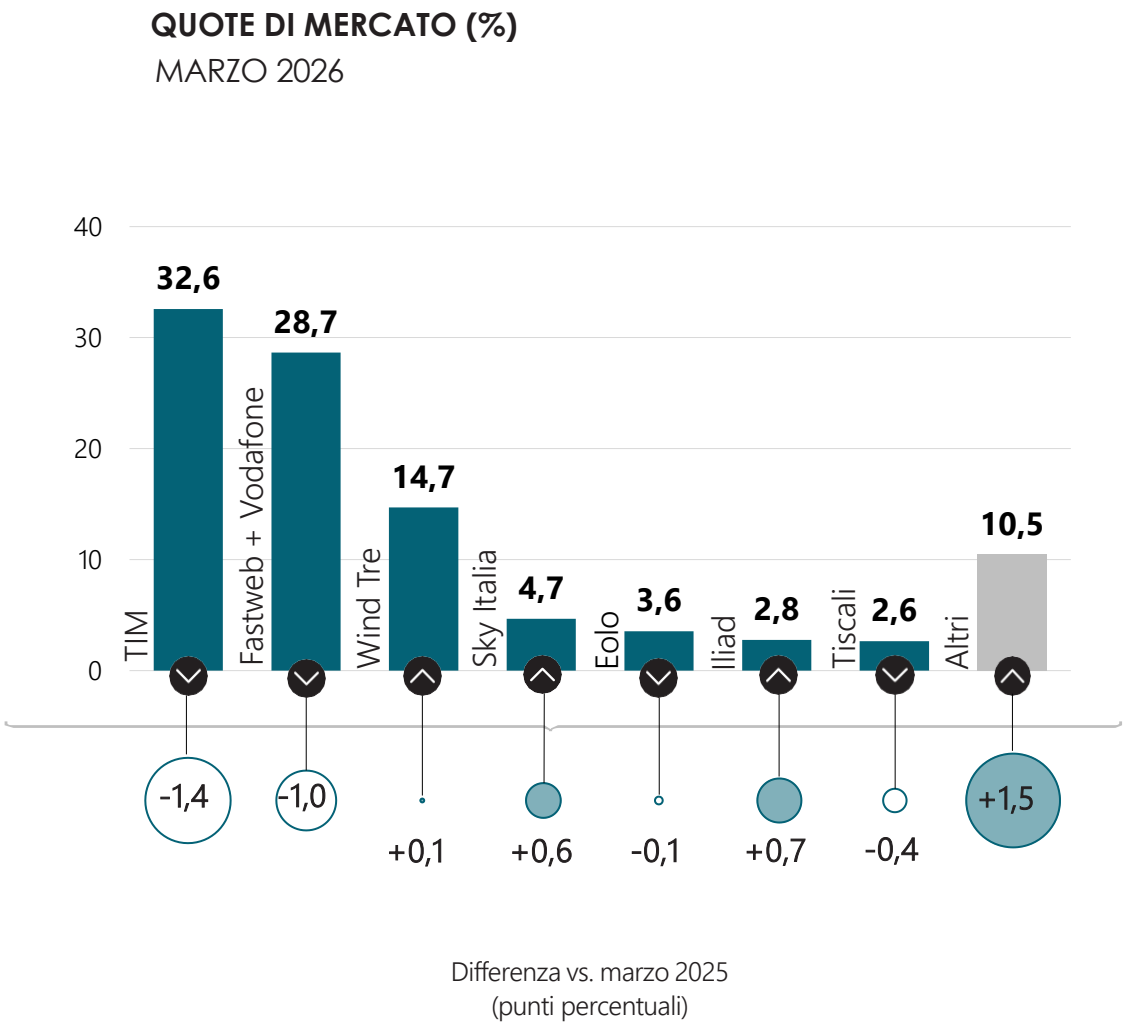
Imprese presenti nella raccolta di informazioni di dettaglio: Aruba, BBBell, BT Italia, Colt Technology Services, Compagnia Italia Mobile, Coop Italia (CoopVoce), Convergenze, Daily Telecom Mobile, DIGI Italy, Dimensione, Enel Energia (Enel Fibra), Eolo, Fastalp, Fastweb+Vodafone, Fibercop, Fidoka, Go Internet, Green TLC, Hal Service, Iccom, Iliad, Informatica System, Infranet, Intred, Lycamobile, MegaWeb (CittàStudi S.p.A.), Micso, Mordacchini S.r.l., NewTec, Open Fiber, Planetel, PostePay, P.S.A. S.r.l. (Bandablu), Retelit RDS, 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 da marzo 2026 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
(dic. 2025 – mar. 2026)

Totale linee

+64 mila accessi

(+0,3%)

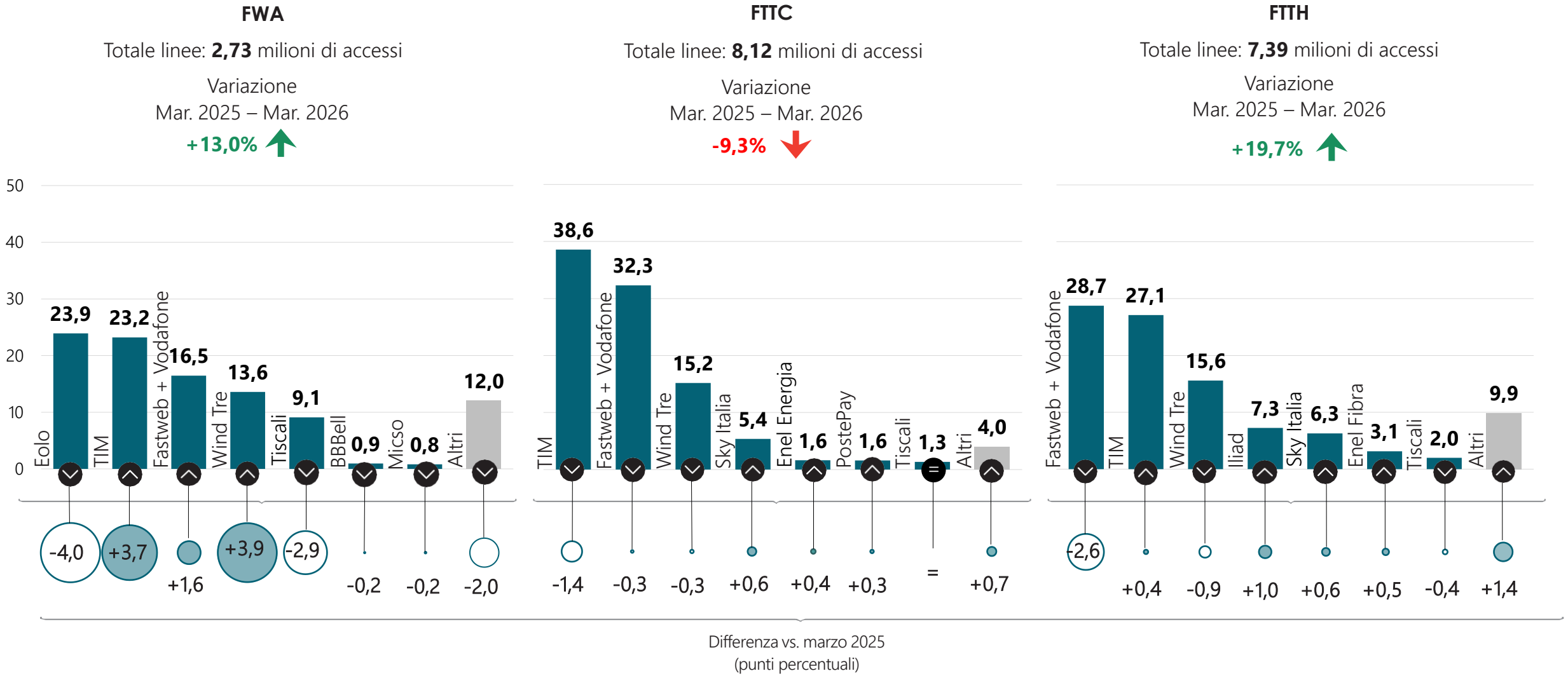
Variazione annuale
(mar. 2025 – mar. 2026)

Totale linee	Accessi DSL	Altre tecnologie
+400 mila accessi	**-344 mila** accessi	**+743 mila** accessi
(+2,1%)	(-25,4%)	(+4,2%)

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 (1 trimestre 2026), 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

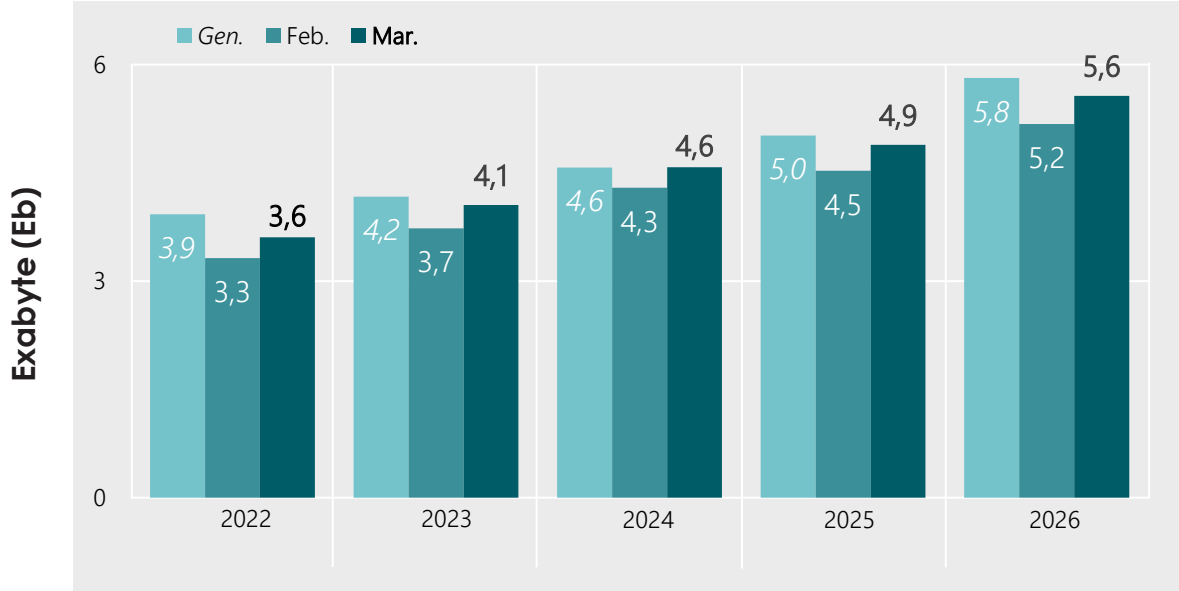
MARZO 2026



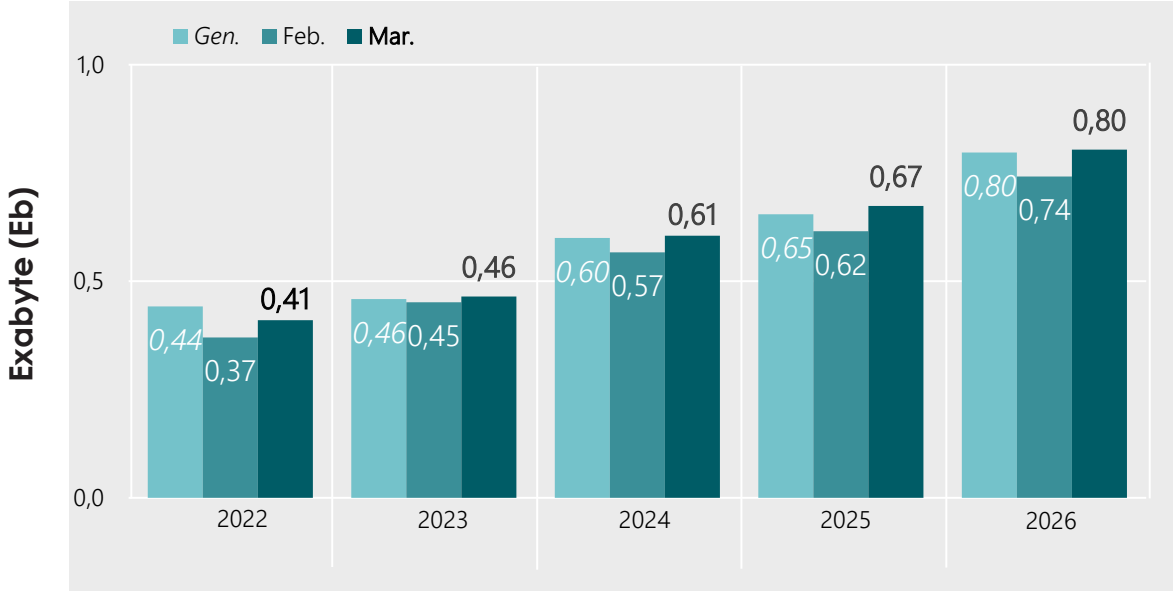
Nota: elaborazioni sulla base dei dati forniti dalle imprese nell'ambito della predisposizione della reportistica europea; sono escluse le linee DSL e quelle ricomprese nella categoria «Altro» della slide 1.1

1.4 RETE FISSA: TRAFFICO DATI (DOWNLOAD / UPLOAD)

DOWNLOAD (valori cumulati trimestrali)



UPLOAD (valori cumulati trimestrali)



1 **Valori cumulati da inizio anno** (Gen. – Mar.)

	(2022)		(2023)		(2024)		(2025)		(2026)
Exabyte	10,85	**+10,2%**	11,96	**+12,4%**	13,45	**+7,3%**	14,43	**+14,7%**	16,56

+52,6%

2 **Confronto valori mensili (variazioni %)**

	Annuale				Di periodo
	2022/2023	2023/2024	2024/2025	2025/2026	2022/2026
Gennaio	+6,3	+9,6	+9,7	+15,9	+48,2
Febbraio	+12,5	+15,1	+5,4	+14,3	+56,0
Marzo	+12,4	+12,9	+6,7	+14,0	+54,4

1 **Valori cumulati da inizio anno** (Gen. – Mar.)

	(2022)		(2023)		(2024)		(2025)		(2026)
Exabyte	1,22	**+12,5%**	1,38	**+28,9%**	1,77	**+9,7%**	1,94	**+20,5%**	2,34

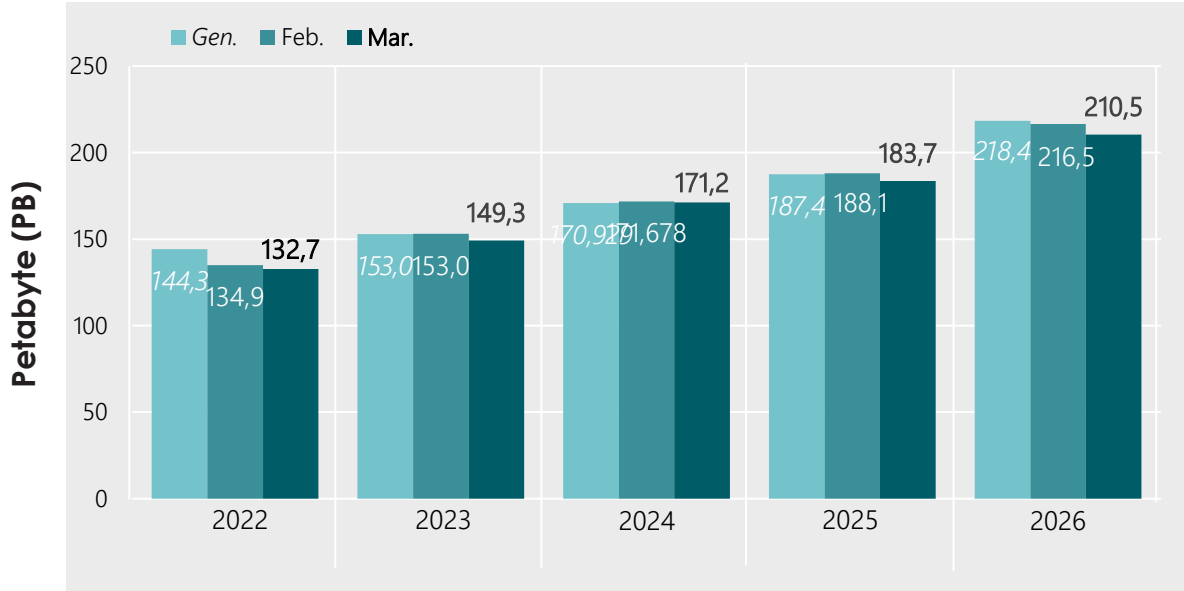
+91,7%

2 **Confronto valori mensili (variazioni %)**

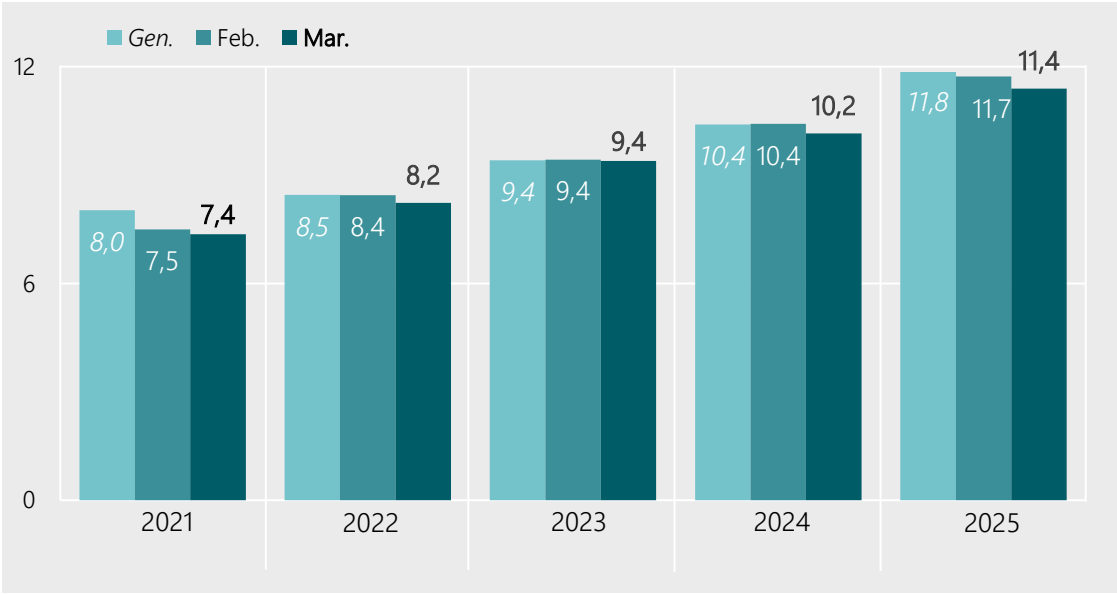
	Annuale				Di periodo
	2022/2023	2023/2024	2024/2025	2025/2026	2022/2026
Gennaio	+3,8	+30,7	+9,1	+21,8	+80,4
Febbraio	+21,9	+25,7	+8,6	+20,5	+100,4
Marzo	+13,4	+30,2	+11,4	+19,3	+96,1

1.5 RETE FISSA: TRAFFICO DATI GIORNALIERO (download + upload)

COMPLESSIVO



PER LINEA BROADBAND



1 Valore medio giornaliero da inizio anno (Gen. – Mar.)

	(2022)		(2023)		(2024)		(2025)		(2026)
Petabyte	137,4	+10,5%	151,7	+12,9%	171,3	+8,8%	186,3	+15,4%	215,1

+56,6%

1 Valore medio giornaliero da inizio anno* (Gen. – Mar.)

	(2022)		(2023)		(2024)		(2025)		(2026)
Gigabyte	7,63	+9,7%	8,38	+12,3%	9,41	+9,7%	10,32	+12,9%	11,66

+52,7%

2 Confronto valori medi mensili giornalieri (variazioni %)

	Annuale				Di periodo
	2022/2023	2023/2024	2024/2025	2025/2026	2022/2026
Gennaio	+6,1	+11,7	+9,6	+16,5	+51,4
Febbraio	+13,4	+12,2	+9,6	+15,1	+60,4
Marzo	+12,5	+14,7	+7,3	+14,6	+58,7

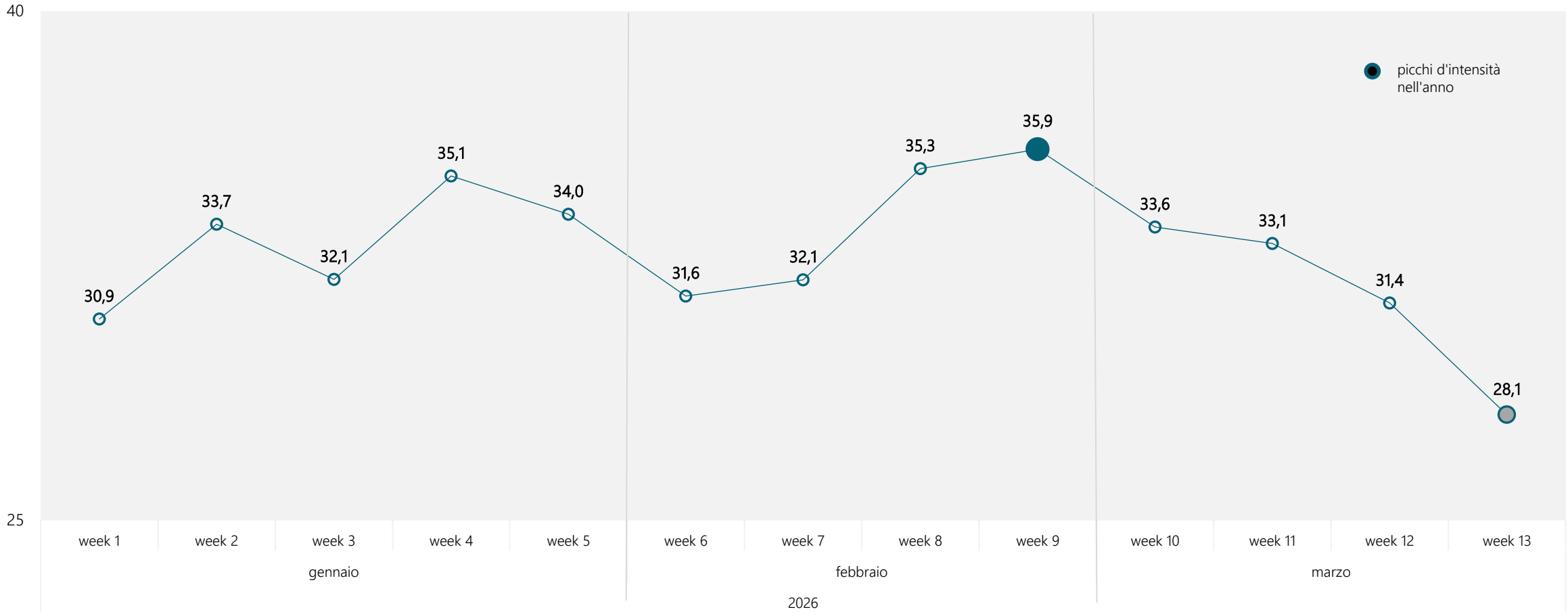
2 Confronto valori medi mensili giornalieri (variazioni %)

	Annuale				Di periodo
	2022/2023	2023/2024	2024/2025	2025/2026	2022/2026
Gennaio	+5,3	+11,3	+10,6	+13,9	+47,6
Febbraio	+12,7	+11,6	+10,5	+12,6	+56,5
Marzo	+11,9	+14,0	+8,2	+12,2	+54,8

* il valore medio giornaliero da inizio anno è calcolato sul numero medio di linee broadband e ultrabroadband nel periodo di riferimento.

1.6 RETE FISSA: TRAFFICO DATI, INTENSITÀ DEI FLUSSI SETTIMANALI

Intensità del traffico in Tbps (Terabit al secondo)

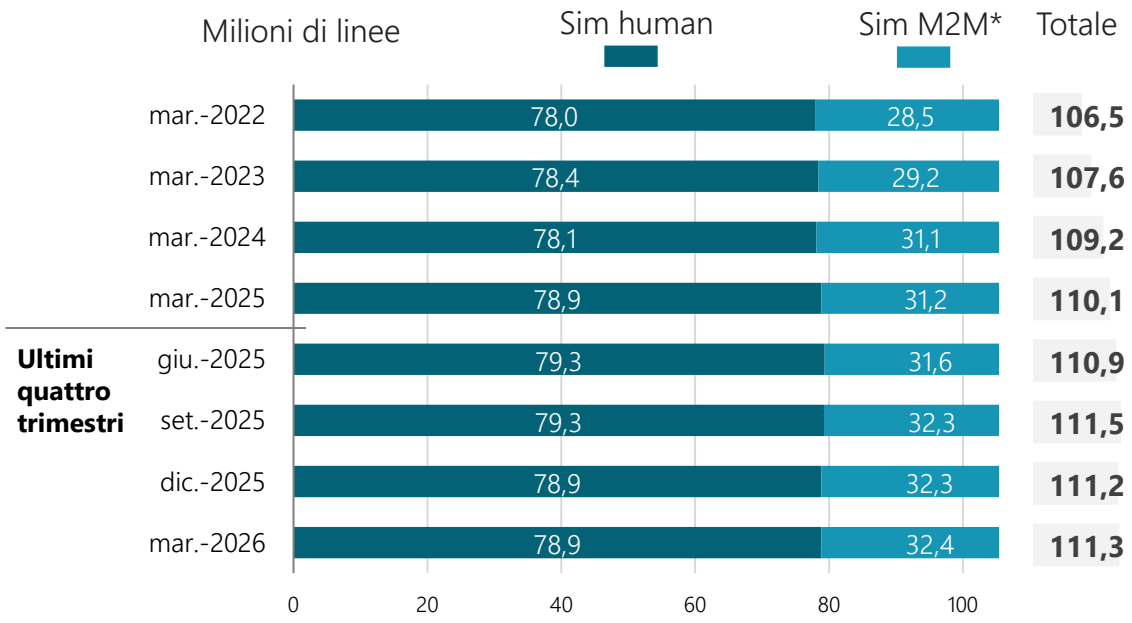


Nota: a partire da gennaio 2026 si è proceduto ad una variazione nella metodologia adottata per il monitoraggio dell'intensità del traffico, raccogliendo il picco settimanale, in Tbps, del volume di traffico dati in ingresso nella rete dell'operatore misurato in un intervallo temporale compreso tra i 5 e i 60 minuti.

In figura è rappresentata la sommatoria del picco rilevato da ciascun operatore nel corso della settimana, indicatore dell'intensità complessiva gestita nella settimana sulle reti fisse.

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

1.7 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.

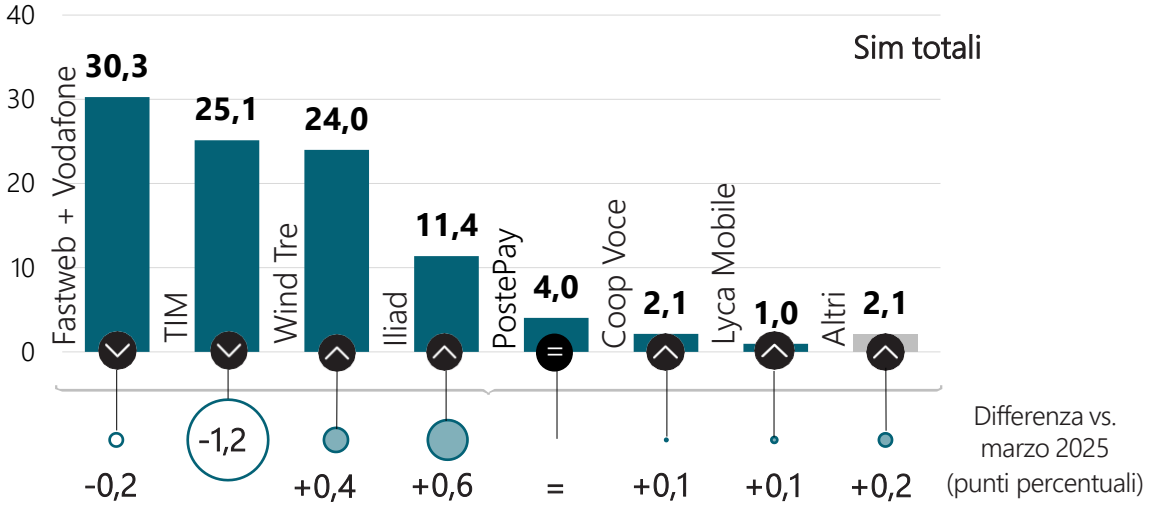
	Variazione trimestrale (dic. 2025 – mar. 2026) (n° di sim in migliaia)		(%)	Variazione annuale (mar. 2025 – mar. 2026) (n° di sim in migliaia)		(%)
Totale sim:	+121	↑	+0,1	+1.261	↑	+1,1
Sim human:	=	↔	=	+12	↑	+0,02
Sim M2M:	+120	↑	+0,4	+1.249	↑	+4,0

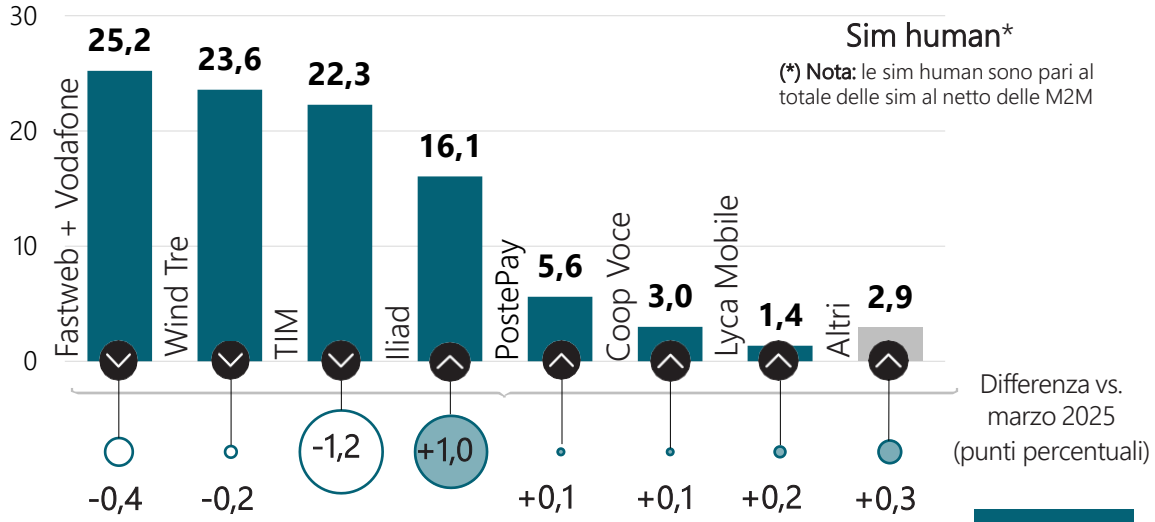
Nota: i dati degli operatori TIM e Vodafone includono le linee delle società controllate, rispettivamente Kena mobile e VEI (che offre servizi di telefonia mobile denominati ho.)

A partire da marzo 2026 i dati sono stati aggiornati per tenere conto di una riallocazione delle SIM attuata dall'operatore Fastweb+Vodafone in seguito al nuovo assetto organizzativo. Pertanto, i valori esposti, anche nelle slide successive, non sono confrontabili con quanto corrispondentemente riportato nelle precedenti edizioni dell'Osservatorio.

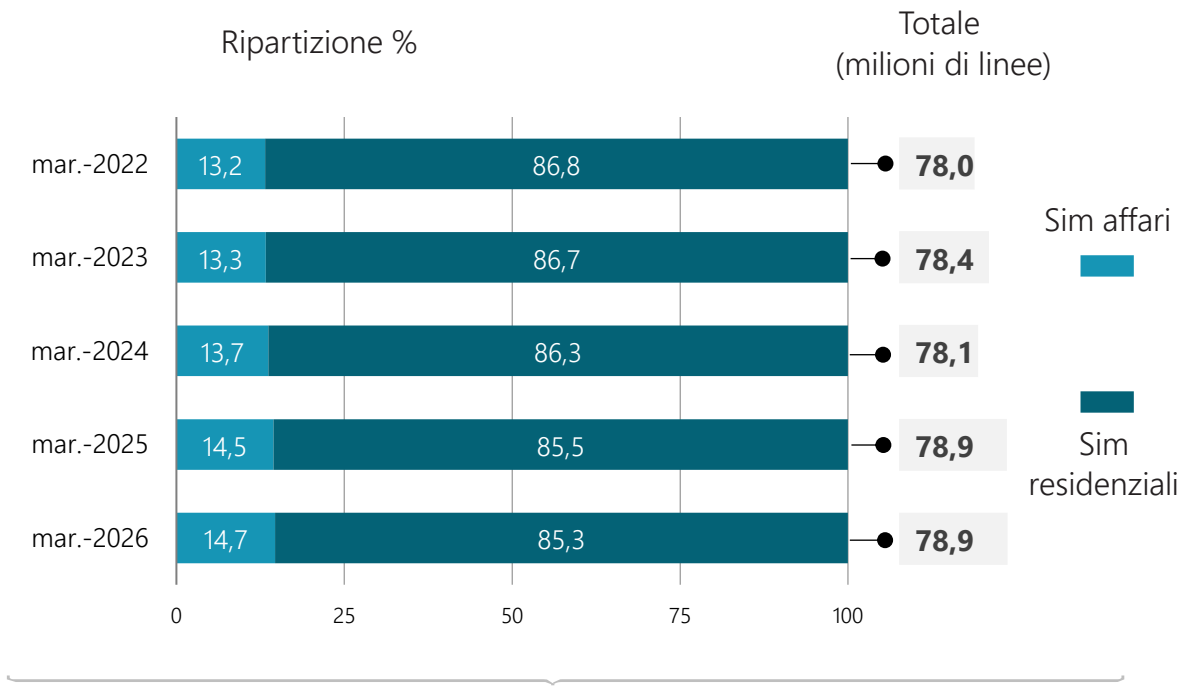
QUOTE DI MERCATO (%)

MARZO 2026





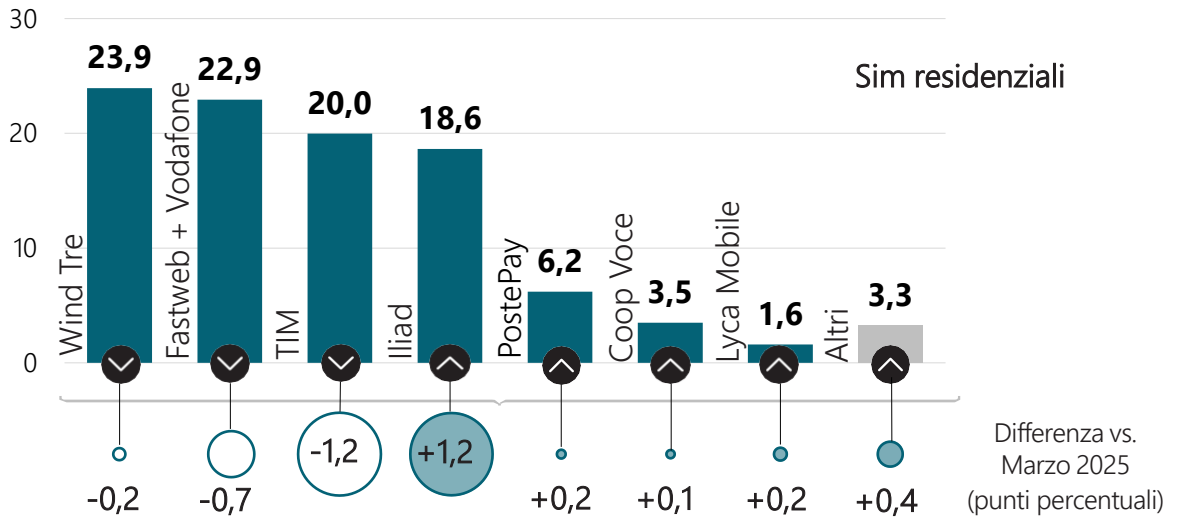
1.8 RETE MOBILE: SIM HUMAN PER TIPOLOGIA DI CLIENTELA

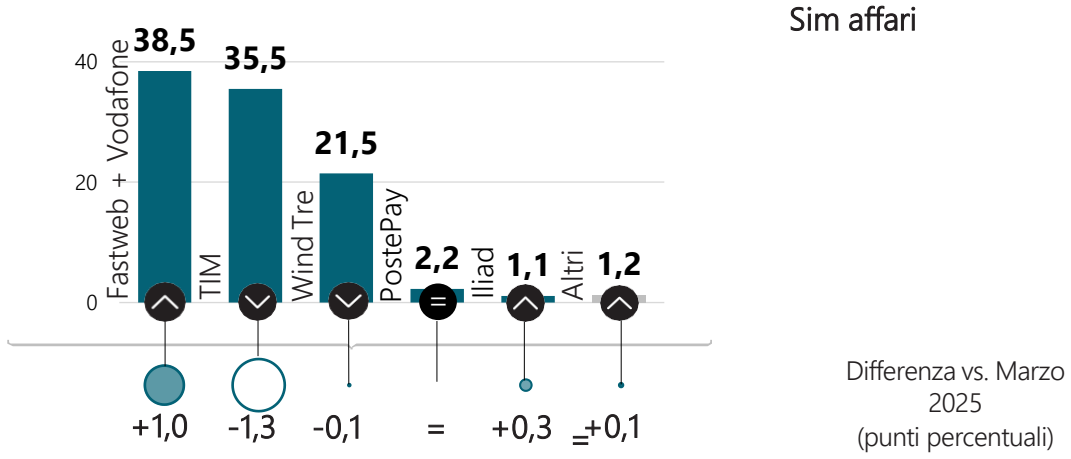


	Variazione annuale (Mar. 2025 – Mar. 2026) (n° di sim in migliaia)	(%)	Variazione di periodo (Mar. 2022 – Mar. 2026) (n° di sim in migliaia)	(%)
Totale sim human:	+12	+0,02	+877	+1,1
Sim residenziali:	-150	-0,2	-394	-0,6
Sim affari:	+162	+1,4	+1.271	+12,3

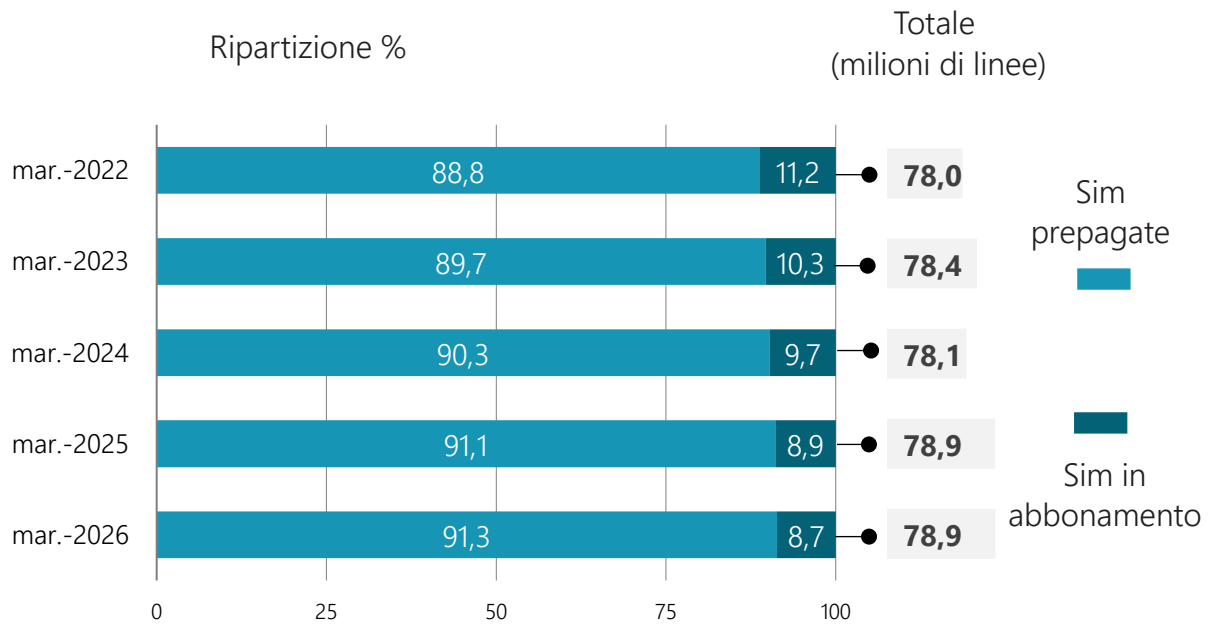
QUOTE DI MERCATO (%)

MARZO 2026





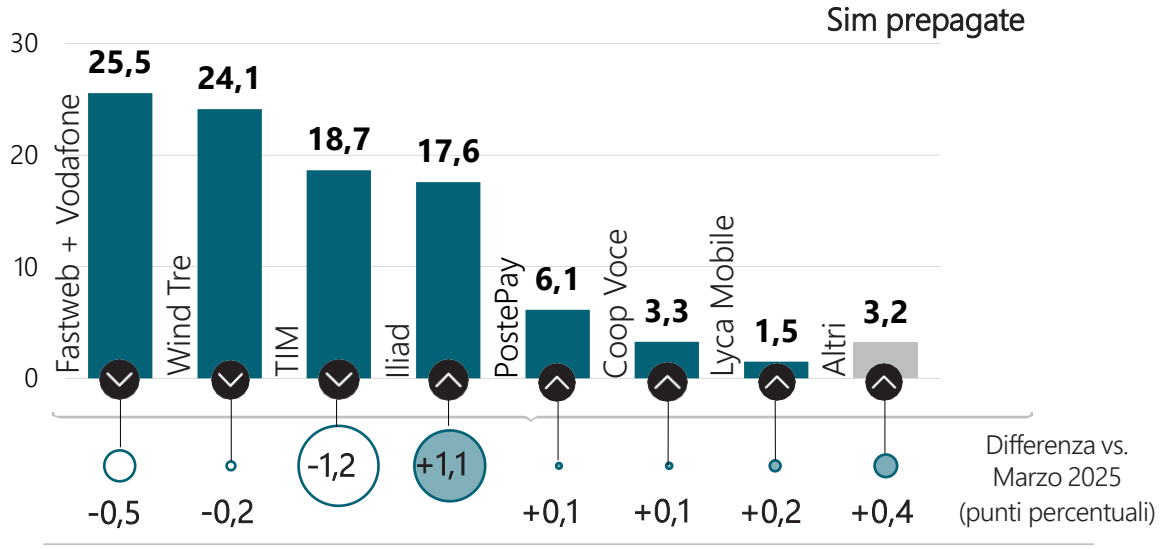
1.9 RETE MOBILE: SIM HUMAN PER TIPOLOGIA DI CONTRATTO

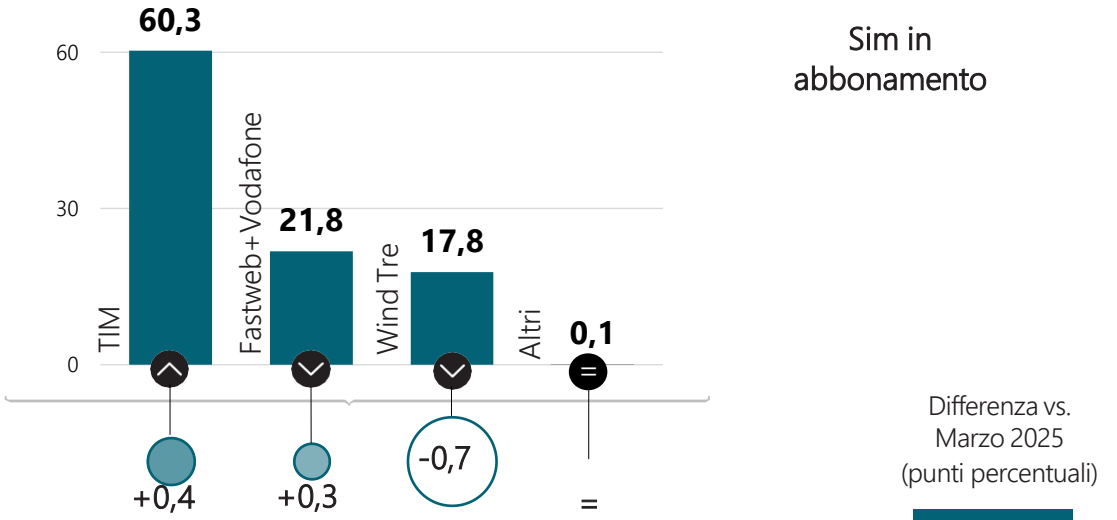


	Variazione annuale (Mar. 2025 – Mar. 2026) (n° di sim in migliaia)		(%)	Variazione di periodo (Mar. 2022 – Mar. 2026) (n° di sim in migliaia)		(%)
Totale sim human:	+12	↑	+0,02	+877	↑	+1,1
Sim prepagate:	+203	↑	+0,3	+2.746	↑	+4,0
Sim in abbonamento:	-191	↓	-2,7	-1.869	↓	-21,5

QUOTE DI MERCATO (%)

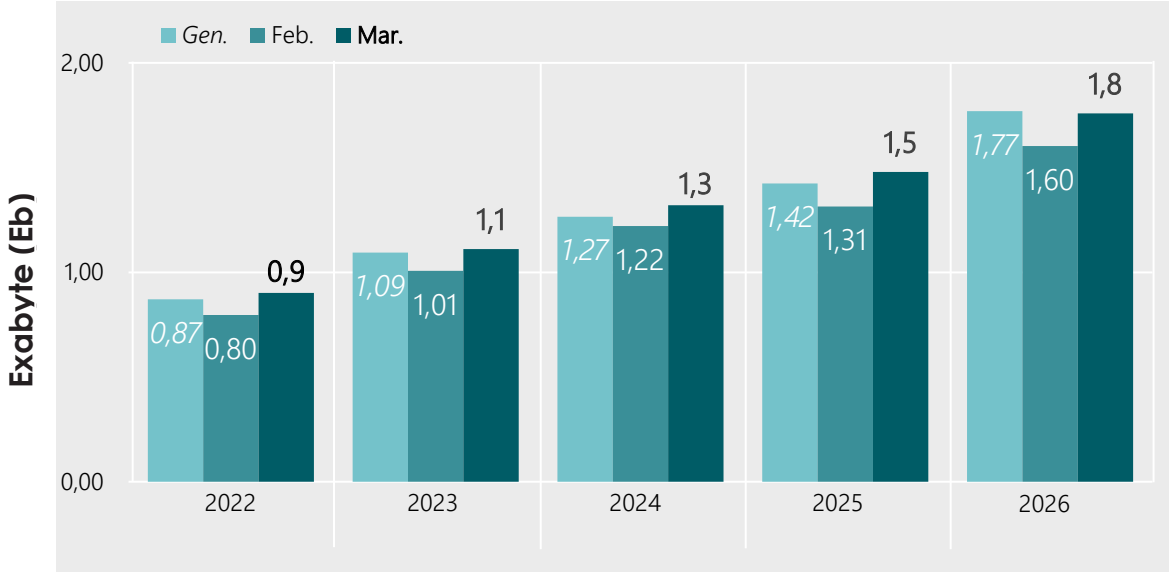
MARZO 2026



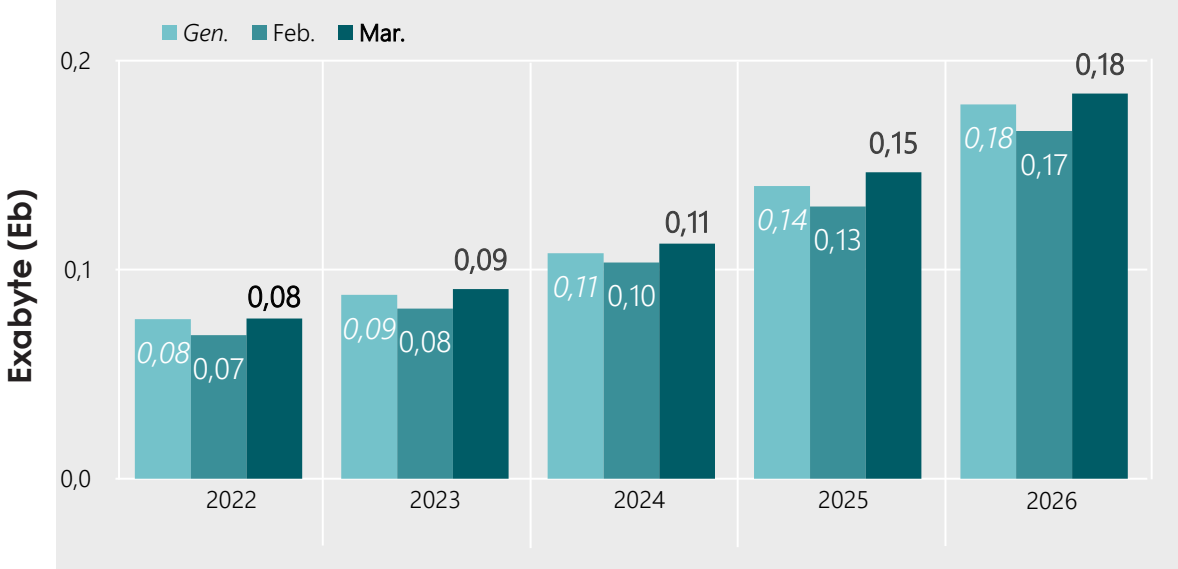


1.10 RETE MOBILE: TRAFFICO DATI (DOWNLOAD / UPLOAD)

DOWNLOAD (valori cumulati)



UPLOAD (valori cumulati)



1 **Valori cumulati da inizio anno** (Gen. – Mar.)

	(2022)		(2023)		(2024)		(2025)		(2026)
Exabyte	2,57	**+25,1%**	3,21	**+18,4%**	3,81	**+10,8%**	4,22	**+21,7%**	5,13

+99,8%

2 **Confronto valori trimestrali (variazioni %)**

	Annuale				Di periodo
	2022/2023	2023/2024	2024/2025	2025/2026	2022/2026
Gennaio	+25,7	+15,7	+12,5	+24,3	+103,2
Febbraio	+26,6	+21,2	+7,7	+22,0	+101,5
Marzo	+23,3	+18,7	+12,1	+18,9	+95,1

1 **Valori cumulati da inizio anno** (Gen. – Mar.)

	(2022)		(2023)		(2024)		(2025)		(2026)
Exabyte	0,22	**+17,3%**	0,26	**+24,4%**	0,32	**+28,8%**	0,42	**+27,1%**	0,53

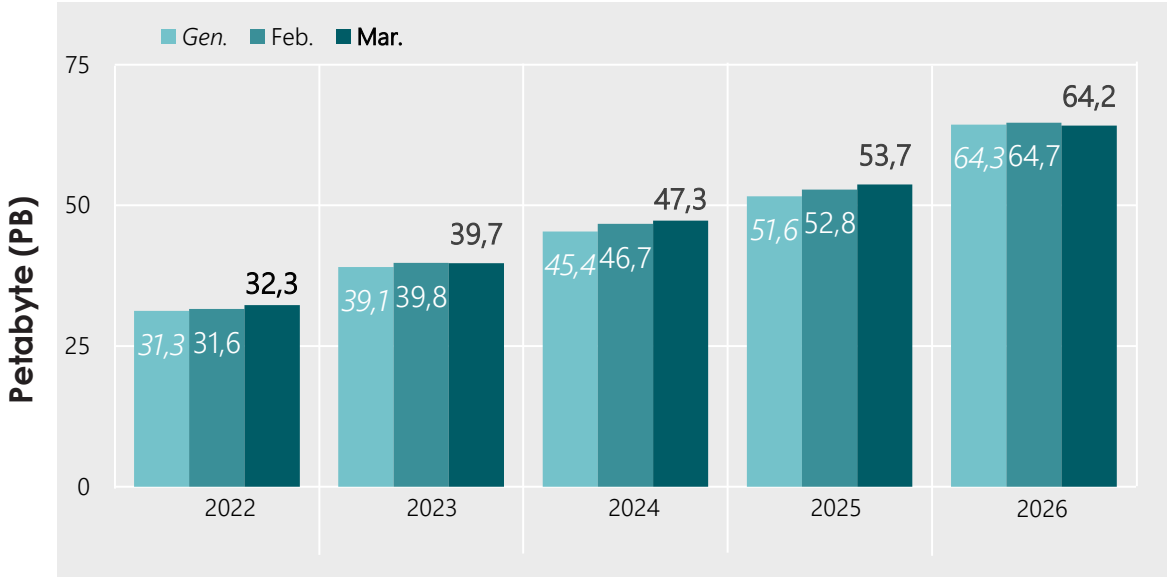
+138,9%

2 **Confronto valori trimestrali (variazioni %)**

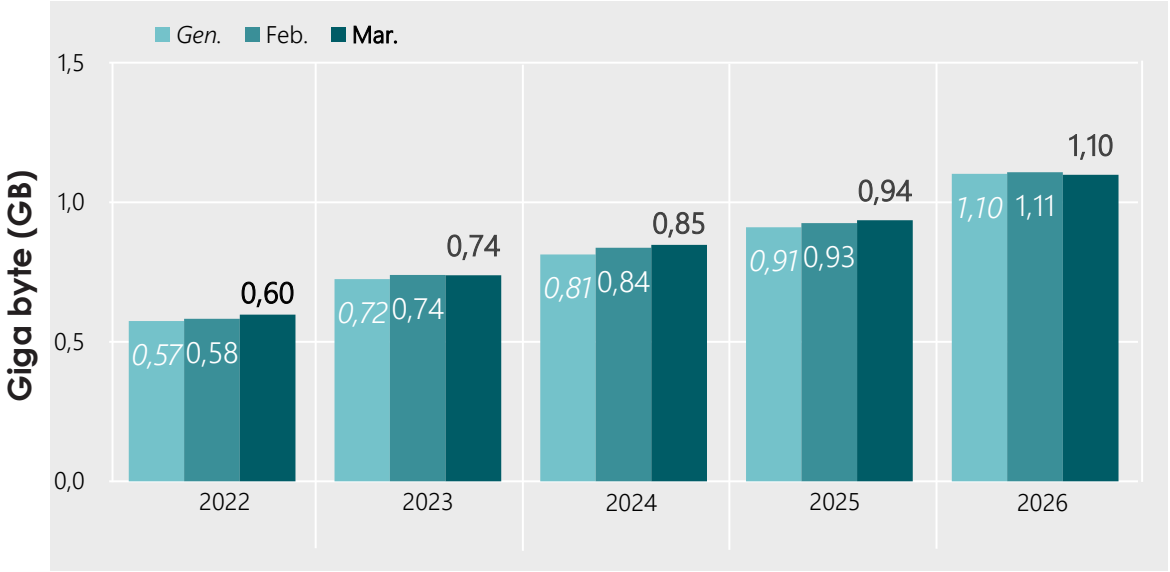
	Annuale				Di periodo
	2022/2023	2023/2024	2024/2025	2025/2026	2022/2026
Gennaio	+15,3	+22,6	+29,8	+27,9	+134,5
Febbraio	+18,5	+27,1	+25,9	+27,8	+142,3
Marzo	+18,4	+23,8	+30,4	+25,7	+140,2

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

COMPLESSIVO



TRAFFICO PER SIM CARD «HUMAN»



1 Valore medio giornaliero da inizio anno (Gen. – Mar.)

	(2022)		(2023)		(2024)		(2025)		(2026)
Petabyte	31,7	↑ +24,5%	39,5	↑ +17,6%	46,5	↑ +13,5%	52,7	↑ +22,2%	64,4

↑ +102,9%

1 Valore medio giornaliero da inizio anno* (Gen. – Mar.)

	(2022)		(2023)		(2024)		(2025)		(2026)
Gigabyte	0,58	↑ +25,5%	0,73	↑ +13,4%	0,83	↑ +11,0%	0,92	↑ +19,3%	1,10

↑ +88,5%

2 Confronto valori medi mensili giornalieri (variazioni %)

	Annuale				Di periodo
	2022/2023	2023/2024	2024/2025	2025/2026	2022/2026
Gennaio	+24,9	+16,2	+13,8	+24,6	+105,7
Febbraio	+25,9	+17,4	+13,0	+22,5	+104,7
Marzo	+22,9	+19,1	+13,6	+19,5	+98,7

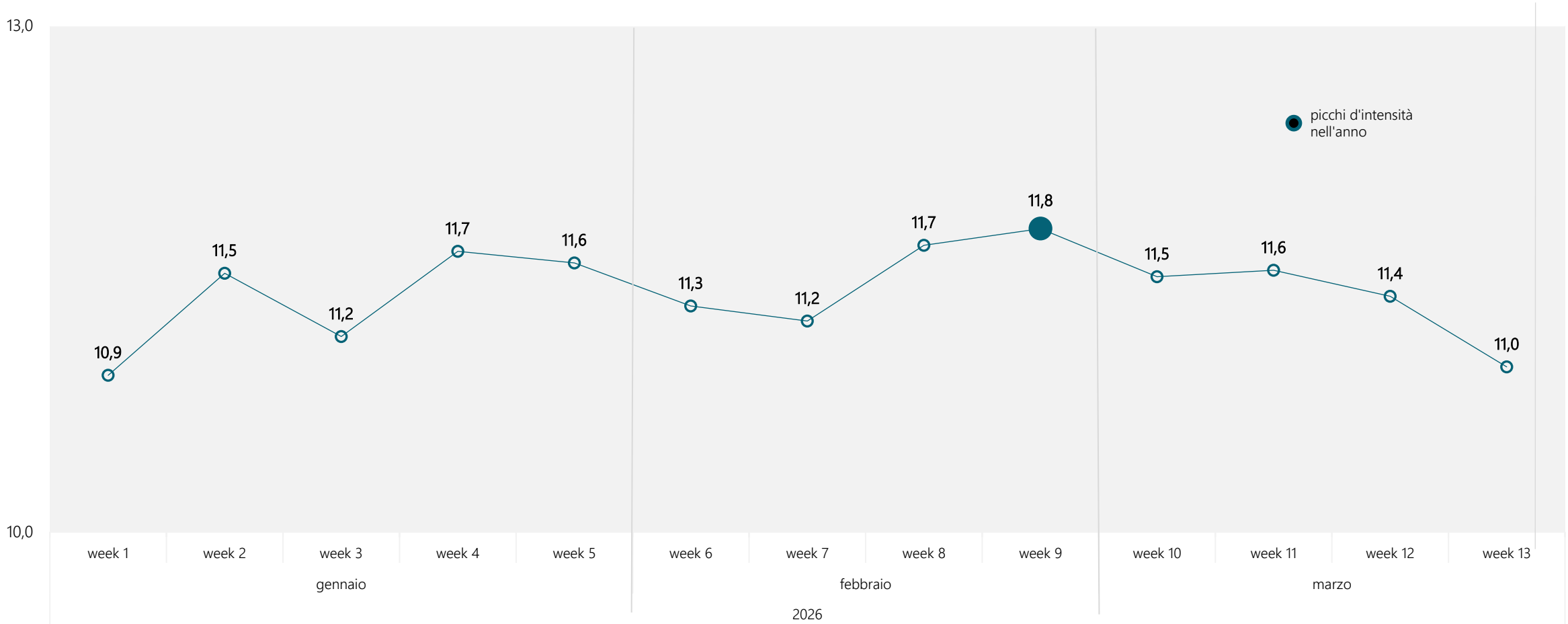
2 Confronto valori medi mensili giornalieri (variazioni %)

	Annuale				Di periodo
	2022/2023	2023/2024	2024/2025	2025/2026	2022/2026
Gennaio	+26,2	+12,2	+12,1	+21,0	+92,0
Febbraio	+27,0	+13,2	+10,6	+19,7	+90,2
Marzo	+23,6	+14,7	+10,5	+17,3	+83,8

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

1.12 RETE MOBILE: TRAFFICO DATI, INTENSITÀ DEI FLUSSI SETTIMANALI

Intensità del traffico in Tbps (Terabit al secondo)



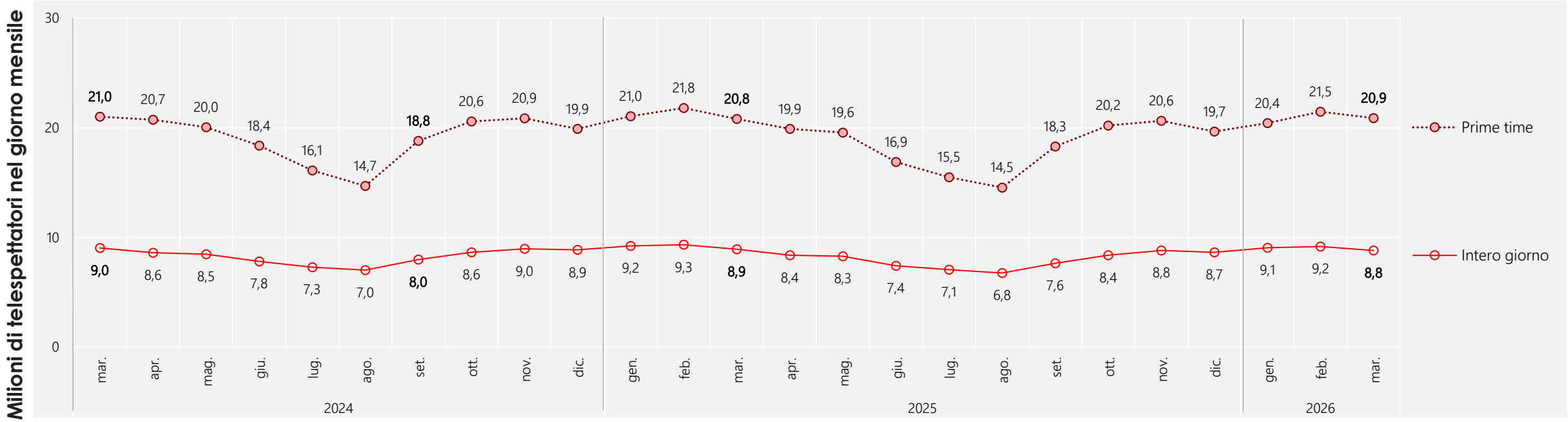
Nota: a partire da gennaio 2026 si è proceduto ad una variazione nella metodologia adottata per il monitoraggio dell'intensità del traffico, raccogliendo il picco settimanale, in Tbps, del volume di traffico dati in ingresso nella rete dell'operatore misurato in un intervallo temporale compreso tra i 5 e i 60 minuti.

In figura è rappresentata la sommatoria del picco rilevato da ciascun operatore nel corso della settimana, indicatore dell'intensità complessiva gestita nella settimana sulle reti mobili.

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

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

marzo 2024 – marzo 2026



Andamento numero medio di telespettatori
(Giorno medio del periodo gen. – mar. in milioni)

	(2024)		(2025)		(2026)
Giorno medio - Prime time (Fascia oraria: 20:30 – 22:30)	21,47	**-1,3%**	21,20	**-1,4%**	20,90
					-2,6%
Giorno medio – Intero giorno (Fascia oraria: 02:00 – 25:59)	9,31	**-1,6%**	9,16	**-1,6%**	9,01
					-3,2%

Ascolto nel minuto medio (AMR): numero medio dei telespettatori di un programma, pari al rapporto fra la somma dei telespettatori presenti in ciascun minuto di un dato intervallo di tempo e la durata in minuti dell'intervallo stesso. Nel caso di device digitali si parla di AMR-D che misura i device nel minuto medio

Share: rapporto percentuale tra gli ascoltatori di un canale televisivo e il totale degli ascoltatori che stanno guardando qualunque altro programma sulle diverse reti

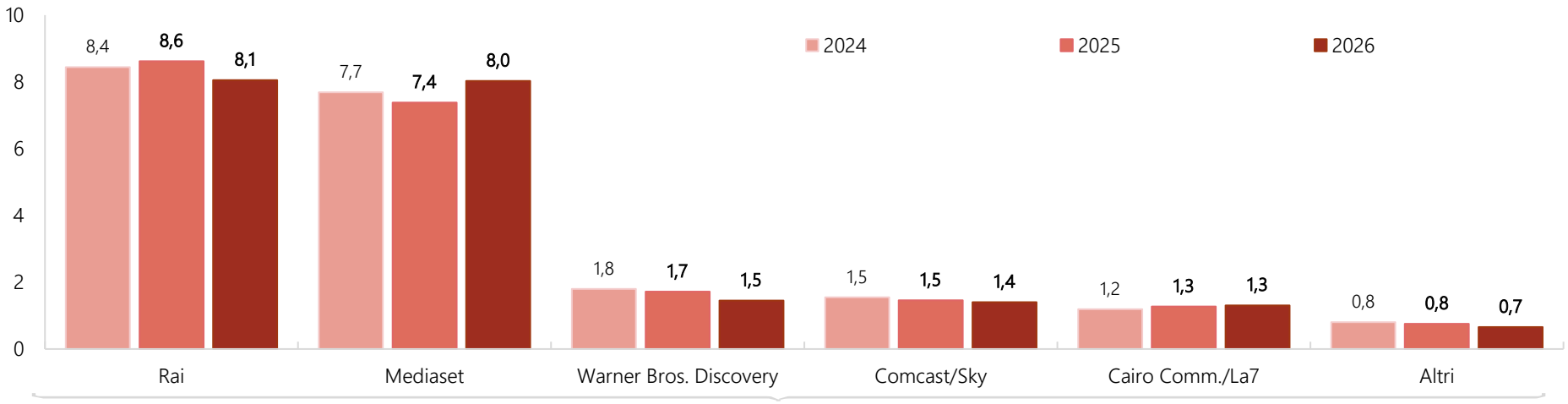
Nota: dati si riferiscono alla currency Total audience Live+Vosdal+VOD All Screen.

Fonte: elaborazioni Autorità su dati Auditel

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

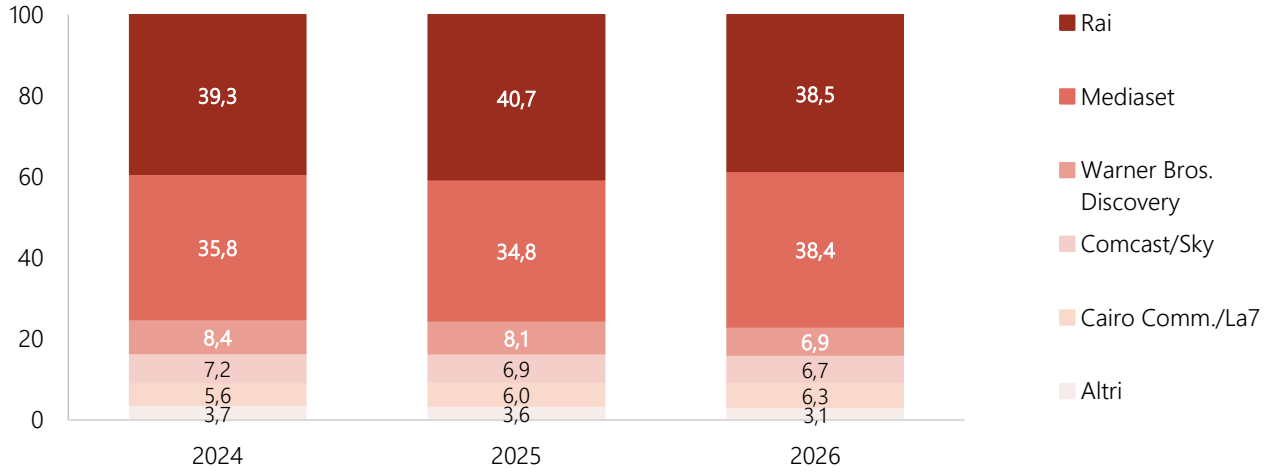
GIORNO MEDIO - PRIME TIME

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



	Var. % '24-'26	Var. % '25-'26
Rai	-4,5%	-6,5%
Mediaset	+4,4%	+8,8%
Warner Bros. Discovery	-19,4%	-15,3%
Comcast/Sky	-9,3%	-3,7%
Cairo Comm./La7	+9,6%	+3,0%
Altri	-18,1%	-13,5%

Share in %



	Var. punti percentuali '24-'26	Var. punti percentuali '25-'26
Rai	-0,8	-2,1
Mediaset	+2,6	+3,6
Warner Bros. Discovery	-1,4	-1,1
Comcast/Sky	-0,5	-0,2
Cairo Comm./La7	+0,7	+0,3
Altri	-0,6	-0,4

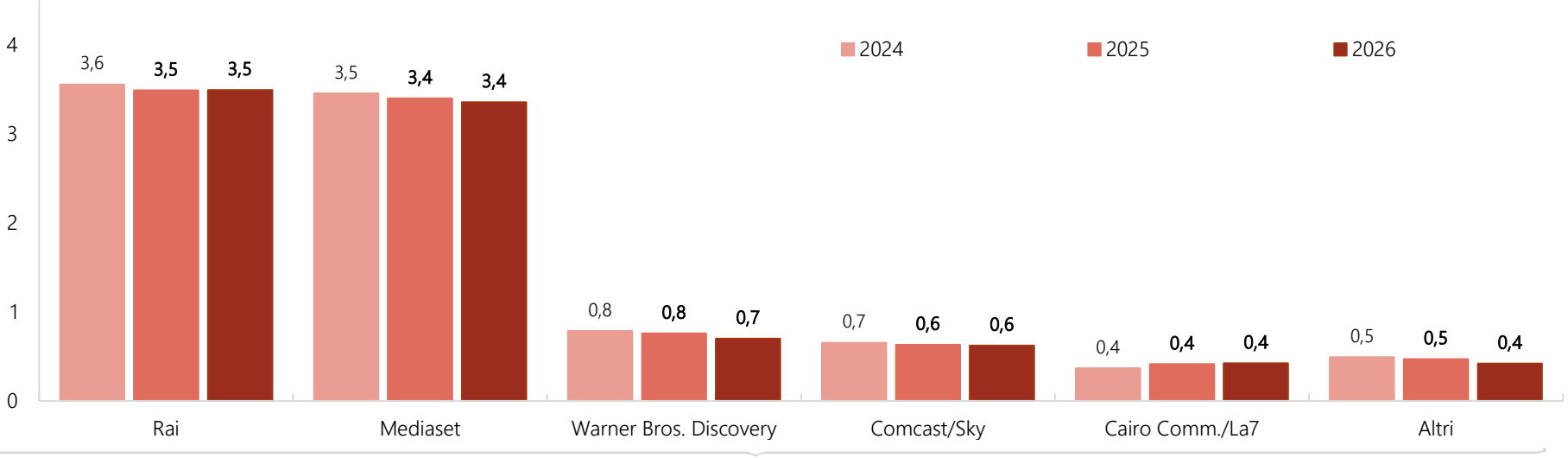
Nota: dati si riferiscono alla currency Total audience Live+Vosdal+VOD All Screen.

Fonte: elaborazioni Autorità su dati Auditel

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

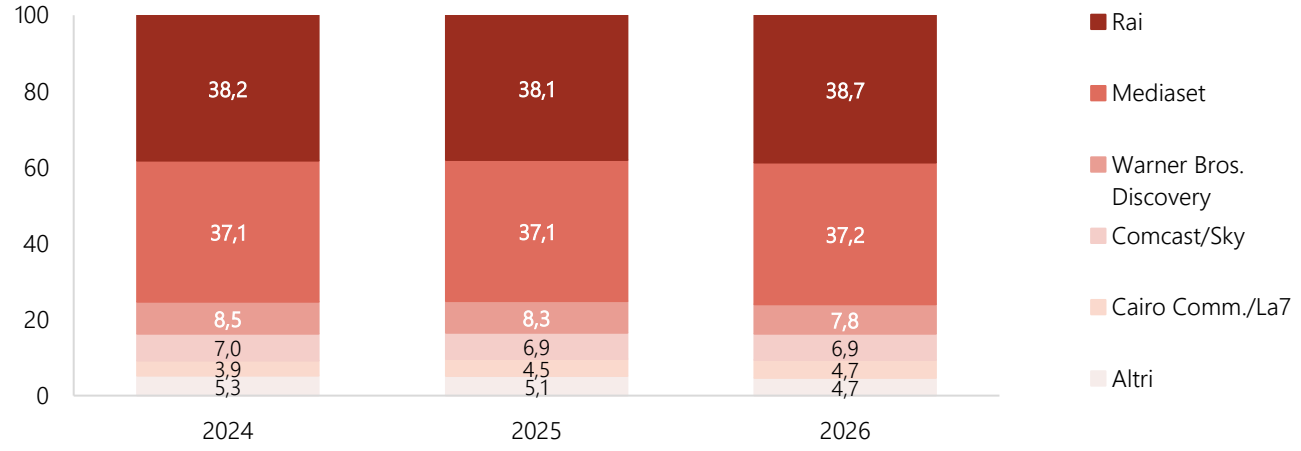
GIORNO MEDIO – INTERO GIORNO

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



	Var. % '24-'26	Var. % '25-'26
Rai	-1,8%	+0,1%
Mediaset	-2,9%	-1,2%
Warner Bros. Discovery	-11,1%	-7,7%
Comcast/Sky	-4,6%	-1,4%
Cairo Comm./La7	+15,3%	+2,3%
Altri	-14,9%	-11,0%

Share in %



	Var. punti percentuali '24-'26	Var. punti percentuali '25-'26
Rai	+0,56	+0,67
Mediaset	+0,13	+0,15
Warner Bros. Discovery	-0,69	-0,51
Comcast/Sky	-0,10	+0,01
Cairo Comm./La7	+0,75	+0,18
Altri	-0,64	-0,49

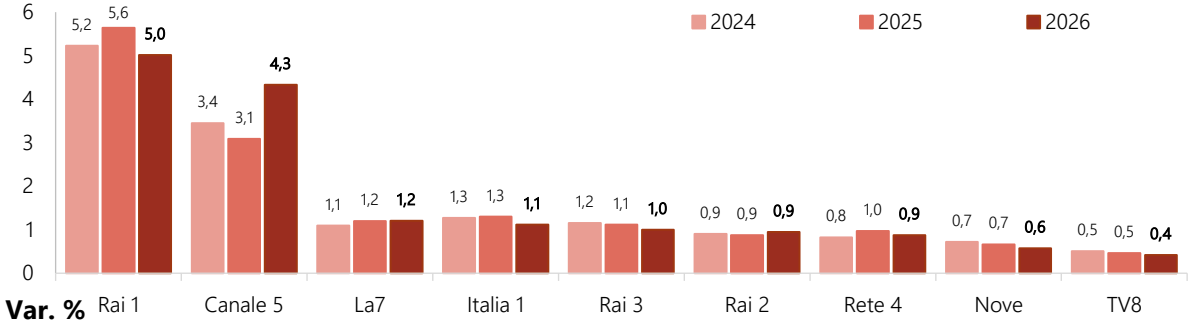
Nota: dati si riferiscono alla currency Total audience Live+Vosdal+VOD All Screen.

Fonte: elaborazioni Autorità su dati Auditel

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

GIORNO MEDIO – PRIME TIME

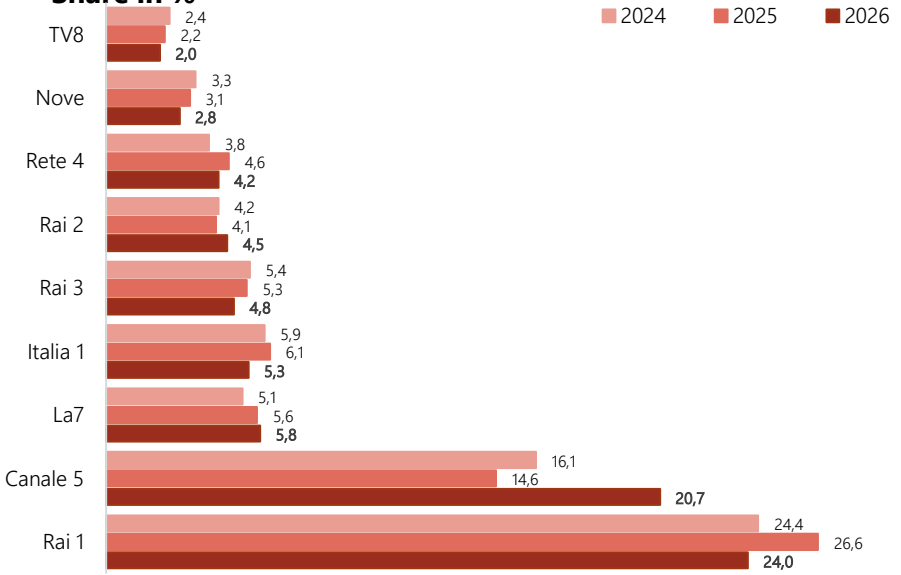
Spettatori medi giornalieri gen. – mar. (in milioni)



Var. %

	Rai 1	Canale 5	La7	Italia 1	Rai 3	Rai 2	Rete 4	Nove	TV8
'24-'26	-4,2	+25,5	+10,1	-12,4	-13,6	+5,0	+6,3	-19,9	+17,2
'25-'26	-11,1	+40,2	+0,7	+14,3	-10,5	+8,6	-9,8	-13,4	-9,2

Share in %

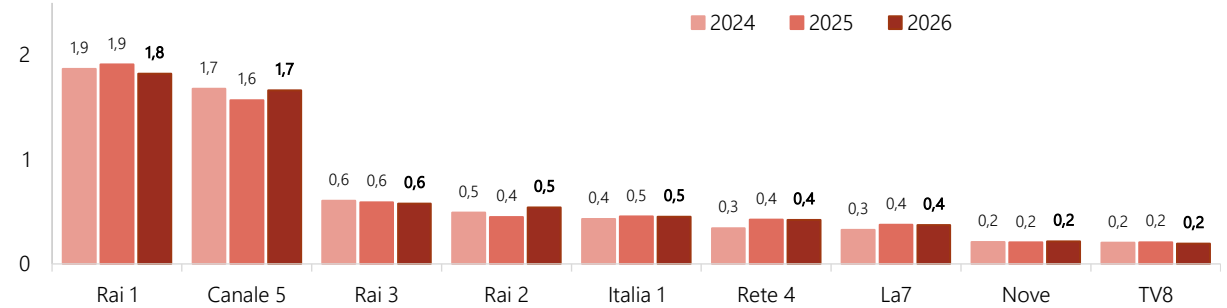


Var. punti percentuali

Canale	'25-'26
Rai 1	-2,6
Canale 5	+6,1
Italia 1	-0,8
La7	+0,1
Rai 3	-0,5
Rete 4	-0,4
Rai 2	+0,4
Nove	-0,4
TV8	-0,2

GIORNO MEDIO – INTERO GIORNO

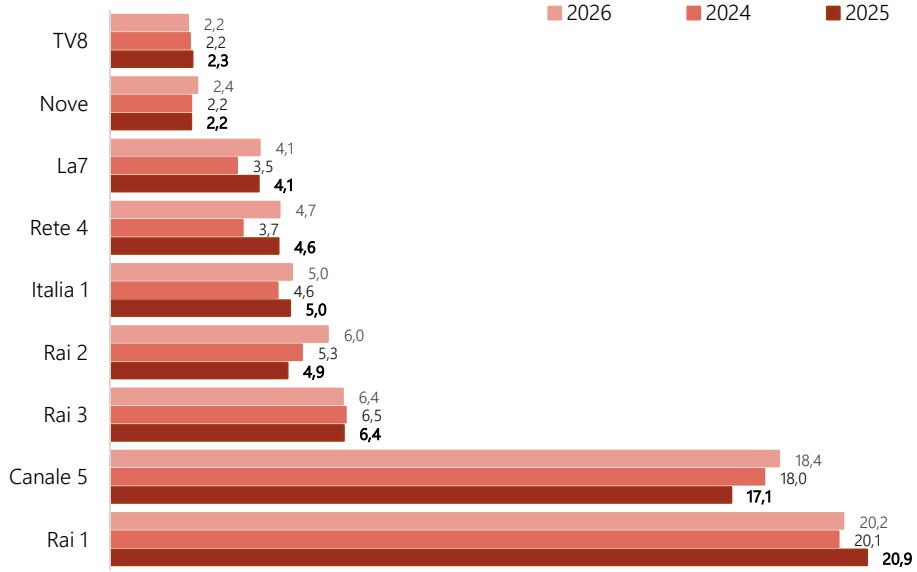
Spettatori medi giornalieri gen. – mar. (in milioni)



Var. %

	Rai 1	Canale 5	Rai 3	Rai 2	Italia 1	Rete 4	La7	Nove	TV8
'24-'26	-2,5	-1,0	-4,4	+9,9	+5,2	+23,7	+14,0	+3,9	-5,3
'25-'26	-4,7	6,0	-2,0	+20,8	-0,5	-1,0	-1,0	+5,7	-6,7

Share in %



Var. punti percentuali

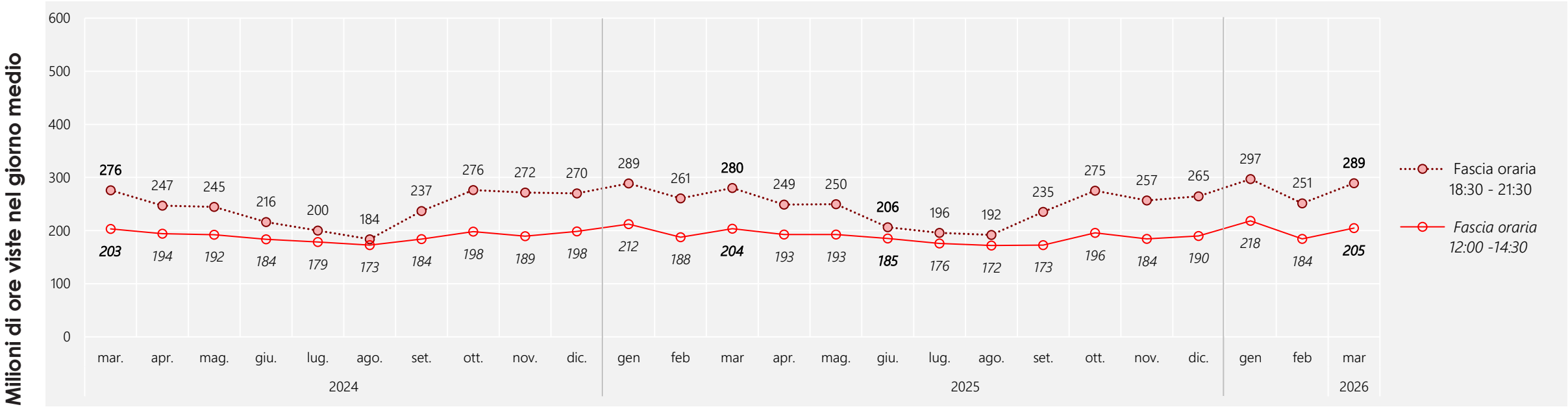
Canale	'25-'26
Rai 1	-0,6
Canale 5	+1,3
Italia 1	+0,1
La7	0,0
Rai 3	0,0
Rete 4	0,0
Rai 2	+1,1
Nove	+0,2
TV8	-0,1

Nota: dati si riferiscono alla currency Total audience Live+Vosdal+VOD All Screen.

Fonte: elaborazioni Autorità su dati Auditel

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

marzo 2024 – marzo 2026



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

	(2024)		(2025)		(2026)	
Fascia oraria: 18:30 – 21.00	279	-0,7%	276	+1,0%	279	+0,3
Fascia oraria: 12:00 – 14:30	202	-0,6%	201	+0,7%	203	+0,1%

*** 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.

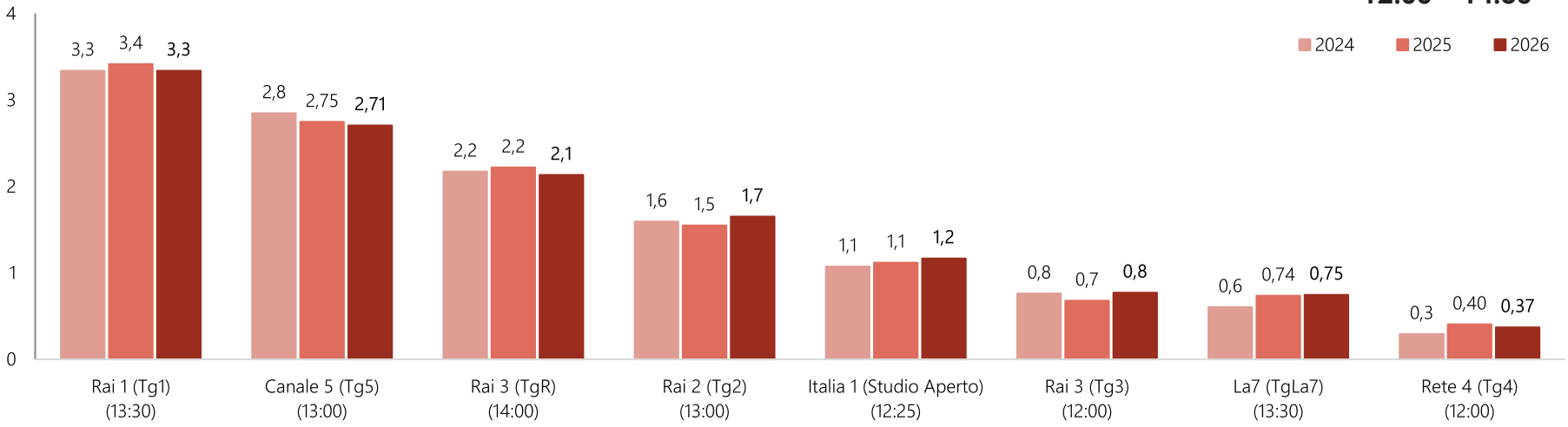
Nota: dati si riferiscono alla currency Total audience Live+Vosdal+VOD All Screen.

Fonte: elaborazioni Autorità su dati Auditel

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

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

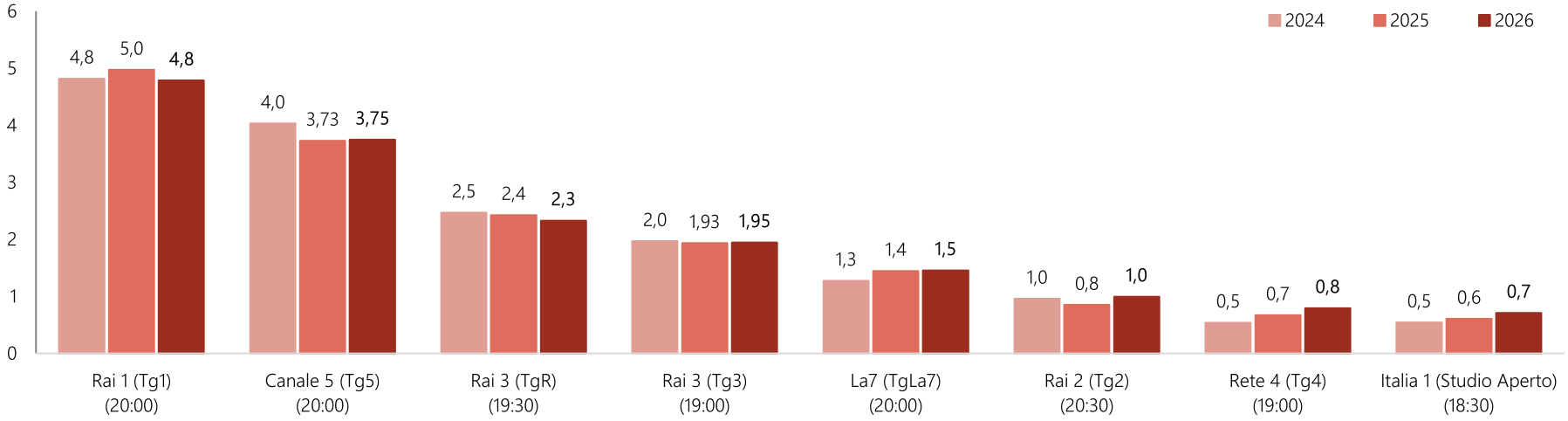
FASCIA ORARIA: 12:00 – 14:30



	Canale/TG	Var. % '24-'26	Var. % '25-'26
Rai	Rai 1 (Tg1 - 13:30)	0,0	-2,2
	Rai 2 (Tg2 - 13:00)	+3,7	+6,5
	Rai 3 (Tg3 - 12:00)	+1,5	+13,7
	Rai 3 (TgR - 14:00)	-1,8	-3,9
Mediaset	Canale 5 (Tg5 - 13:00)	-4,9	-1,4
	Italia 1 (Studio Aperto - 12:25)	+8,7	+4,4
	Rete 4 (Tg4 - 12:00)	+26,7	-8,1
Cairo Comm.	La7 (TgLa7 - 13:30)	+23,7	+1,6

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

FASCIA ORARIA: 18:30 – 21:30



	Canale/TG	Var. % '24-'26	Var. % '25-'26
Rai	Rai 1 (Tg1 - 20:00)	-0,7	-3,8
	Rai 2 (Tg2 - 20:30)	+3,9	+17,1
	Rai 3 (Tg3 - 19:00)	-1,1	+0,6
	Rai 3 (TgR - 19:30)	-5,6	-4,0
Mediaset	Canale 5 (Tg5 - 20:00)	-7,0	+0,5
	Italia 1 (Studio Aperto - 18:30)	+30,9	+17,0
	Rete 4 (Tg4 - 19:00)	+47,0	+18,6
Cairo Comm.	La7 (TgLa7 - 20:00)	+14,4	+0,7

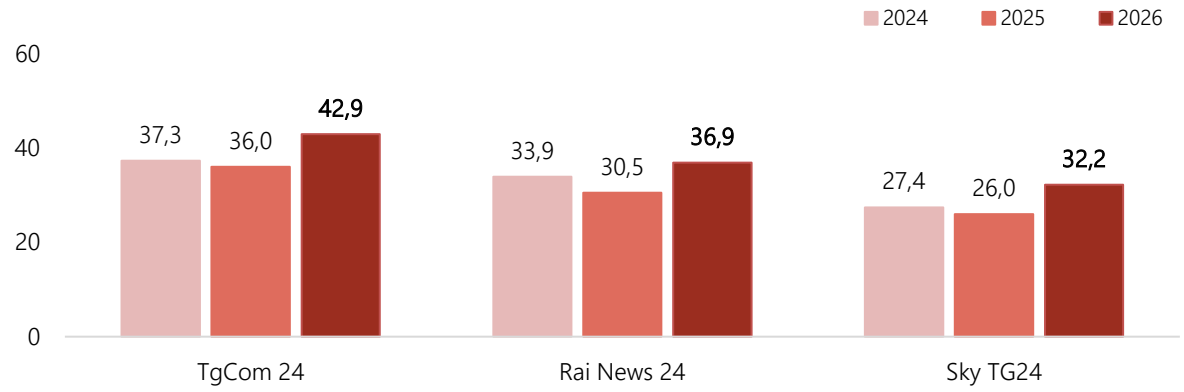
Fonte: elaborazioni Autorità su dati Auditel

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

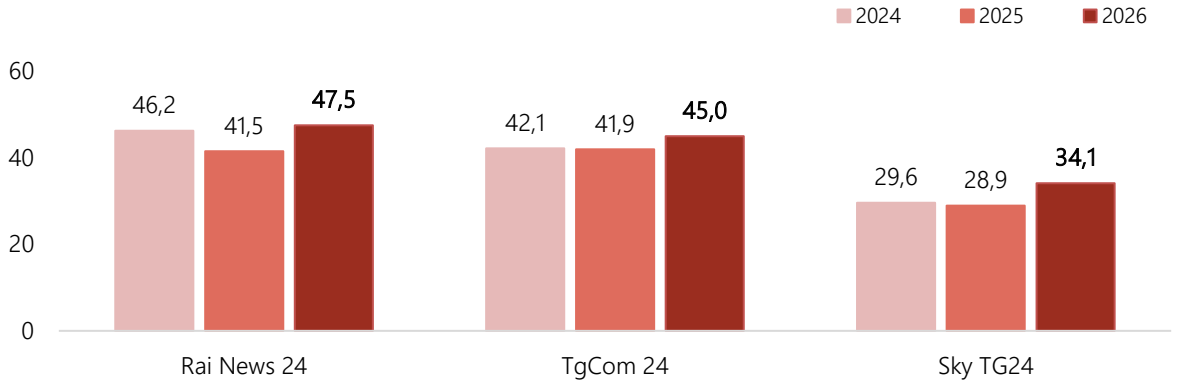
GIORNO MEDIO – PRIME TIME

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



GIORNO MEDIO – INTERO GIORNO

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



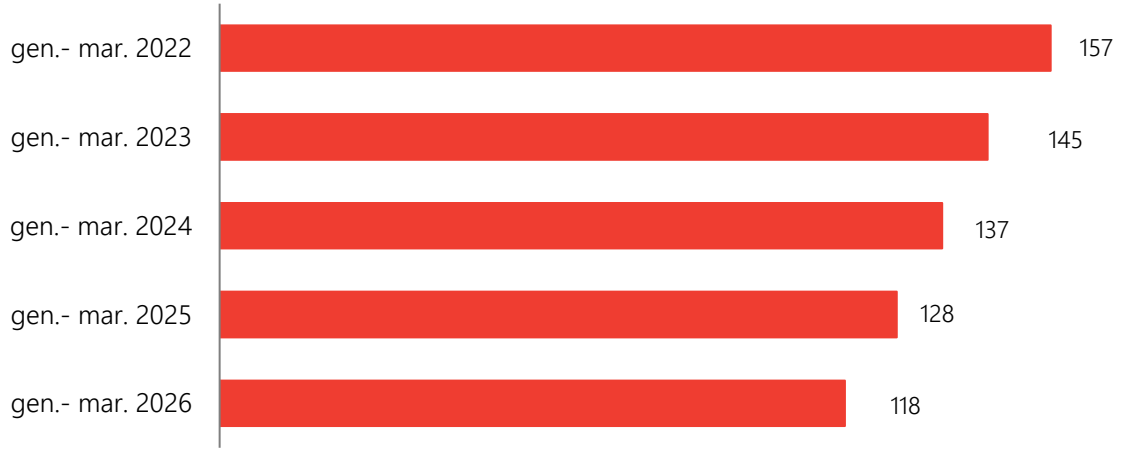
Spettatori medi giornalieri gen. – mar. (in migliaia)

	Anno	Intero giorno	07:00 09:00	12:00 15:00	20:30 22:30
Rai News 24	2026	47,5	94,2	53,3	36,9
	2025	41,5	86,9	47,1	30,5
	2024	46,2	98,3	53,0	33,9
Variazioni %	2025-2026	*14,5*	*8,4*	*13,2*	*20,8*
	2024-2026	*2,76*	*- 4,12*	*0,56*	*8,73*
TgCom 24	2026	45,0	81,6	79,8	42,9
	2025	41,9	76,0	74,4	36,0
	2024	42,1	79,7	72,1	37,3
Variazioni %	2025-2026	*7,3*	*7,3*	*7,3*	*19,0*
	2024-2026	*6,7*	*2,3*	*10,6*	*14,9*
Sky Tg24	2026	34,1	50,9	57,4	32,2
	2025	28,9	51,1	50,4	26,0
	2024	29,6	57,8	49,2	27,4
Variazioni %	2025-2026	*18,0*	*-0,4*	*13,8*	*24,0*
	2024-2026	*15,3*	*-12,0*	*16,6*	*17,4*

Fonte: elaborazioni Autorità su dati Auditel

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

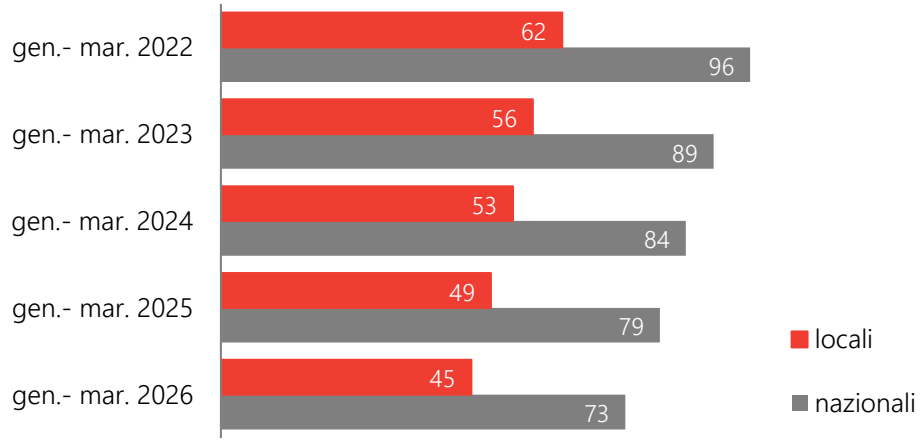
VENDITE COMPLESSIVE
(milioni di copie vendute)



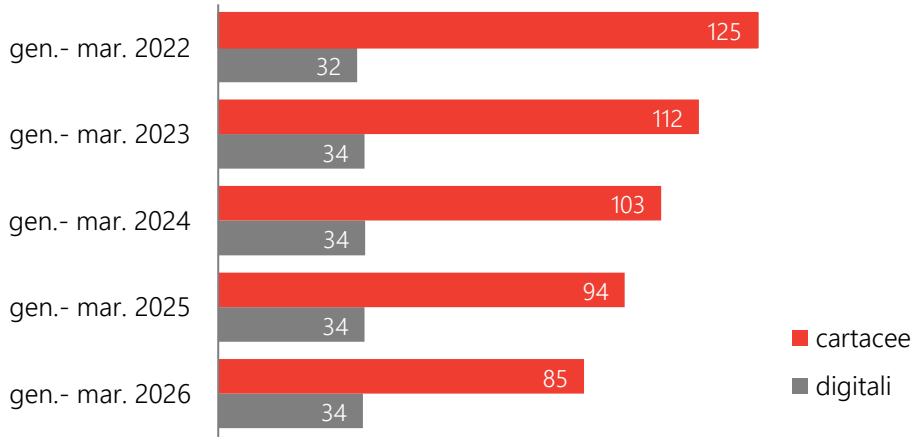
Variazione in %
Periodo marzo - marzo

	(2025 – 2026)	(2022 -2026)
Copie complessive:	**-7,6** ↓	**-24,8** ↓
Copie cartacee:	**-10,0** ↓	**-32,2** ↓
Copie digitali:	**-1,1** ↓	**+4,0** ↑
Copie quotidiani nazionali:	**-7,9** ↓	**-23,6** ↓
Copie quotidiani locali:	**-7,3** ↓	**-26,6** ↓

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



COPIE CARTACEE vs. DIGITALI



Nota: sono considerate le copie digitali e multiple, incluse quelle il cui prezzo è inferiore del 30% rispetto a quello della versione cartacea. Pertanto, i dati di questa edizione dell'osservatorio non sono del tutto confrontabili con quelli delle edizioni precedenti, in cui le copie con prezzo inferiore al 30% di quello della versione cartacea erano escluse dalla rilevazione.

Fonte: elaborazioni su dati ADS

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

COPIE CARTACEE PER MACRO CATEGORIA

(milioni di copie)

	gen.-mar.	2022	2023	2024	2025	2026
Testate nazionali	Generaliste Top 5	36,9	31,8	29,6	27,1	24,4
	Generaliste Altre	15,1	13,7	12,4	11,3	10,1
	Economici	5,1	4,6	3,6	3,3	2,9
	Sportivi	13,1	12,0	11,6	11,1	9,5
Testate locali	Top 10	27,7	25,0	23,3	20,9	18,9
	Altre testate	27,3	24,5	22,3	20,6	19,0

Variazione in %	gen.-mar.	('22 – '26)	('25 – '26)
Testate nazionali	Generaliste Top 5	-33,7 ↓	-9,9 ↓
	Generaliste Altre	-33,0 ↓	-10,4 ↓
	Economici	-42,8 ↓	-12,0 ↓
	Sportivi	-27,1 ↓	-13,9 ↓
Testate locali	Top 10	-31,9 ↓	-9,9 ↓
	Altre testate	-30,4 ↓	-7,7 ↓

COPIE DIGITALI PER MACRO CATEGORIA

(milioni di copie)

	gen.-mar.	2022	2023	2024	2025	2026
Testate nazionali	Generaliste Top 5	15,2	15,8	16,1	15,9	15,9
	Generaliste Altre	2,5	2,6	2,5	2,5	2,7
	Economici	6,4	6,4	6,4	6,2	5,9
	Sportivi	1,3	2,2	1,9	1,9	1,6
Testate locali	Top 10	3,4	3,5	3,7	3,8	3,9
	Altre testate	3,3	3,4	3,5	3,6	3,6

Variazione in %	gen.-mar.	('22 – '26)	('25 – '26)
Testate nazionali	Generaliste Top 5	+4,2 ↑	-0,5 ↓
	Generaliste Altre	+5,2 ↑	+5,6 ↑
	Economici	-7,6 ↓	-4,3 ↓
	Sportivi	+23,0 ↑	-13,4 ↓
Testate locali	Top 10	+13,7 ↑	+2,1 ↑
	Altre testate	+6,9 ↑	+0,4 ↑

Ripartizione delle testate

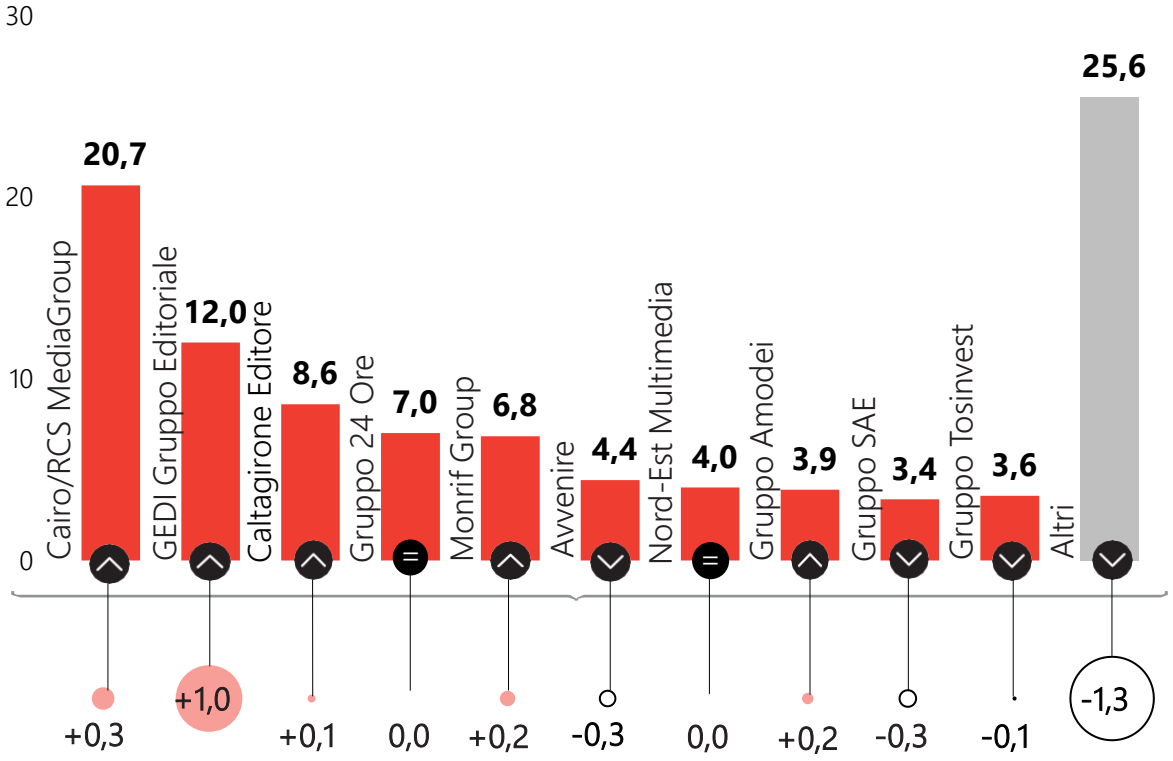
- Nazionali generaliste - Top 5: in termini di vendite complessive nel I trimestre del 2026: Corriere della Sera, La Repubblica, Avvenire, La Stampa, Fatto Quotidiano.
- Nazionali generaliste - Altri: Il Fatto quotidiano, Il Giornale, Il Manifesto, Il Tempo, La Verità, Libero.
- Nazionali sport: Corriere dello Sport, Gazzetta dello sport, Tuttosport.
- Nazionali economia: Italia Oggi, Il Sole 24 Ore.
- Locali-Top 10: in termini di vendite complessive nel I trimestre 2026: Dolomiten, l'Eco di Bergamo, Gazzetta di Parma, Il Gazzettino, Il Giornale di Brescia, Il Mattino, Il Messaggero Veneto, La Nazione, Il Resto del Carlino, L'Unione Sarda
- Locali-altre: rimanenti testate ADS.

Fonte: elaborazioni su dati ADS

2.10 EDITORIA QUOTIDIANA: DISTRIBUZIONE PER PRINCIPALI GRUPPI EDITORIALI

DISTRIBUZIONE DELLE COPIE COMPLESSIVE VENDUTE PER GRUPPI EDITORIALI (%)

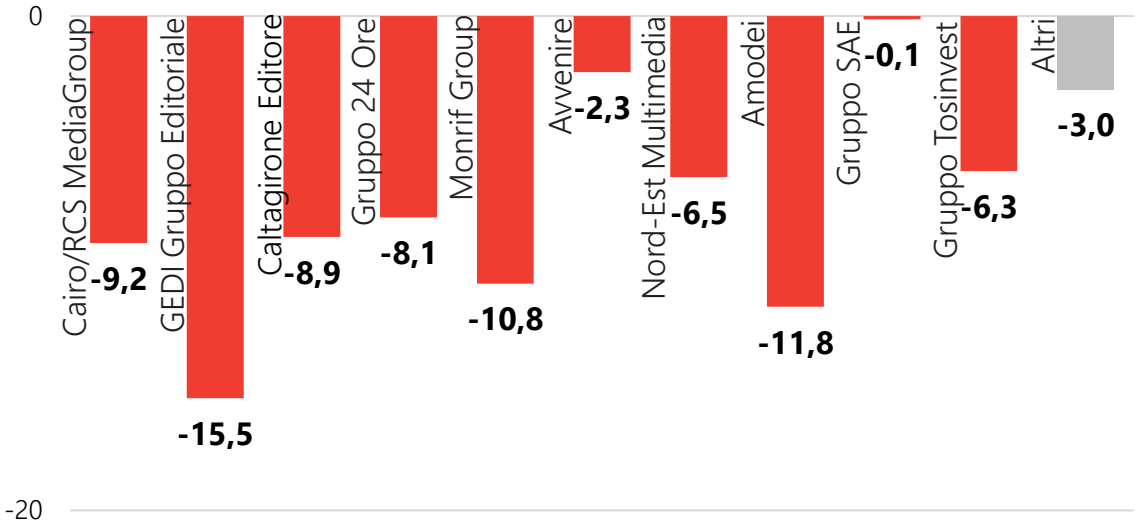
gennaio – marzo 2026



Differenza vs. gen. – mar. 2025
(punti percentuali)

VARIAZIONE DELLE COPIE COMPLESSIVE VENDUTE PER GRUPPI EDITORIALI (%)

DIFFERENZA VS. GEN. – MAR. 2025

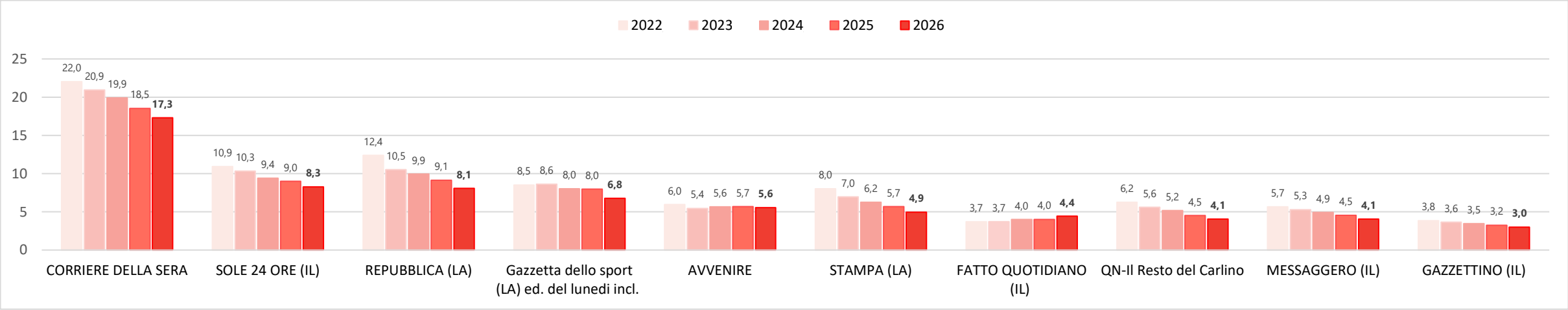


Nota: Il gruppo GEDI ha ceduto a Blue Media S.r.l. (Gruppo MSC) la testata "Il Secolo XIX" con decorrenza 29/09/2024 e nel 2025, con efficacia dal 1° luglio, ha ceduto la testata "La Provincia pavese" al gruppo SAE.

Fonte: elaborazioni su dati ADS

2.11 EDITORIA QUOTIDIANA: DISTRIBUZIONE DELLE PRINCIPALI TESTATE

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



Variazioni in milioni di copie 26/22	CORRIERE DELLA SERA	SOLE 24 ORE (IL)	REPUBBLICA (LA)	Gazzetta dello sport (LA)*	AVVENIRE	STAMPA (LA)	FATTO QUOTIDIANO (IL)	QN-Il Resto del Carlino	MESSAGGERO (IL)	GAZZETTINO (IL)
Copie complessive	-4,7	-2,7	-4,3	-1,7	-0,4	-3,1	0,7	-2,2	-1,6	-0,8
Copie cartacee	-5,1	-2,0	-0,5	-3,3	-3,0	-2,3	-1,6	-2,0	-0,9	-1,6
Copie digitali	0,4	-0,7	-1,1	1,2	0,3	-0,1	0,0	0,0	0,3	0,0

Variazioni in milioni di copie 26/25	CORRIERE DELLA SERA	SOLE 24 ORE (IL)	REPUBBLICA (LA)	Gazzetta dello sport (LA)*	AVVENIRE	STAMPA (LA)	FATTO QUOTIDIANO (IL)	QN-Il Resto del Carlino	MESSAGGERO (IL)	GAZZETTINO (IL)
Copie complessive	-1,2	-0,7	-1,1	-1,2	-0,1	-0,7	0,4	-0,4	-0,5	-0,2
Copie cartacee	-0,9	-1,0	-0,3	-0,7	-0,7	-0,5	-0,5	-0,4	-0,5	-0,4
Copie digitali	-0,3	-0,4	-0,3	0,5	-0,2	0,0	0,0	0,0	0,1	0,0

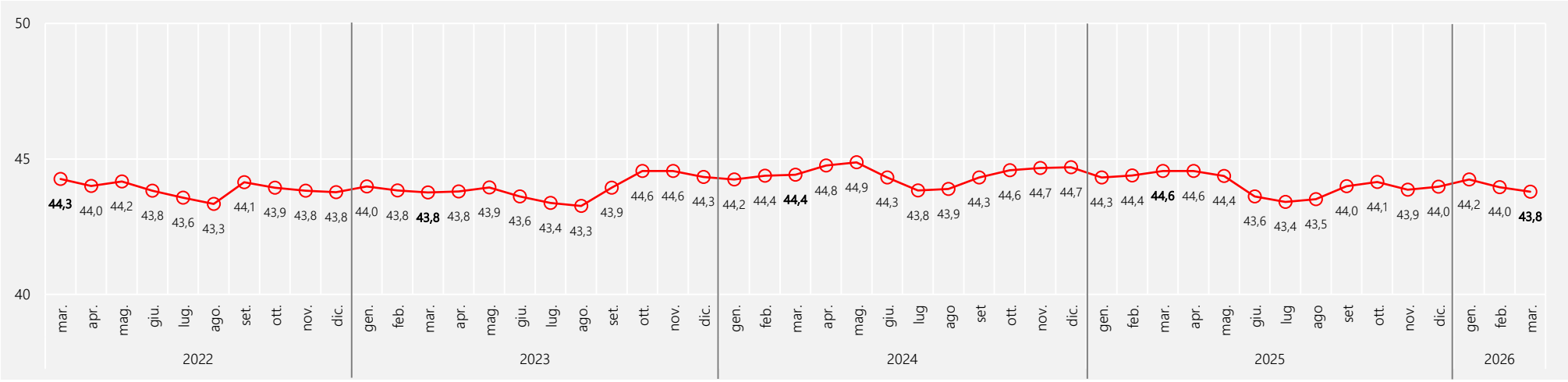
(*) – include edizione del lunedì

Fonte: elaborazioni su dati Autorità e ADS

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

MILIONI DI UTENTI UNICI MENSILI

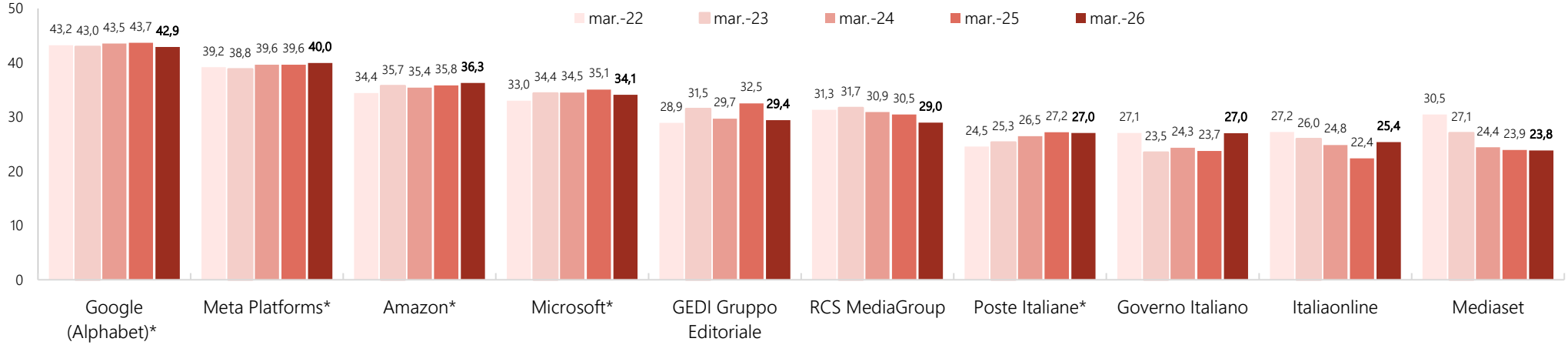
(marzo 2022 – marzo 2026)



43 milioni e **792** mila utenti unici si sono collegati a internet nel mese di marzo 2026 (**766** mila utenti in meno rispetto a marzo 2025)

Oltre **74** ore e **17** minuti complessivi trascorsi, in media, da ciascun utente navigando su internet nel mese di marzo 2026

UTENTI UNICI MENSILI DEI PRINCIPALI OPERATORI (Parent)



* Google (Alphabet), Meta Platforms (Meta), Amazon, Microsoft, Poste Italiane sono rilevati solo attraverso *Audicom Digital Panel.*

Fonte: elaborazioni Autorità su dati Audicom

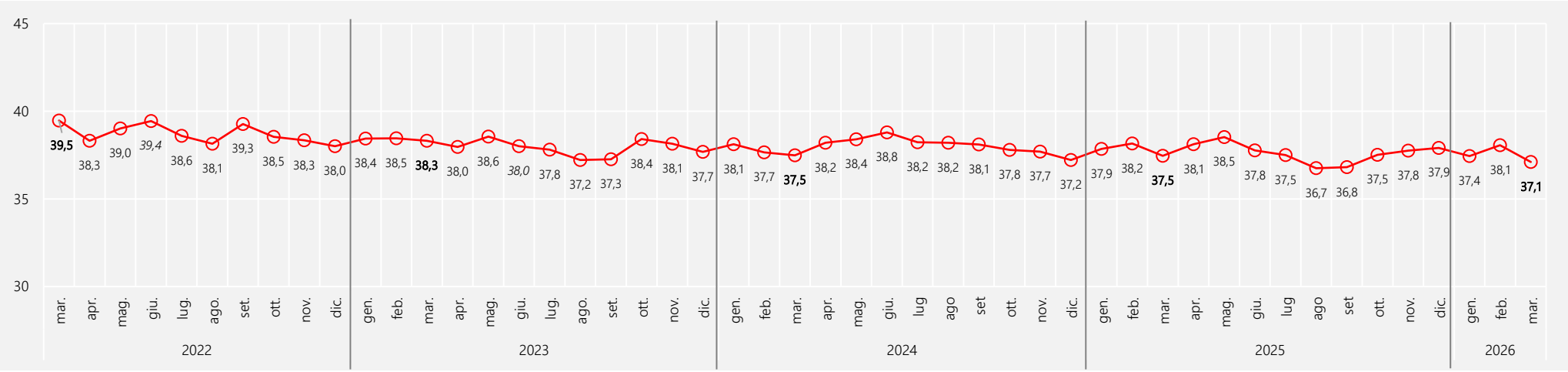
Utenti unici digitali: numero di individui diversi che hanno consumato un contenuto editoriale o multimediale di un sito Web o un'applicazione durante il periodo di riferimento. Gli utenti che hanno fruito dei contenuti più volte nel periodo considerato vengono contati una volta sola.

*** 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.

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

MILIONI DI UTENTI UNICI MENSILI

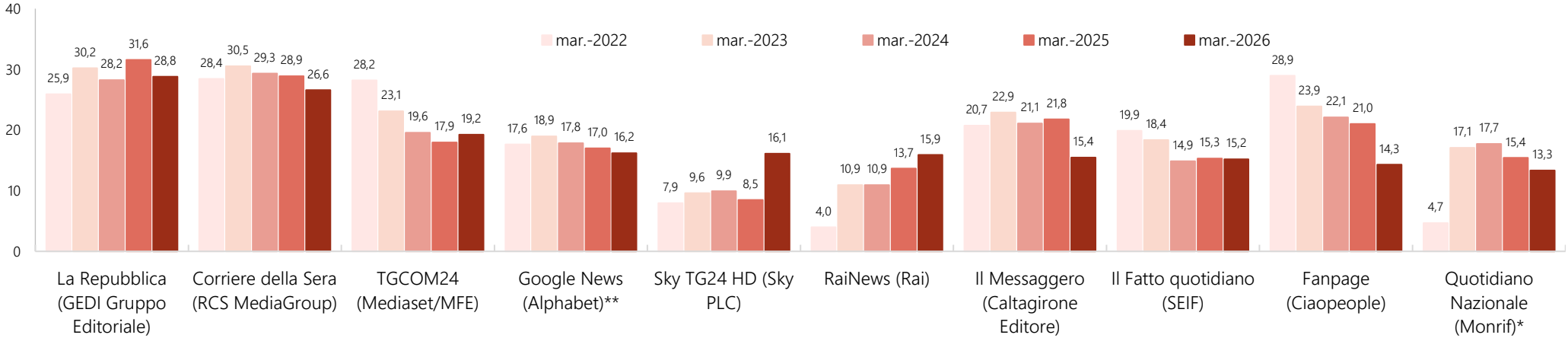
(marzo 2022 – marzo 2026)



37 milioni e **103** mila utenti unici si sono collegati a siti/APP di informazione generalista nel mese di marzo 2026 (circa **359** di utenti in meno rispetto a marzo 2025)

Oltre **59** minuti trascorsi, in media, da ciascun utente navigando su siti/APP di informazione generalista nel mese di marzo 2026

MILIONI DI UTENTI UNICI MENSILI DEI PRINCIPALI SITI



Utenti unici digitali: numero di individui diversi che hanno consumato un contenuto editoriale o multimediale di un sito Web o un'applicazione durante il periodo di riferimento. Gli utenti che hanno fruito dei contenuti più volte nel periodo considerato vengono contati una volta sola.

*** Nota**: a partire da aprile 2022 il gruppo Monrif è entrato nel sistema di rilevazione Audiweb (ora Audicom). Ciò ha comportato una modifica del perimetro di classificazione e della modalità di rilevazione che – oltre alla componente Panel (oggi Audicom Digital Panel, ex *Audiweb Panel*)– utilizza ora anche la componente censuaria (oggi Audicom Census, ex Audiweb Census). Per questa ragione i valori relativi ai mesi di marzo 2023, 2024, 2025 e 2026 non sono direttamente confrontabili con quello del marzo 2022.

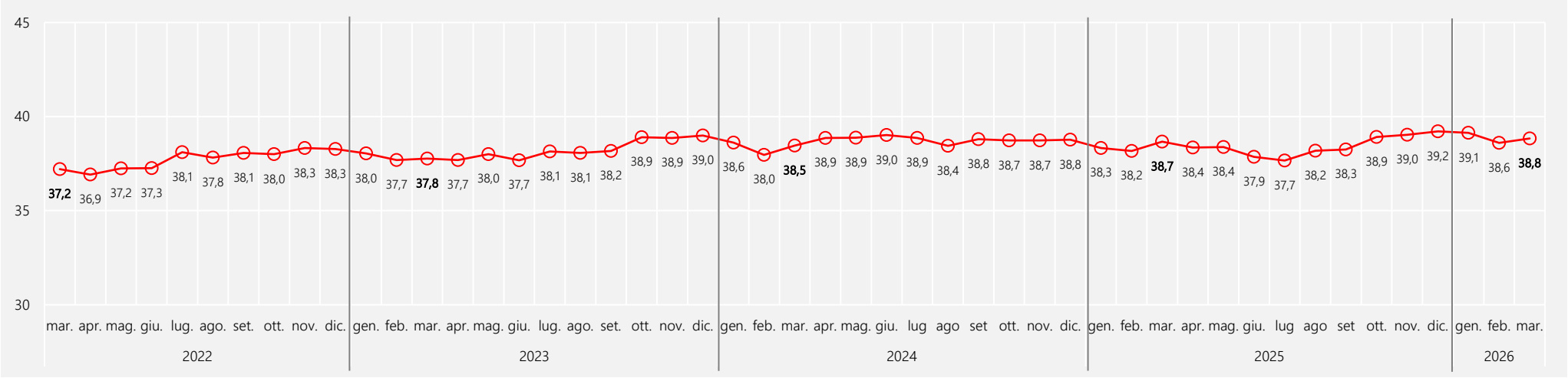
** Google News è rilevato solo attraverso *Audicom Digital Panel*.

Fonte: elaborazioni Autorità su dati Audicom
(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

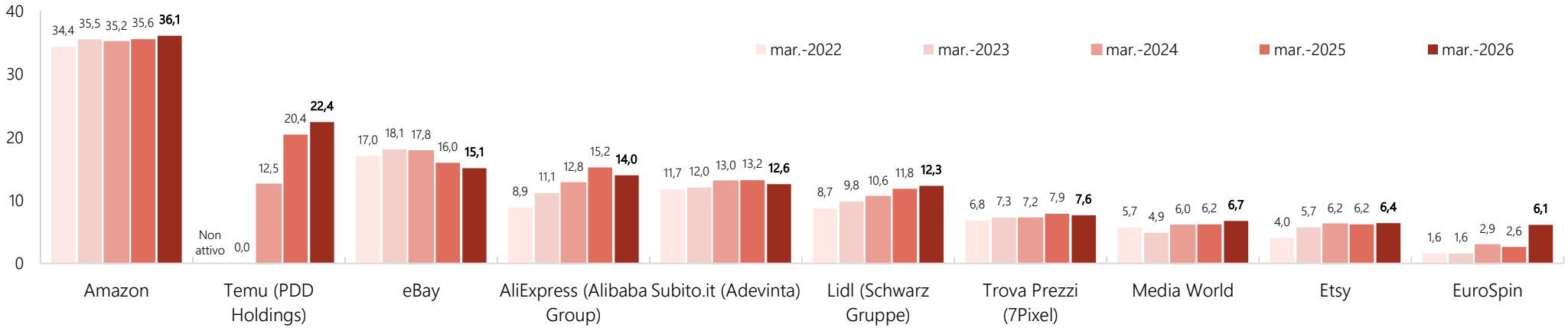
(marzo 2022 – marzo 2026)



38 milioni e **835** mila utenti unici si sono collegati a siti/APP di e-commerce nel mese di marzo 2026 (**174** mila utenti in più rispetto a marzo 2025)

2 ore e **33** minuti, in media, trascorse da ciascun utente navigando su siti/APP di e-commerce nel mese di marzo 2026

MILIONI DI UTENTI UNICI MENSILI DEI PRINCIPALI SITI*



Utenti unici digitali: numero di individui diversi che hanno consumato un contenuto editoriale o multimediale di un sito Web o un'applicazione durante il periodo di riferimento. Gli utenti che hanno fruito dei contenuti più volte nel periodo considerato vengono contati una volta sola.

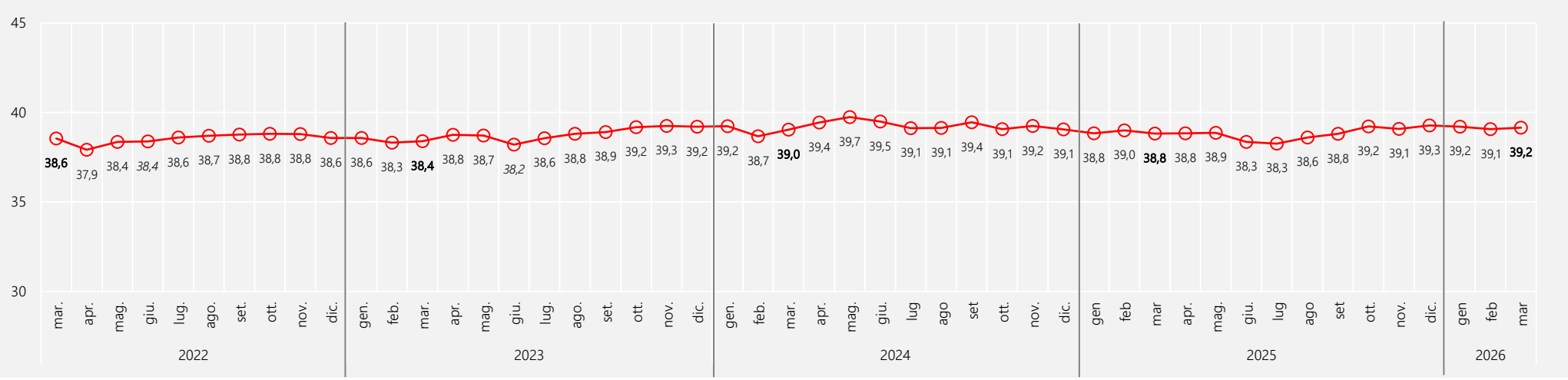
* **Nota**: i brand rappresentati sono rilevati solo attraverso *Audicom Digital Panel*.

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

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

MILIONI DI UTENTI UNICI MENSILI

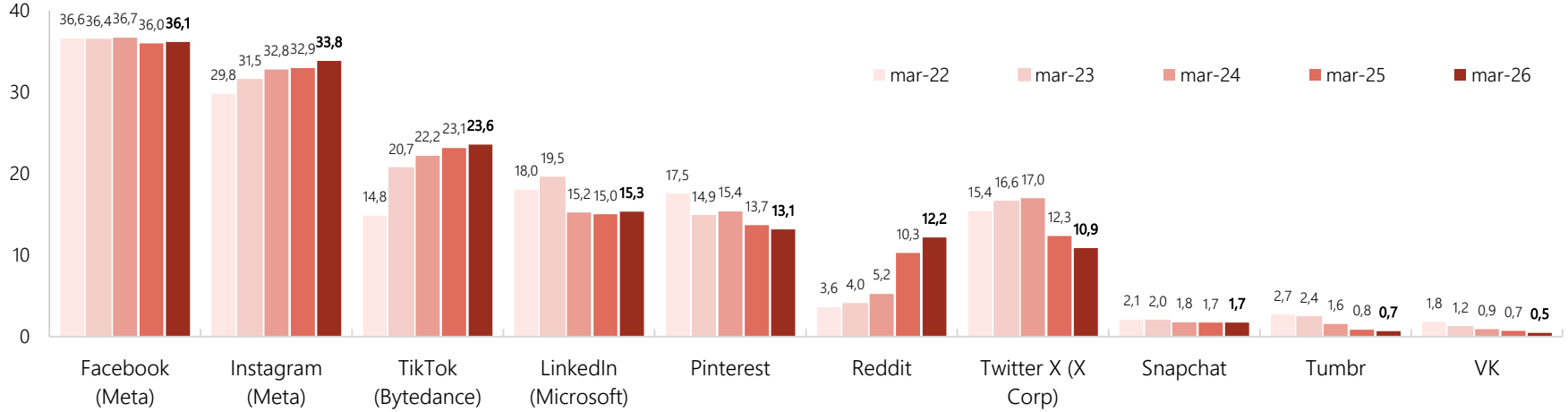
(marzo 2022 – marzo 2026)



39 milioni e **153** mila utenti unici si sono collegati a siti/APP di *social network* e *communities* che mostrano prevalentemente contenuti dei propri membri, fra cui i *social network*, nel mese di marzo 2026 (**330** mila utenti in più rispetto a marzo 2025)

23 ore e **55** minuti, in media, trascorse da ciascun utente navigando su siti/APP di *social network* e *communities* mese di marzo 2026

MILIONI DI UTENTI UNICI MENSILI DEI PRINCIPALI SITI*



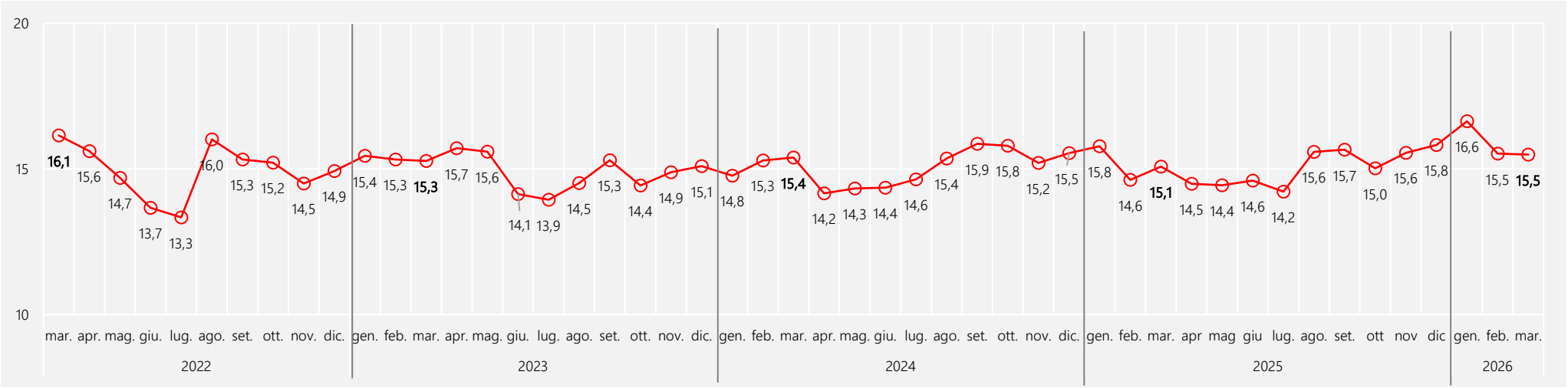
Utenti unici digitali: numero di individui diversi che hanno consumato un contenuto editoriale o multimediale di un sito Web o un'applicazione durante il periodo di riferimento. Gli utenti che hanno fruito dei contenuti più volte nel periodo considerato vengono contati una volta sola.

* **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.

Fonte: elaborazioni Autorità su dati Audicom
(Valori riferiti alla sub-categoria: «Social Network e Member Communities»)

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

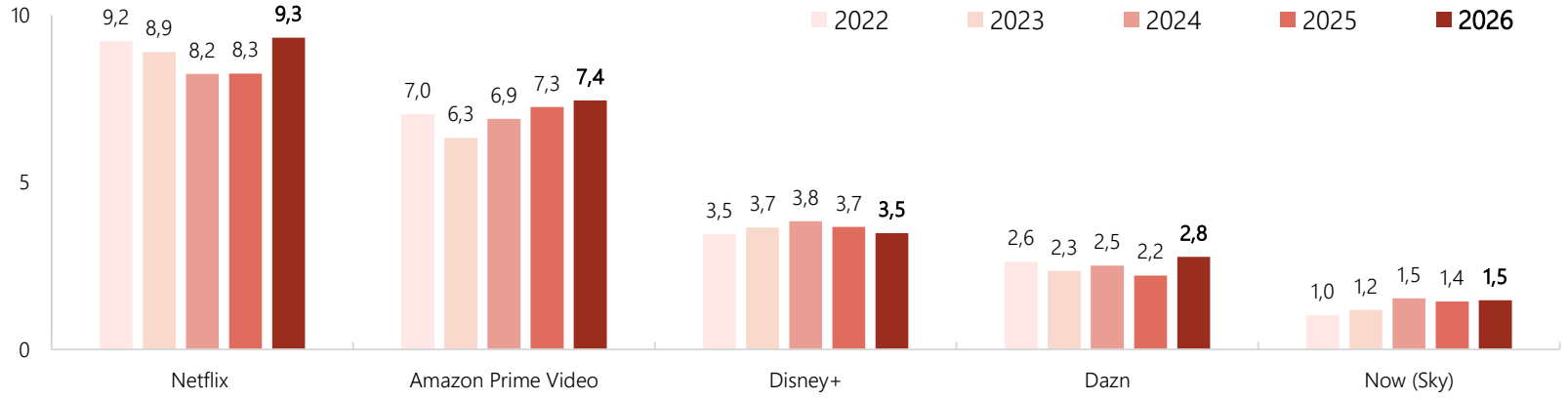
MILIONI DI UTENTI UNICI MENSILI (marzo 2022 – marzo 2026)



15 milioni e **490 mila** utenti unici si sono collegati a siti/APP di video on demand nel mese di marzo 2026 (**409** mila soggetti in più rispetto a marzo 2025)

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

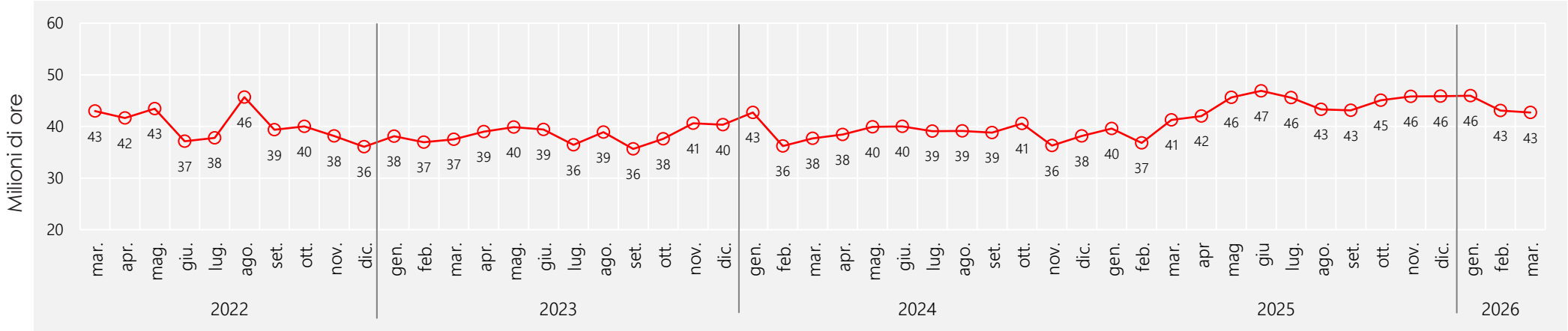
Nel grafico si riportano gli utenti unici della categoria costituita dai principali operatori che offrono in Italia servizi di video on demand a pagamento, in particolare: Alphabet/Google (Google Play Movies &TV); Amazon (Primevideo.com set. 20 - lug. 23; Amazon Streaming da ago. 23); Apple (Apple TV); 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 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

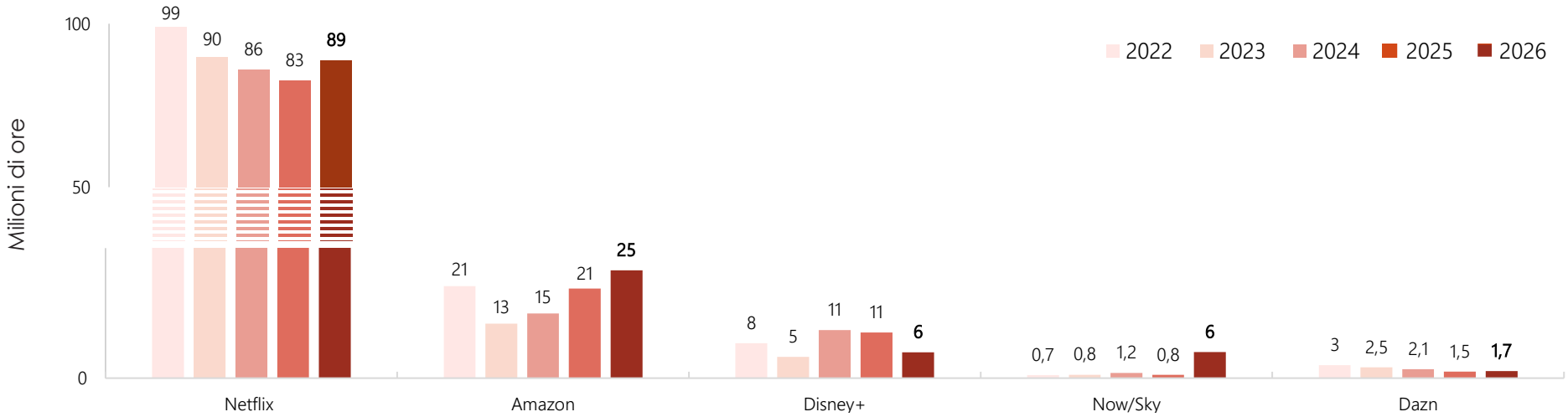
ORE COMPLESSIVE DI NAVIGAZIONE (marzo 2022 – marzo 2026)



A marzo 2026, il tempo trascorso sui siti/APP di servizi video on demand a pagamento è di quasi **43** milioni di ore

Il tempo trascorso in media da ciascun visitatore nel mese di marzo 2026 è pari a **2 ore e 45** minuti

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



Fonte: elaborazioni Autorità su dati Comscore

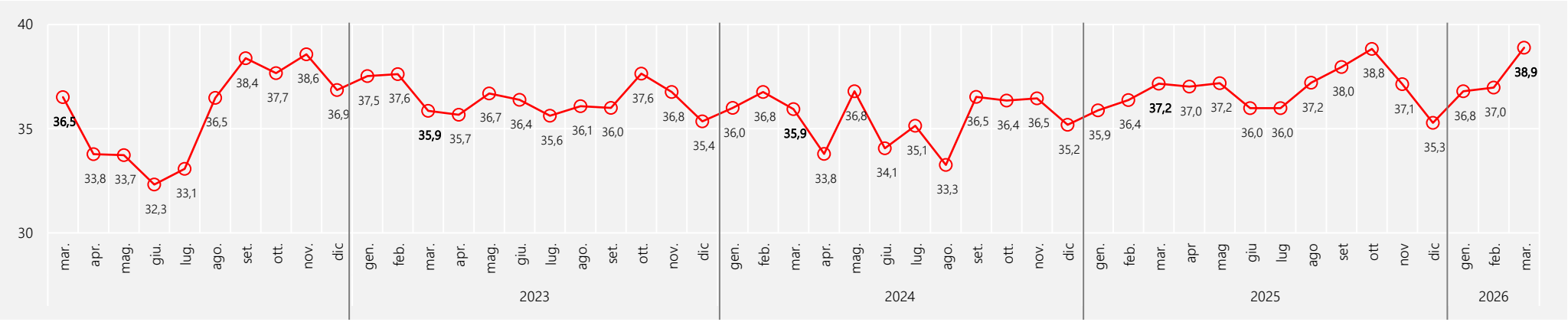
Nel grafico si riportano gli utenti unici della categoria costituita dai principali operatori che offrono in Italia servizi di video on demand a pagamento, in particolare: Alphabet/Google (Google Play Movies &TV); Amazon (Primevideo.com set. 20 - lug. 23; Amazon Streaming da ago. 23); Apple (Apple TV); 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 rappresentate le ore complessive dei primi 5 operatori per utenti unici (slide 2.16).

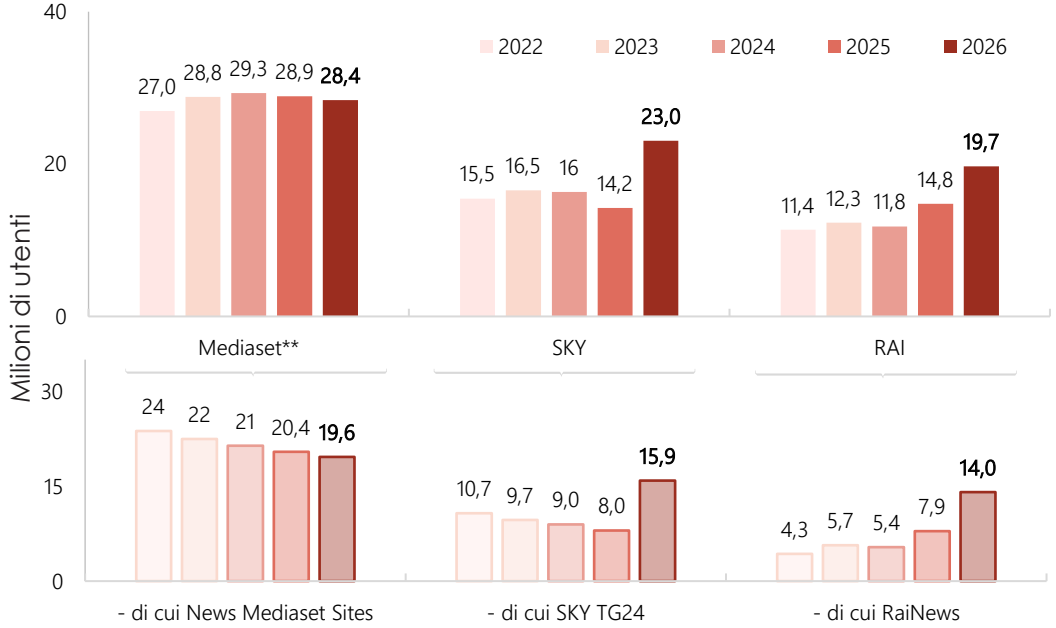
2.18 PIATTAFORME: UTENTI UNICI DEI SITI/APP DI SERVIZI VOD GRATUITI

MILIONI DI UTENTI UNICI MENSILI (marzo 2022 – marzo 2026)



38 milioni e **889** mila utenti unici si sono collegati a siti/APP di video on demand gratuiti nel mese di marzo 2026 (con un incremento di circa **1,7** milioni di utenti rispetto a marzo 2025)

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



* Sono rappresentati i primi operatori per utenti unici, nonché le loro componenti gratuite, fra quelle che comprendono news, sport e intrattenimento, più rilevanti in termini di utenti unici

** Gli utenti unici per MFE/Mediaset sono quelli relativi ai siti/app della componente Mediaset.it Sites che, in ragione di scelte editoriali, non consente di scorporare il traffico dei servizi VOD a pagamento inclusa in Mediaset Infinity Sites. Questa componente da inizio 2026 ammonta in media a circa 17 milioni e 248 mila utenti unici.

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, 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 (VVVVID.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).

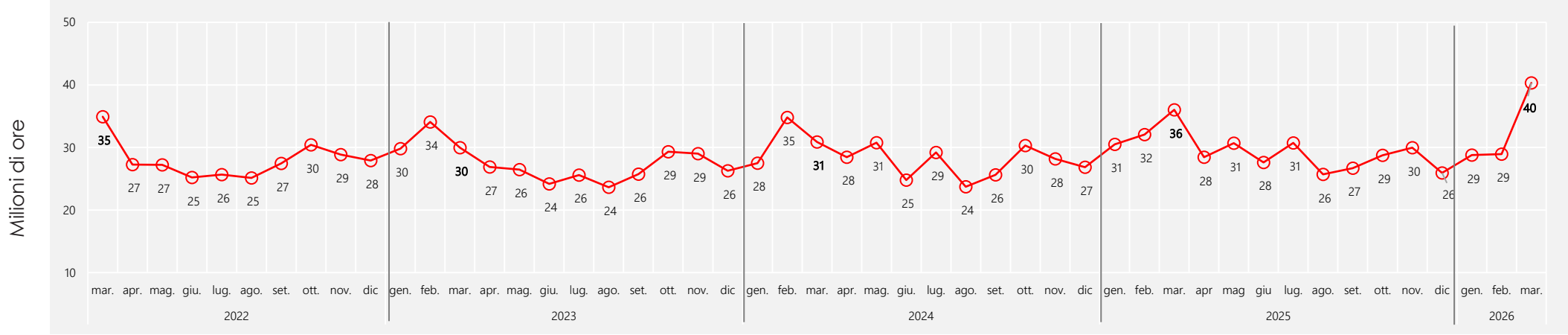
Si fa presente che in ragione di scelte editoriali per alcuni siti e applicazioni (Mediaset Infinity Sites; Warner Bros. Discovery) non è possibile scorporare la parte dei VOD a pagamento.

Nel leggere la serie storica occorre considerare che il tag in pagina sul sito di RaiPlay e di RaiNews risulta assente rispettivamente da febbraio 2021 e da novembre 2021, ed è stato reintrodotto da febbraio/marzo 2025.

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

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

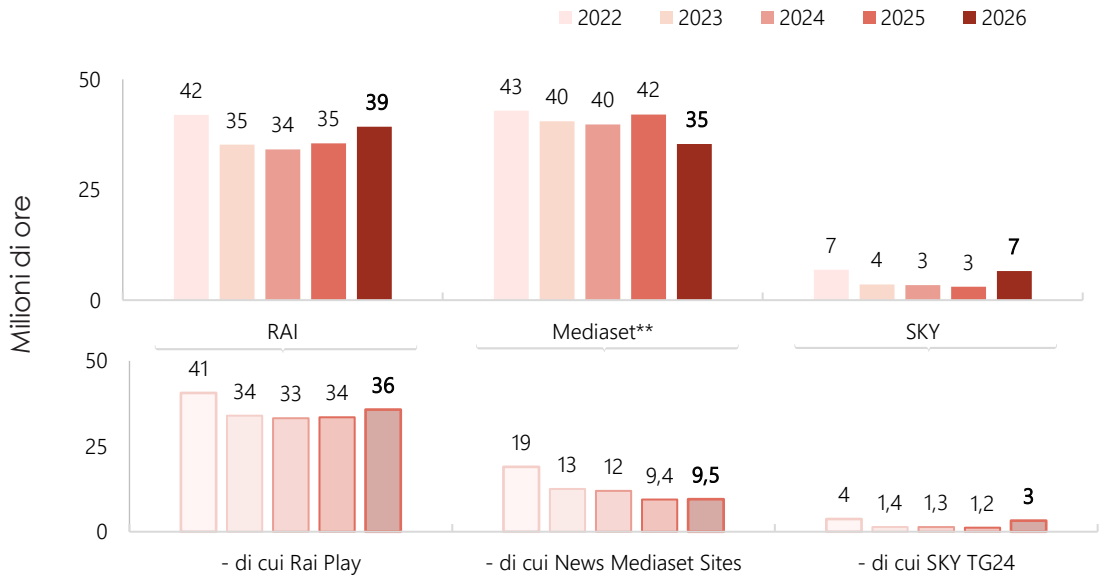
ORE COMPLESSIVE DI NAVIGAZIONE (marzo 2022 – marzo 2026)



A marzo 2026, il tempo trascorso sui siti/APP di servizi video on demand gratuiti è stato di circa **40** milioni di ore

Il tempo trascorso in media da ciascun visitatore nel mese di marzo 2026 è superiore a **62** minuti

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



* Sono rappresentate le ore complessive dei primi operatori per utenti unici di cui alla slide precedente, nonché le loro componenti gratuite, fra quelle che comprendono news, sport e intrattenimento gratuite, con maggiore numero di ore

** Le ore complessive per MFE/Mediaset sono quelle relative ai siti/app di Mediaset.it Sites che, in ragione di scelte editoriali, non consentono di scorporare il traffico dei servizi VOD a pagamento incluso in Mediaset Infinity Sites. Quest'ultima componente da inizio 2026 ammonta a poco più di 22 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 (VVVVID.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)

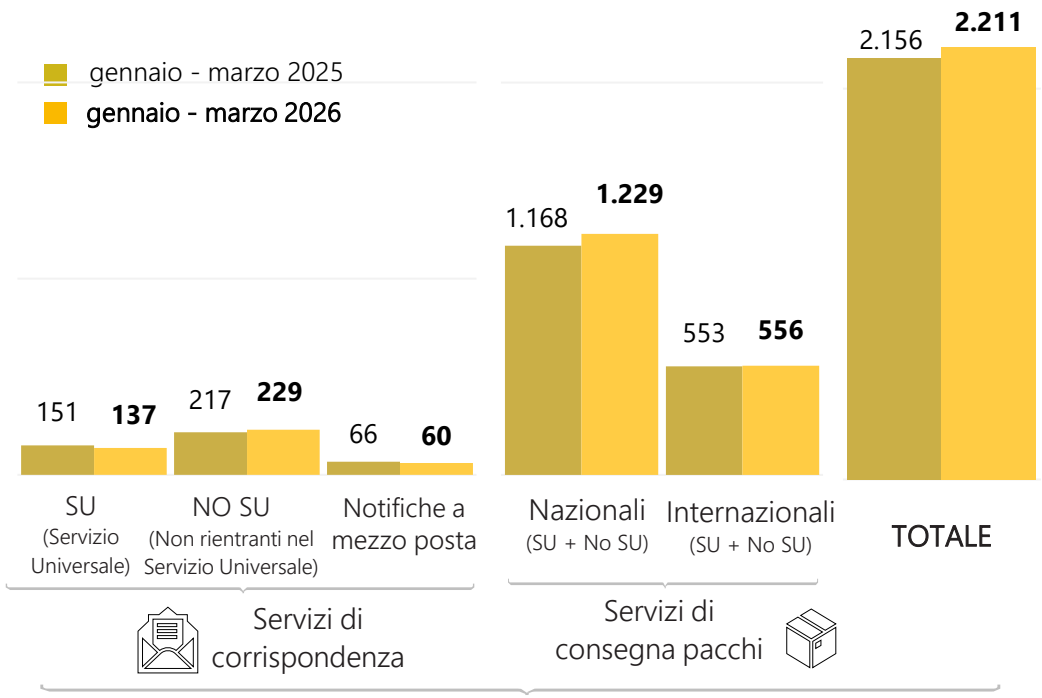
Nel leggere la serie storica occorre considerare che il tag in pagina sul sito di RaiPlay e di RaiNews risulta assente rispettivamente da febbraio 2021 e da novembre 2021, ed è stato reintrodotto da febbraio/marzo 2025.

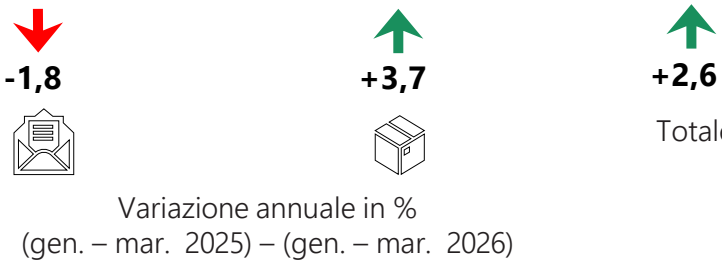
Il dato si riferisce al traffico Desktop e Mobile e non include il traffico da Connected TV.

3.1 SERVIZI POSTALI: ANDAMENTO DEI RICAVI

RICAVI CUMULATI DA INIZIO ANNO

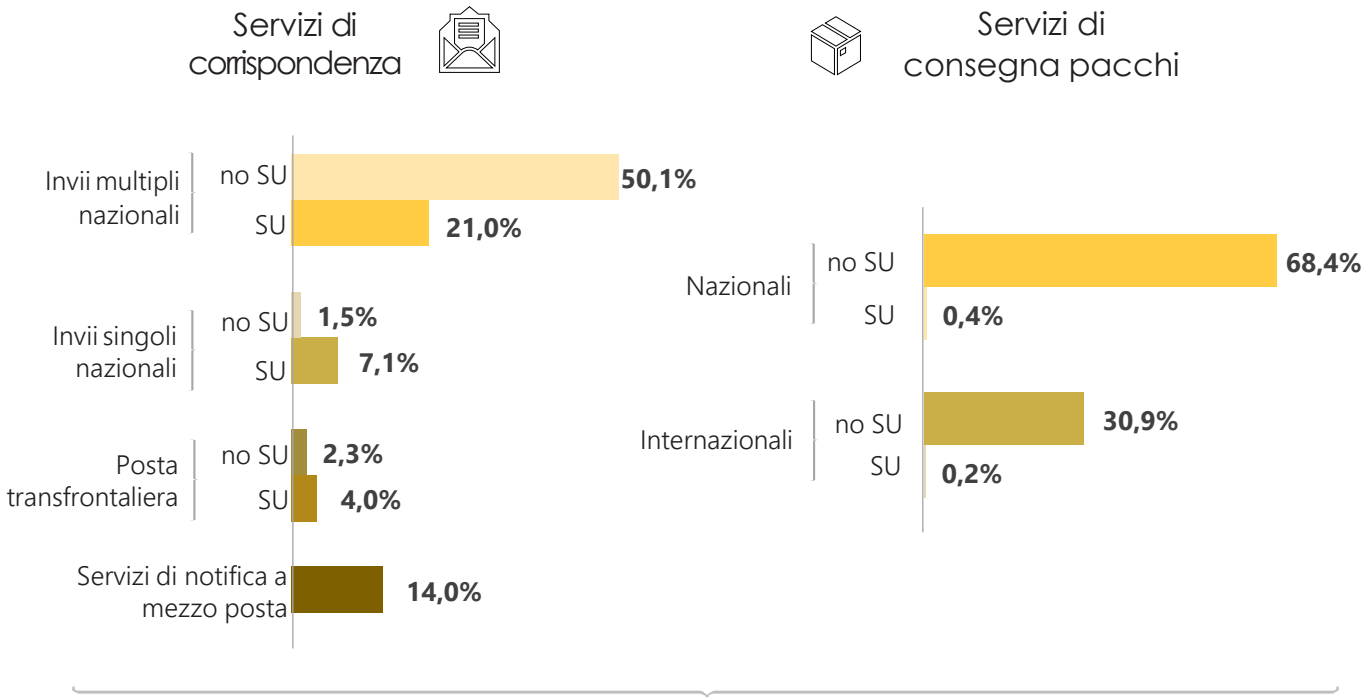
MILIONI DI €

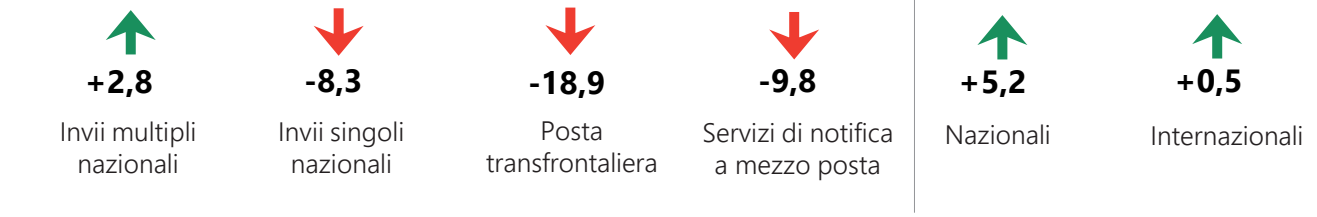




RIPARTIZIONE DEI RICAVI DA INIZIO ANNO (%)

(gennaio – marzo 2026)

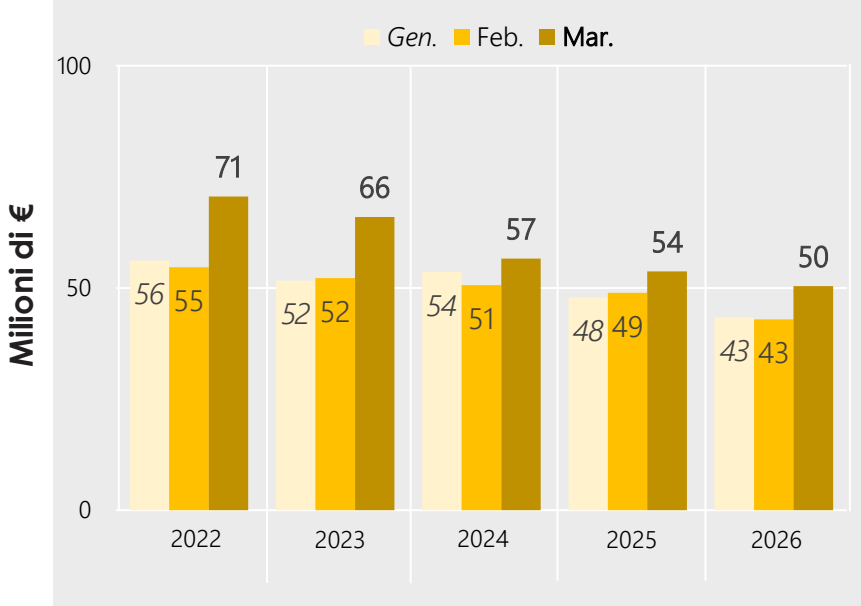




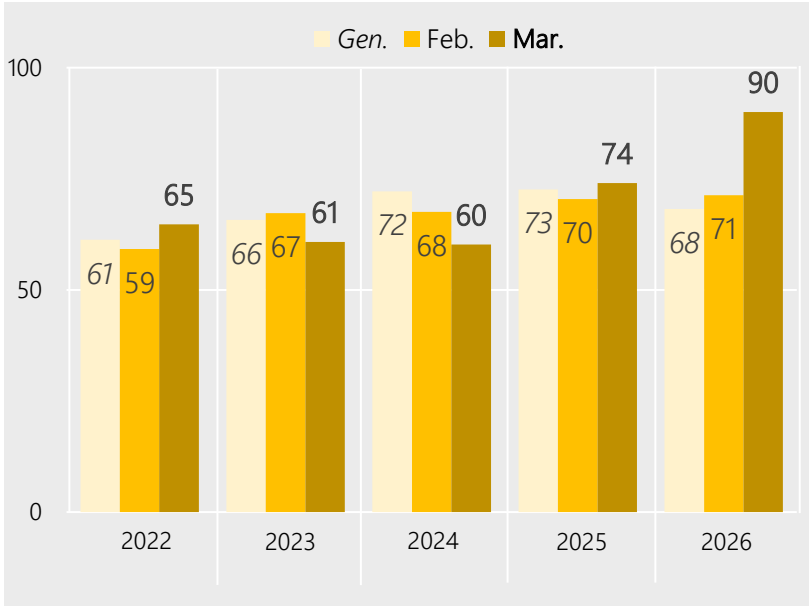
Nota: a seguito di riclassifiche effettuate dalle imprese i valori esposti non sono confrontabili con quanto corrispondentemente illustrato nelle precedenti versioni dell'Osservatorio
I dati esposti fanno riferimento ai seguenti operatori: Amazon Italia Transport S.r.l., BRT S.p.A., DHL Express Italy S.r.l., FedEx Express Italy S.r.l., Fulmine Group S.p.A., GLS Italy S.p.A., Locker Inpost Italia S.r.l., Nexive Group S.r.l., Poste Italiane S.p.A., Sailpost S.p.A., SDA Express Courier S.p.A., TNT Global Express S.r.l. e UPS Italia S.r.l.

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

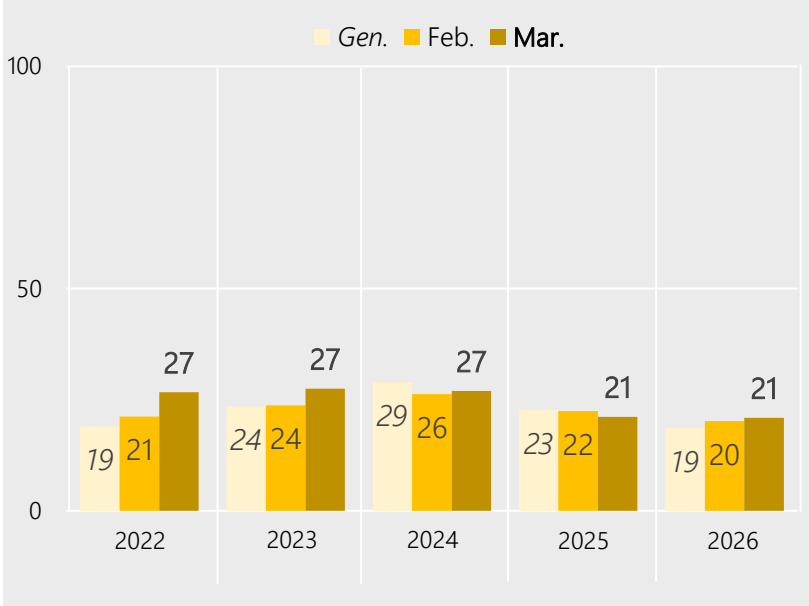
SERVIZIO UNIVERSALE



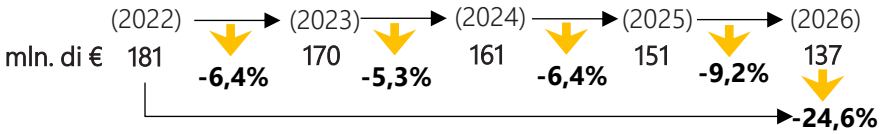
ALTRI SERVIZI (NO SU)

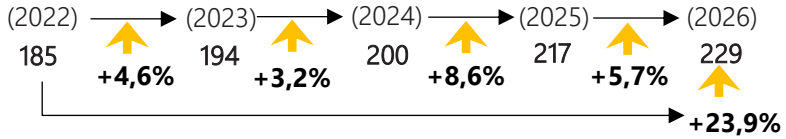


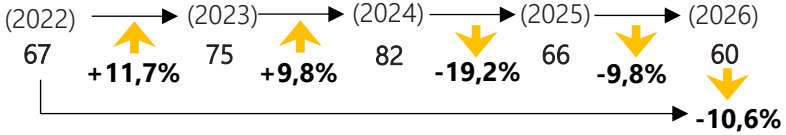
SERVIZI DI NOTIFICHE



1 Valori cumulati da inizio anno (gen. – mar.)







2 Confronto valori mensili (variazioni %)

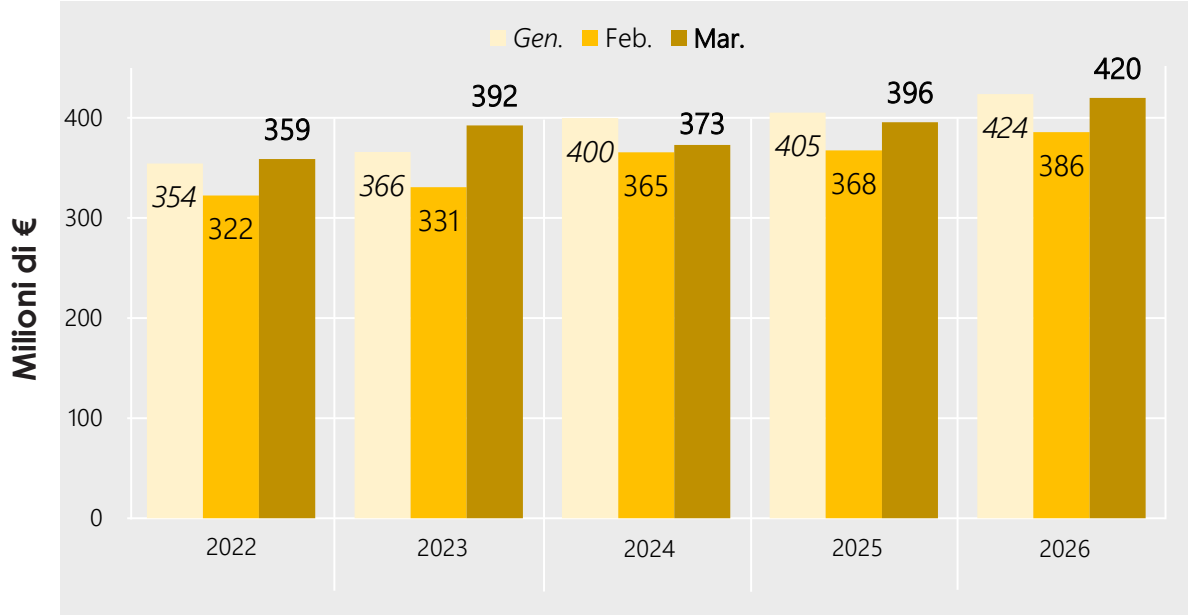
	Annuale				Di periodo
	2022/2023	2023/2024	2024/2025	2025/2026	2022/2026
Gennaio	-8,0	+3,8	-10,7	-9,4	-22,7
Febbraio	-4,5	-3,0	-3,3	-12,3	-21,5
Marzo	-6,5	-14,2	-5,1	-6,1	-28,6

	Annuale				Di periodo
	2022/2023	2023/2024	2024/2025	2025/2026	2022/2026
Gennaio	+7,3	+9,8	+0,6	-6,1	+11,2
Febbraio	+13,7	+0,4	+4,2	+1,2	+20,4
Marzo	-6,1	-1,0	+22,9	+21,7	+39,0

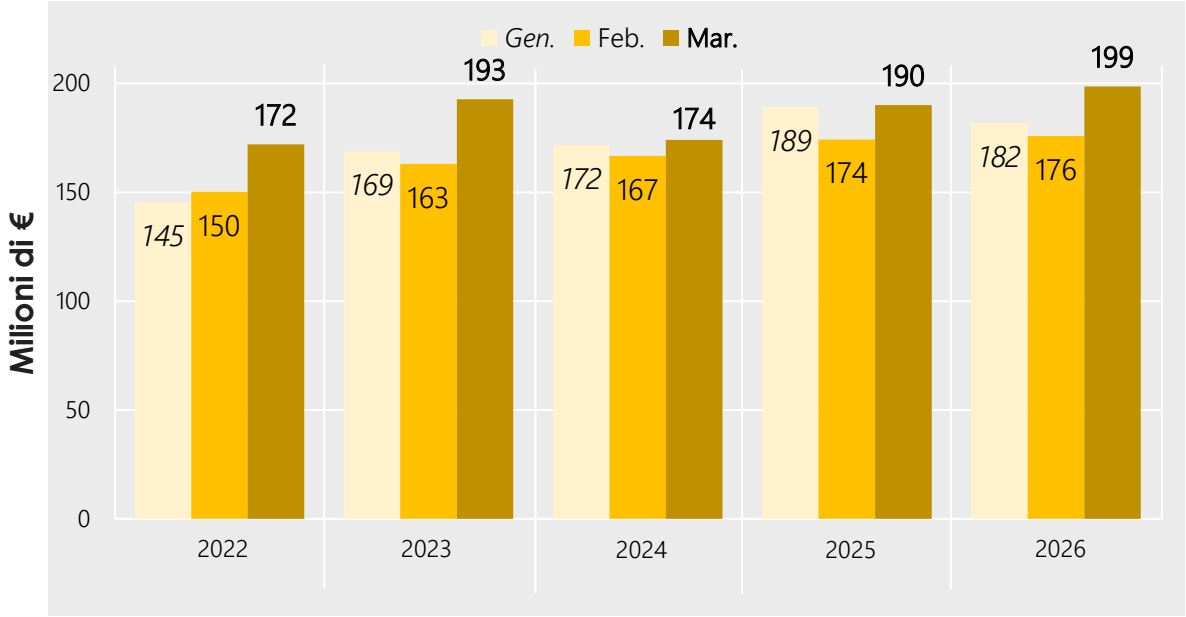
	Annuale				Di periodo
	2022/2023	2023/2024	2024/2025	2025/2026	2022/2026
Gennaio	+23,9	+22,8	-21,4	-17,9	-1,9
Febbraio	+11,7	+10,6	-14,6	-9,8	-4,8
Marzo	+3,1	-1,9	-21,5	-1,1	-21,5

3.3 SERVIZI POSTALI: RICAVI DA SERVIZI DI CONSEGNA PACCHI (andamento mensile)

NAZIONALI



INTERNAZIONALI



1 **Valori cumulati da inizio anno (gen. – mar.)**

mln. di €	(2022)		(2023)		(2024)		(2025)		(2026)
	1.036	↑ +5,2%	1.089	↑ +4,5%	1.138	↑ +2,7%	1.168	↑ +5,2%	1.229

→ ↑ +18,7%

2 **Confronto valori mensili (variazioni %)**

	Annuale				Di periodo
	2022/2023	2023/2024	2024/2025	2025/2026	2022/2026
Gennaio	+3,3	+9,2	+1,3	+4,6	+19,6
Febbraio	+2,6	+10,5	+0,6	+4,9	+19,6
Marzo	+9,3	-5,0	+6.1	+6,1	+16,9

1 **Valori cumulati da inizio anno (gen. – mar.)**

mln. di €	(2022)		(2023)		(2024)		(2025)		(2026)
	468	↑ +12,2%	524	↓ -2,3%	512	↑ +8,0%	553	↑ +0,5%	556

→ ↑ +19,0%

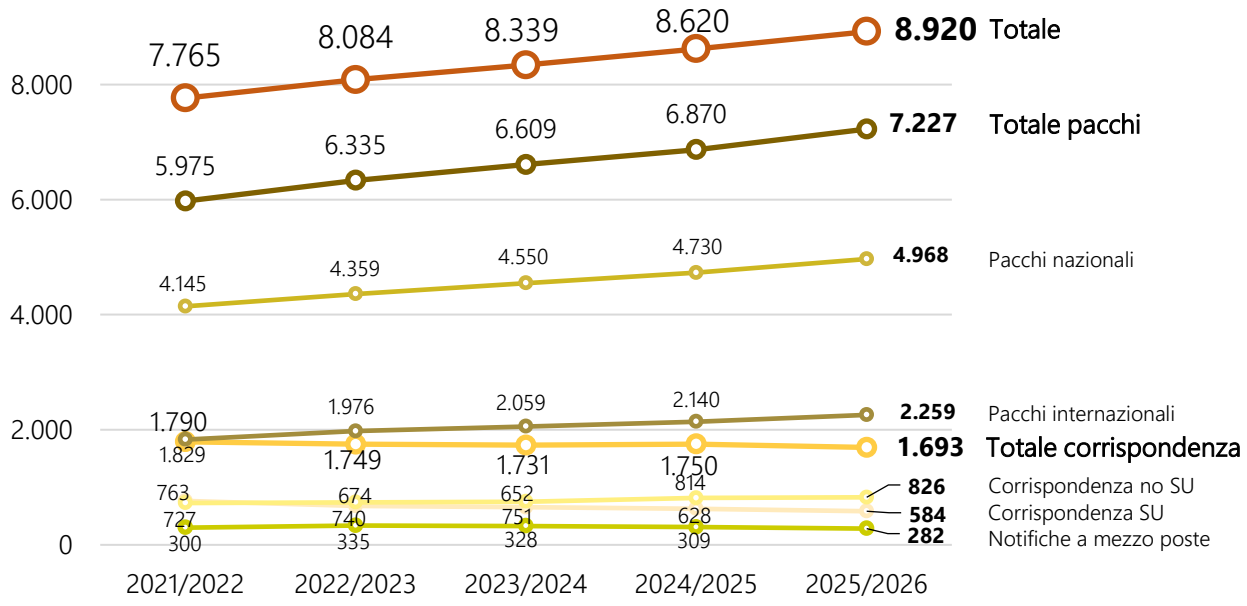
2 **Confronto valori mensili (variazioni %)**

	Annuale				Di periodo
	2022/2023	2023/2024	2024/2025	2025/2026	2022/2026
Gennaio	+16,1	+1,7	+10,1	-3,8	+25,0
Febbraio	+8,5	+2,3	+4,5	+1,0	+17,1
Marzo	+12,0	-9,7	+9,2	+4,5	+15,5

3.4 SERVIZI POSTALI: TREND STORICO DEI RICAVI

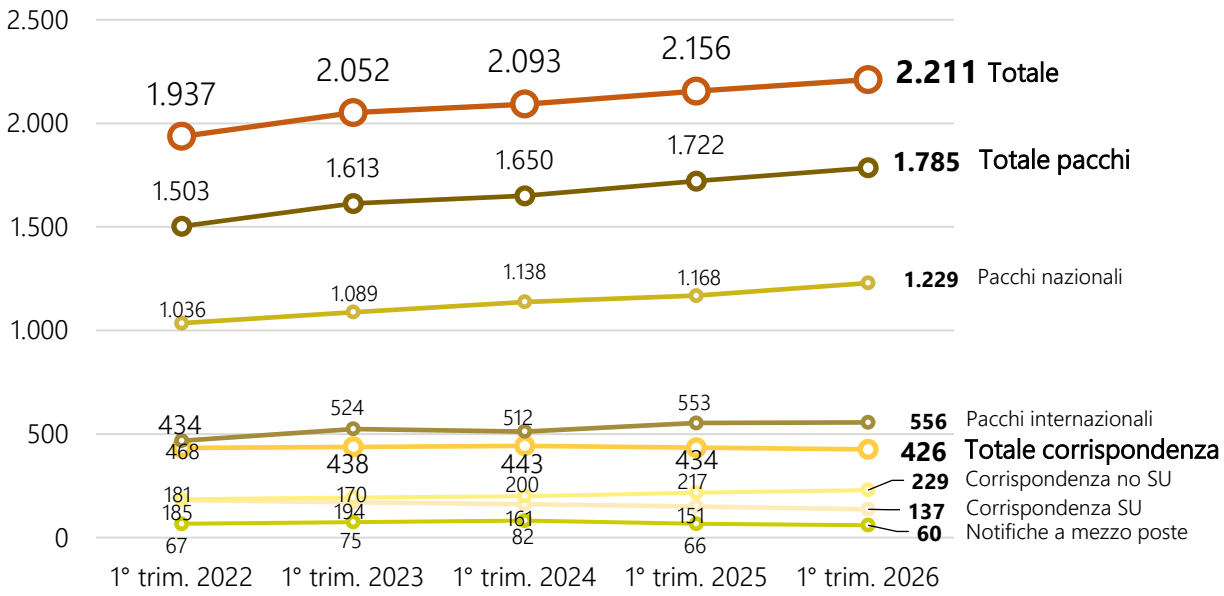
BASE ANNUALE (VALORI CUMULATI 12 MESI)

MILIONI DI €



BASE TRIMESTRALE

MILIONI DI €



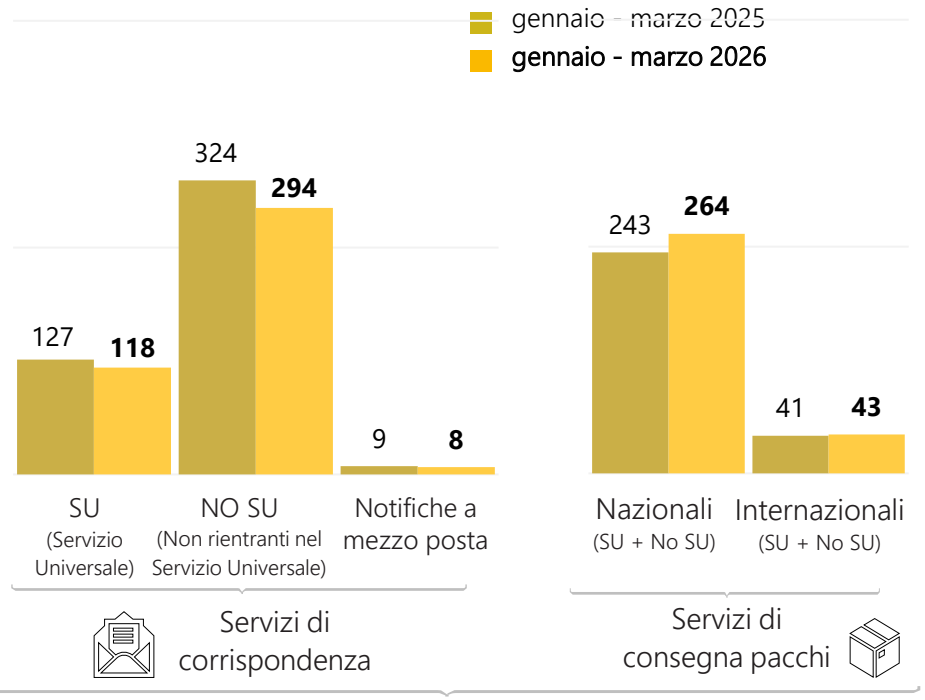
	Variazione in % (2021/2022 – 2025/2026)	Variazione in % (2024/2025 – 2025/2026)
Totale:	**+14,9**	**+3,5**
Servizi di corrispondenza:	**-5,4**	**-3,3**
- Servizio Universale:	-23,4	-6,9
- No Servizio Universale:	+13,7	+1,5
- Notifiche a mezzo posta:	-5,9	-8,6
Servizi di consegna pacchi:	**+21,0**	**+5,2**
- Pacchi nazionali:	+19,8	+5,0
- Pacchi internazionali:	+23,5	+5,5

	Variazione in % (1° trim. 2022 – 1° trim 2026)	Variazione in % (1° trim 2025 – 1° trim. 2026)
Totale:	**+14,2**	**+2,6**
Servizi di corrispondenza:	**-1,7**	**-1,8**
- Servizio Universale:	-24,6	-9,2
- No Servizio Universale:	+23,9	+5,7
- Notifiche a mezzo posta:	-10,6	-9,8
Servizi di consegna pacchi:	**+18,8**	**+3,7**
- Pacchi nazionali:	+18,7	+5,2
- Pacchi internazionali:	+19,0	+0,5

3.5 SERVIZI POSTALI: ANDAMENTO DEI VOLUMI

VOLUMI COMPLESSIVI DA INIZIO ANNO

MILIONI DI INVII



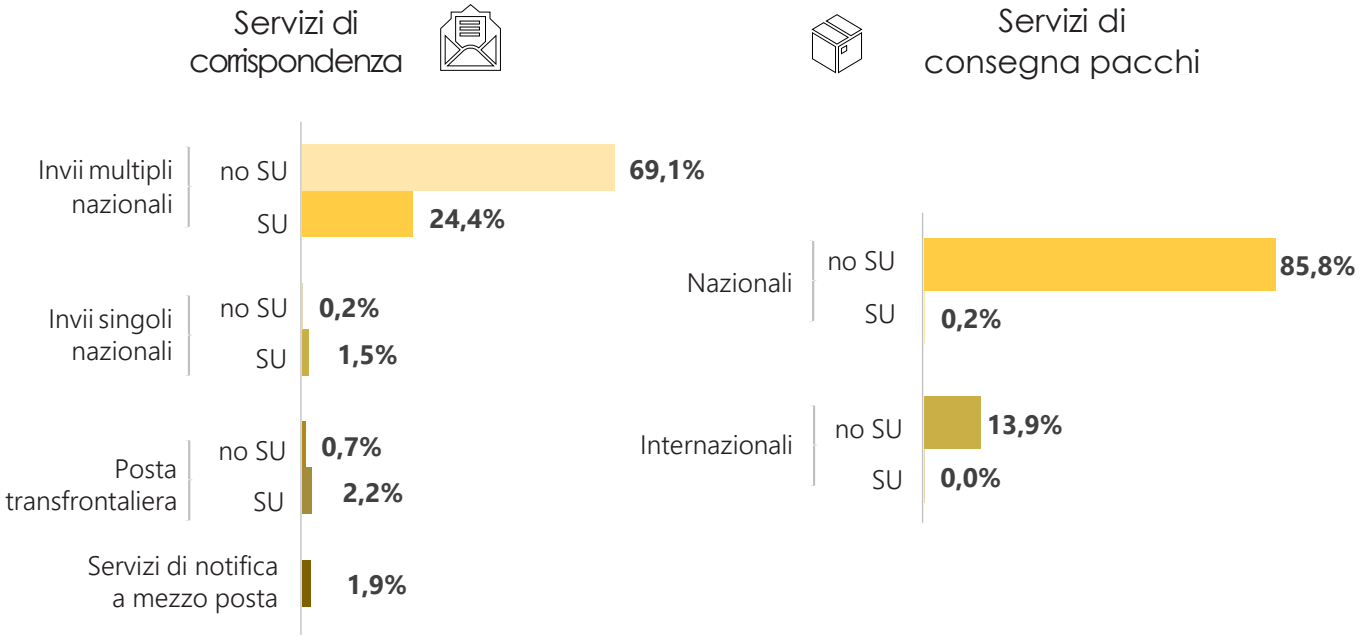
-8,8

+7,7

Variazione annuale in %
(gen.- mar. 2025) – (gen.- mar. 2026)

RIPARTIZIONE DEI VOLUMI DA INIZIO ANNO (%)

(gennaio - marzo 2026)

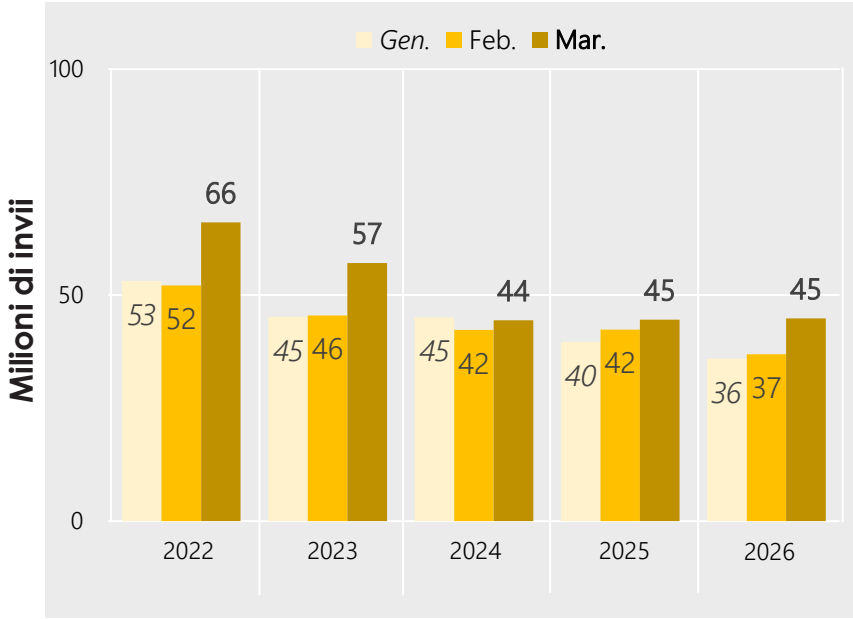


Variazione annuale in %
(gen. - mar. 2025) – (gen. - mar. 2026)

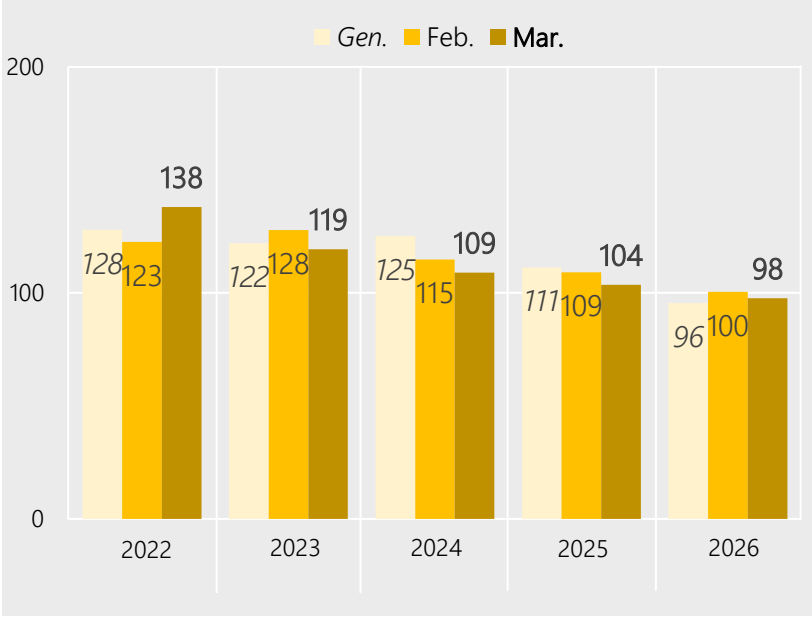
Invii multipli nazionali	Invii singoli nazionali	Posta transfrontaliera	Servizi di notifica a mezzo posta	Nazionali	Internazionali
-8,4	-15,9	-13,4	-11,6	+8,4	+3,5

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

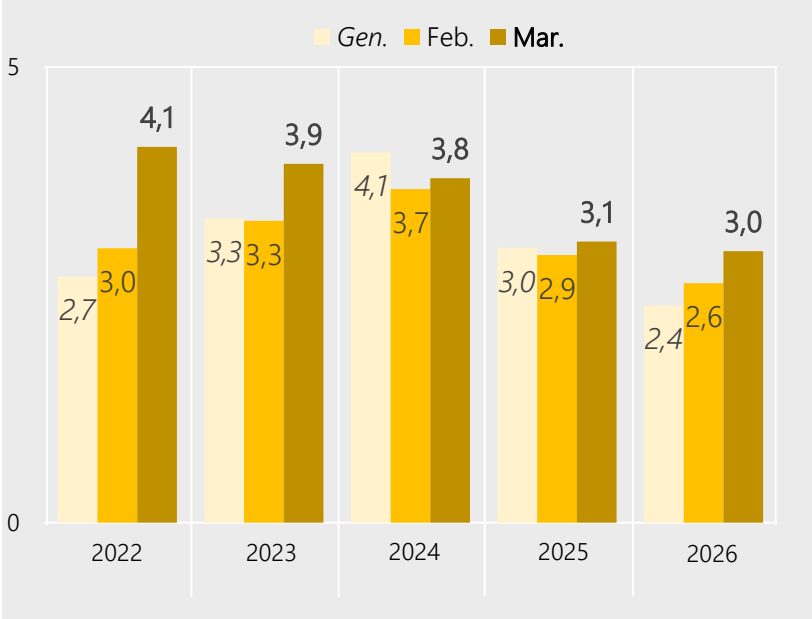
SERVIZIO UNIVERSALE



ALTRI SERVIZI (NO SU)



SERVIZI DI NOTIFICHE



1 Valori cumulati da inizio anno (gen. – mar.)

mln. di invii

(2022) 171 → -13,7% → (2023) 148 → -10,9% → (2024) 132 → -3,9% → (2025) 127 → -7,0% → (2026) 118

171 → -31,3% → 118

(2022) 388 → -5,0% → (2023) 369 → -5,5% → (2024) 349 → -7,1% → (2025) 324 → -9,4% → (2026) 294

388 → -24,4% → 294

(2022) 9,8 → +7,7% → (2023) 10,6 → +8,7% → (2024) 11,5 → -21,5% → (2025) 9,0 → -11,6% → (2026) 8,0

9,8 → -18,8% → 8,0

2 Confronto valori mensili (variazioni %)

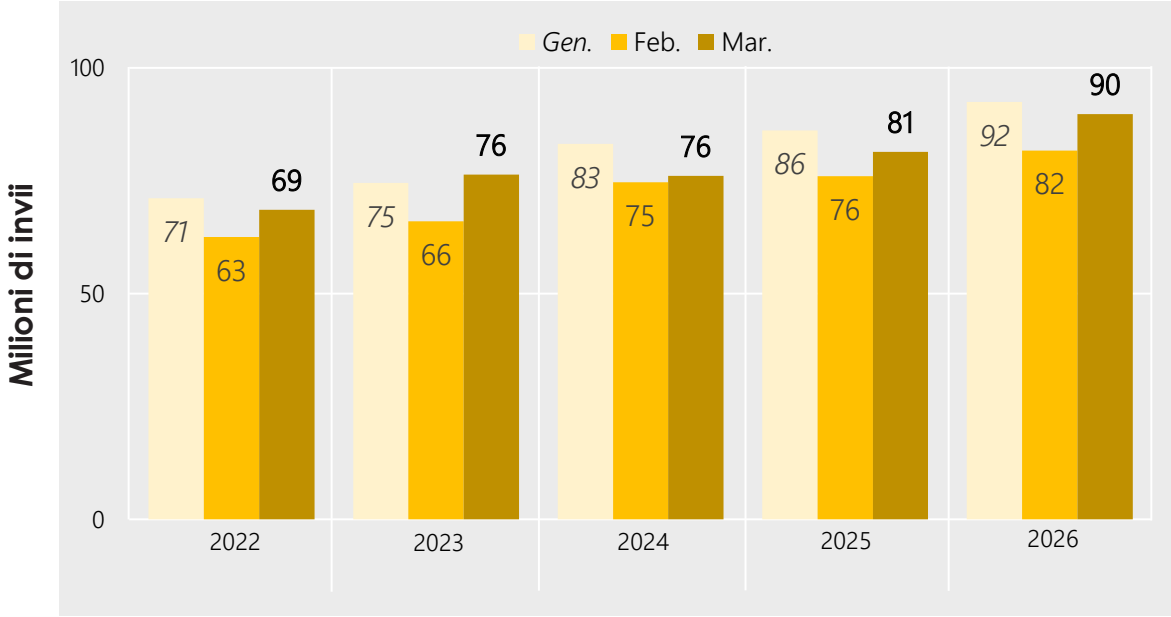
	Annuale				Di periodo
	2022/2023	2023/2024	2024/2025	2025/2026	2022/2026
Gennaio	-14,9	-0,5	-11,9	-9,5	-32,4
Febbraio	-12,7	-7,0	+0,2	-12,8	-29,1
Marzo	-13,5	-22,2	+0,3	+0,6	-32,1

	Annuale				Di periodo
	2022/2023	2023/2024	2024/2025	2025/2026	2022/2026
Gennaio	-4,6	+2,5	-11,0	-14,1	-25,3
Febbraio	+4,3	-10,2	-4,9	-7,9	-18,0
Marzo	-13,5	-8,7	-5,0	-5,8	-29,3

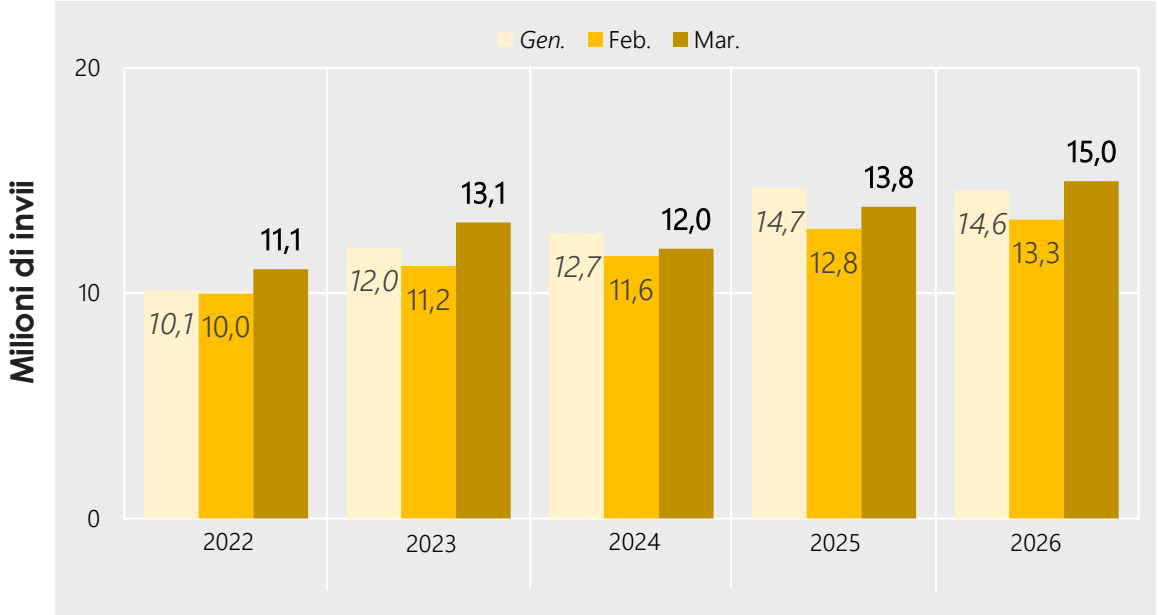
	Annuale				Di periodo
	2022/2023	2023/2024	2024/2025	2025/2026	2022/2026
Gennaio	+23,7	+21,6	-25,8	-21,0	-11,8
Febbraio	+10,0	+10,6	-19,7	-10,6	-12,7
Marzo	-4,6	-4,0	-18,4	-3,4	-27,8

3.7 SERVIZI POSTALI: VOLUMI DA SERVIZI DI CONSEGNA PACCHI (andamento mensile)

NAZIONALI



INTERNAZIONALI



1 **Valori cumulati da inizio anno (gen. – mar.)**

	(2022)		(2023)		(2024)		(2025)		(2026)
mln. di invii	202	↑ +7,3%	217	↑ +7,8%	234	↑ +4,1%	243	↑ +8,4%	264

202 → 264: ↑ +30,5%

2 **Confronto valori mensili (variazioni %)**

	Annuale				Di periodo
	2022/2023	2023/2024	2024/2025	2025/2026	2022/2026
Gennaio	+4,8	+11,5	+3,6	+7,4	+29,9
Febbraio	+5,7	+13,1	+1,8	+7,5	+30,7
Marzo	+11,4	-0,4	+7,0	+10,3	+31,0

1 **Valori cumulati da inizio anno (gen. – mar.)**

	(2022)		(2023)		(2024)		(2025)		(2026)
mln. di invii	31,2	↑ +16,7%	36,4	↓ -0,3%	36,3	↑ +14,0%	41,4	↑ +3,5%	42,8

31,2 → 42,8: ↑ +37,3%

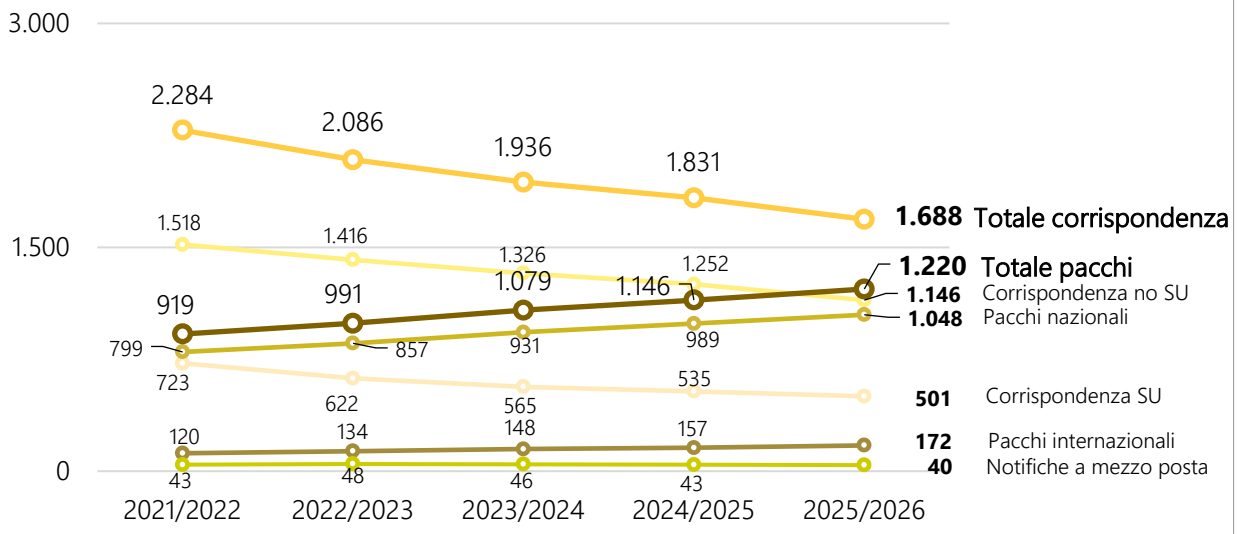
2 **Confronto valori mensili (variazioni %)**

	Annuale				Di periodo
	2022/2023	2023/2024	2024/2025	2025/2026	2022/2026
Gennaio	+18,9	+5,2	+15,9	-0,8	+43,8
Febbraio	+12,3	+3,8	+10,4	+3,3	+33,0
Marzo	+18,7	-8,9	+15,6	+8,2	+35,3

3.8 SERVIZI POSTALI: TREND STORICO DEI VOLUMI

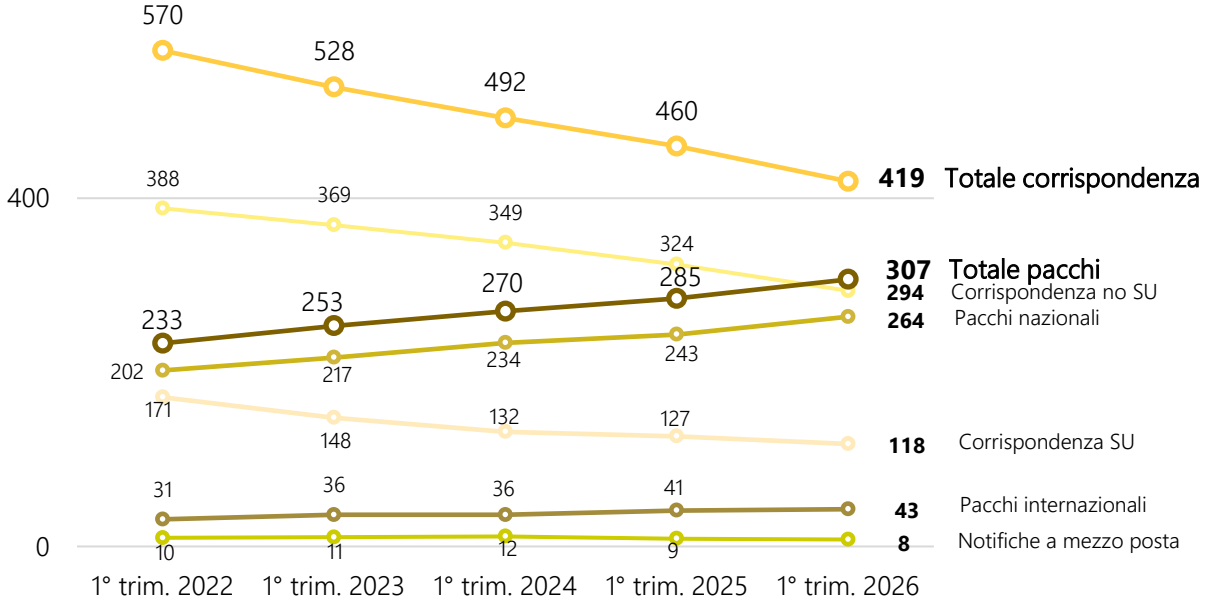
BASE ANNUALE (VALORI CUMULATI 12 MESI)

MILIONI DI INVII



BASE TRIMESTRALE

MILIONI DI INVII



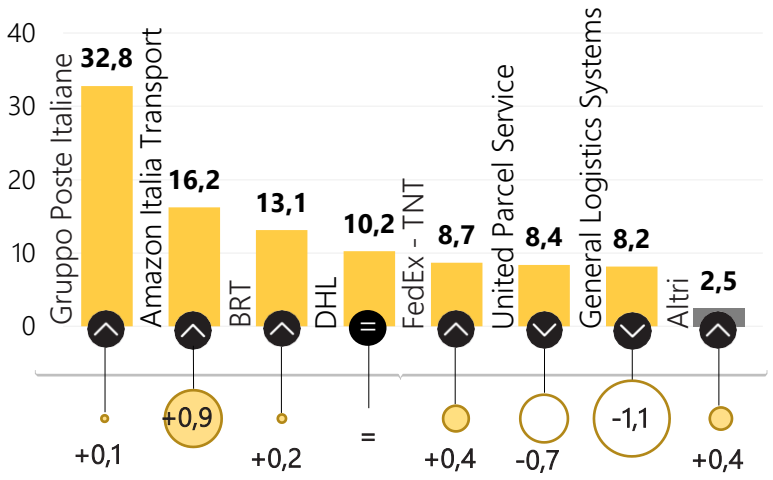
	Variazione in % (2021/2022 – 2025/2026)	Variazione in % (2024/20256 – 2025/2026)
Servizi di corrispondenza:	**-26,1**	**-7,8**
- Servizio Universale:	-30,6	-6,4
- No Servizio Universale:	-24,5	-8,5
- Notifiche a mezzo posta:	-6,8	-6,4
Servizi di consegna pacchi:	**+32,9**	**+6,5**
- Pacchi nazionali:	+31,2	+6,0
- Pacchi internazionali:	+43,6	+9,9

	Variazione in % (1° trim. 2022 – 1° trim 2026)	Variazione in % (1° trim. 2025 – 1° trim 2026)
Servizi di corrispondenza:	**-26,4**	**-8,8**
- Servizio Universale:	-31,3	-7,0
- No Servizio Universale:	-24,4	-9,4
- Notifiche a mezzo posta:	-18,8	-11,6
Servizi di consegna pacchi:	**+31,4**	**+7,7**
- Pacchi nazionali:	+30,5	+8,4
- Pacchi internazionali:	+37,3	+3,5

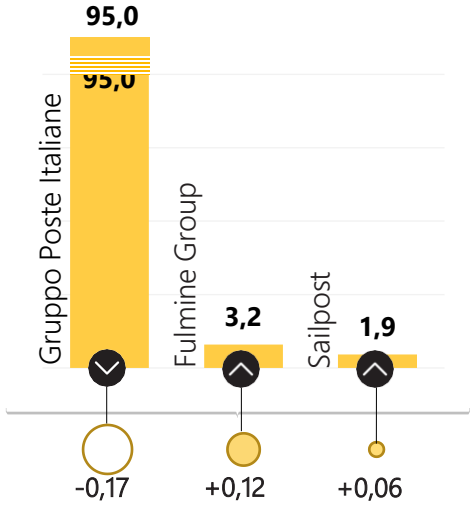
3.9 SERVIZI POSTALI: IL QUADRO CONCORRENZIALE

GENNAIO – MARZO 2026, IN % DEI RICAVI TOTALI (Servizio Universale + Servizio non Universale)

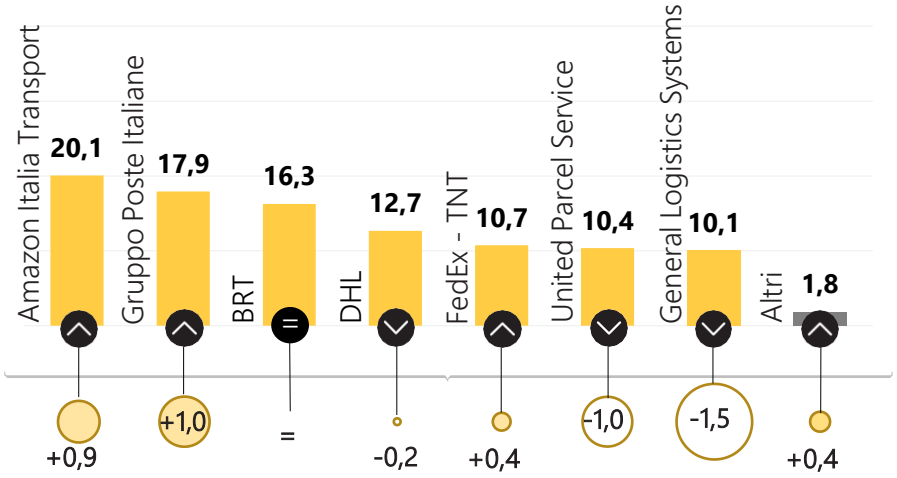
SERVIZI DI CORRISPONDENZA E CONSEGNA PACCHI



SERVIZI DI CORRISPONDENZA
(includono invii singoli e multipli)

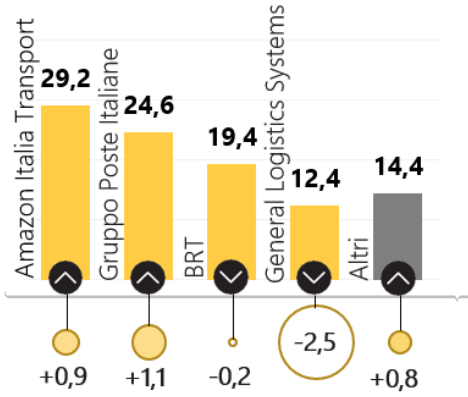


SERVIZI DI CONSEGNA PACCHI
(includono nazionali e internazionali)

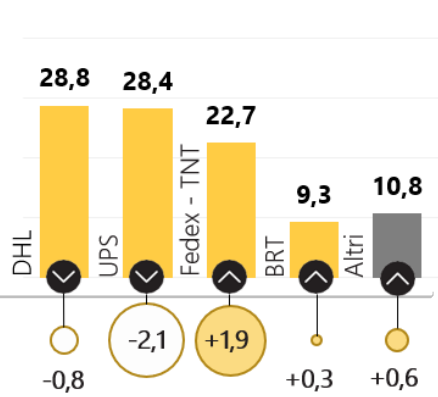


Differenza vs. gen. – mar. 2025 (punti percentuali)

-di cui nazionali



-di cui internazionali

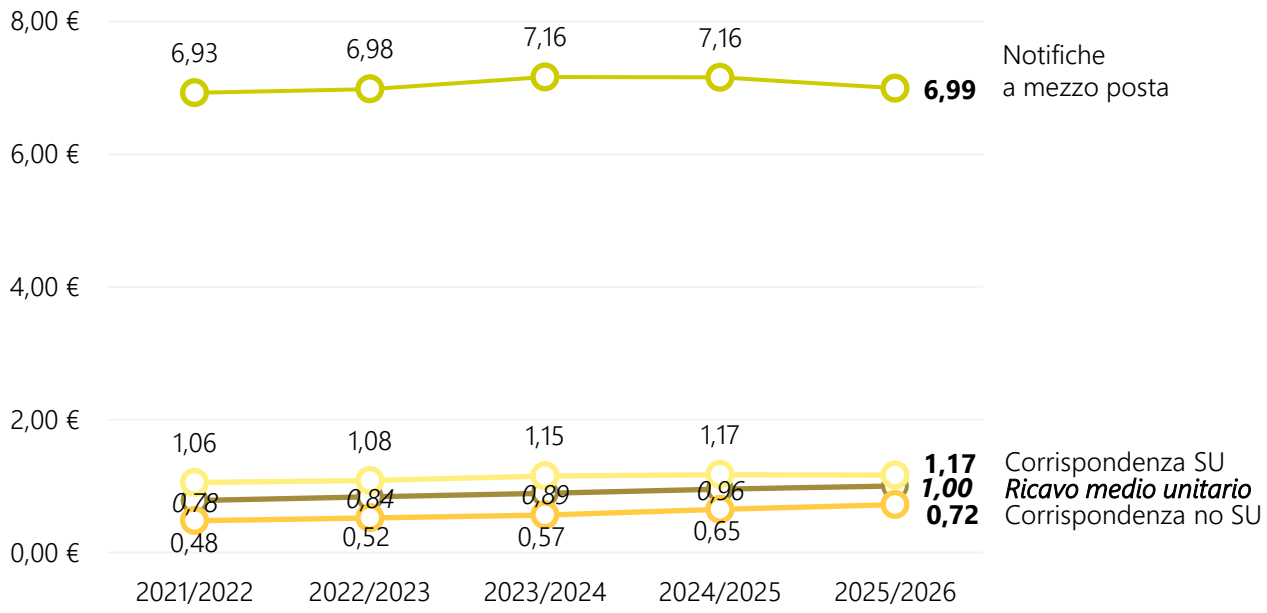


Differenza vs. gen. – mar 2025 (punti percentuali)

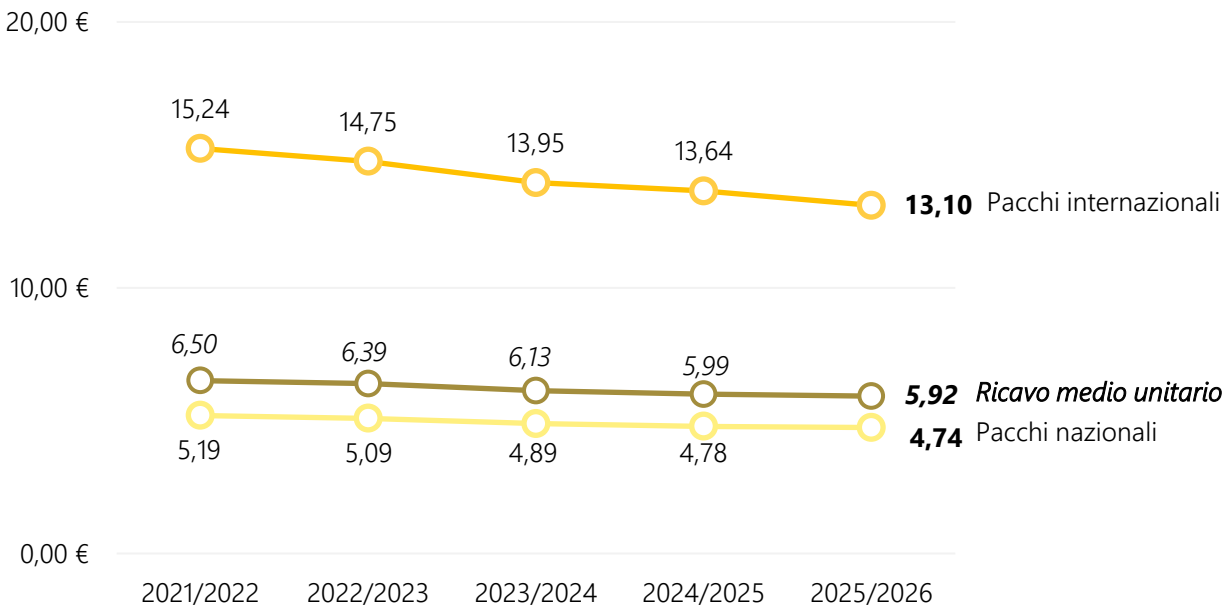
Nota: i dati del Gruppo Poste Italiane comprendono quelli di Poste Italiane S.p.a e delle società appartenenti al gruppo, Nexive Group S.r.l. e SDA Express Courier S.p.A.

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

SERVIZI DI CORRISPONDENZA



SERVIZI DI CONSEGNA PACCHI

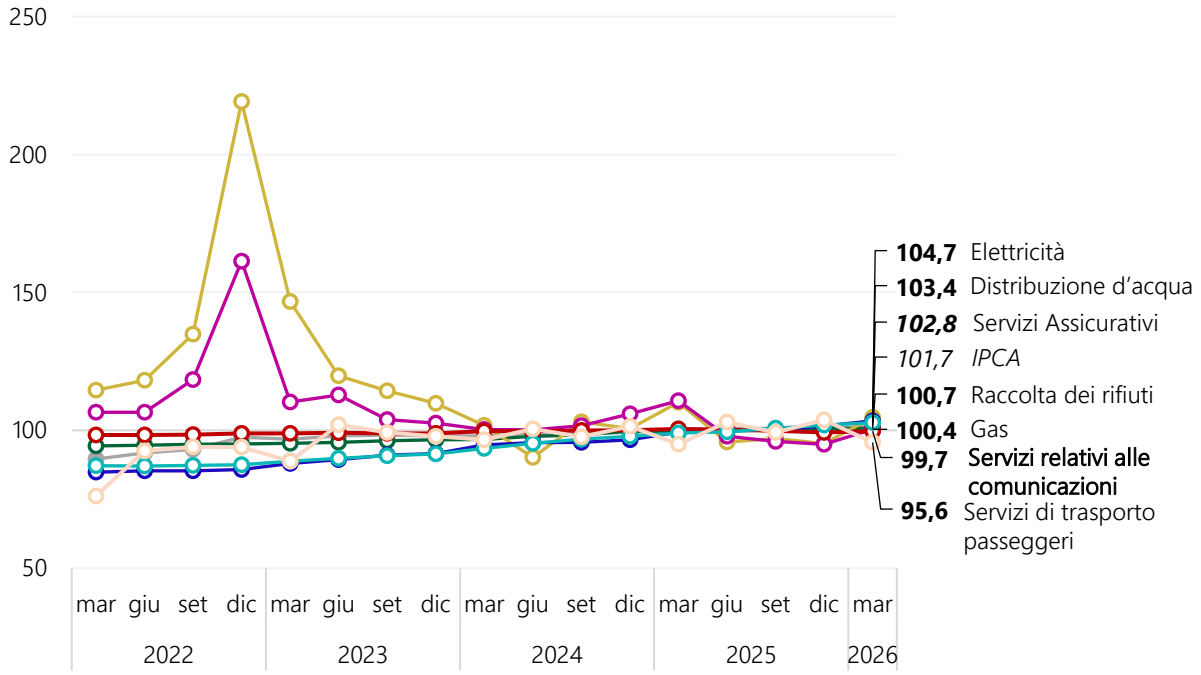


	Variazione in % (2021/2022 – 2025/2026)		Variazione in % (2024/2025 – 2025/2026)	
Ricavo medio unitario:	**+28,0**	↑	**+4,9**	↑
Corrispondenza SU:	+10,4	↑	-0,6	↓
Corrispondenza no SU:	+50,6	↑	+11,0	↑
Notifiche a mezzo posta:	+1,0	↑	-2,3	↓

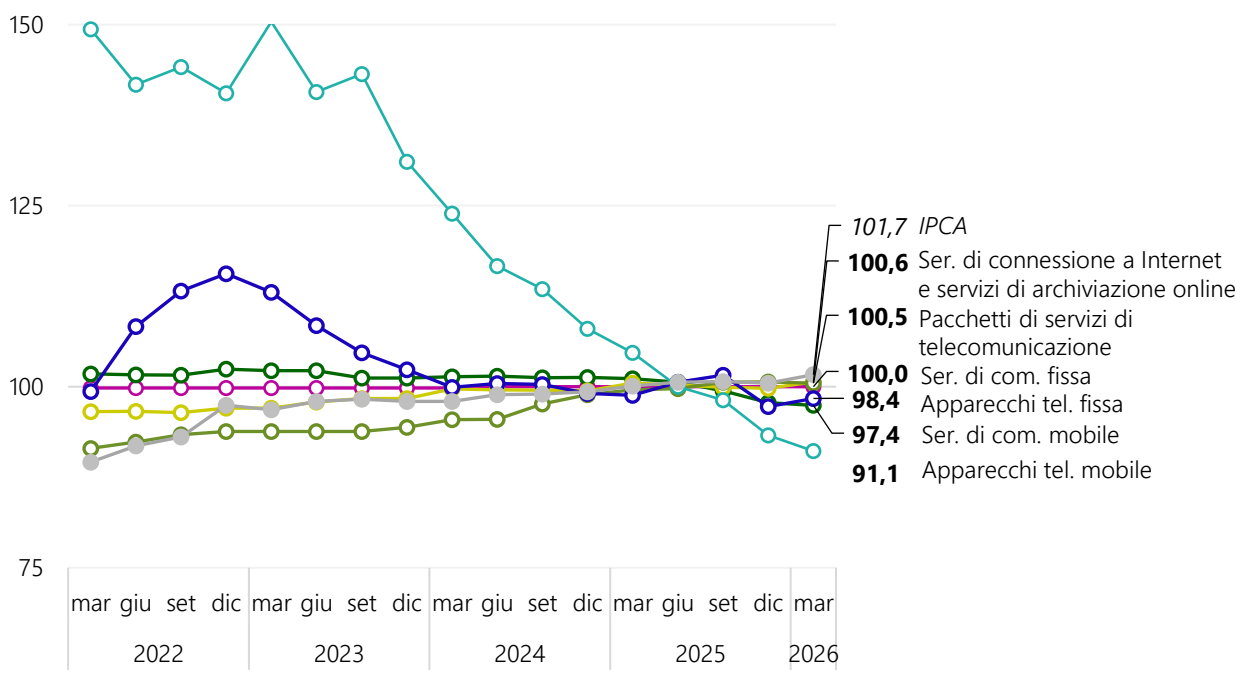
	Variazione in % (2021/2022 – 2025/2026)		Variazione in % (2024/2025 – 2025/2026)	
Ricavo medio unitario:	**-9,0**	↓	**-1,2**	↓
Pacchi internazionali:	-14,0	↓	-4,0	↓
- SU:	*+8,3*	↑	*+0,2*	↑
- No SU:	*-14,0*	↓	*-3,9*	↓
Pacchi nazionali:	-8,7	↓	-0,9	↓
- SU:	*+20,0*	↑	*+4,5*	↑
- No SU:	*-8,7*	↓	*-0,8*	↓

4.1 PREZZI: INDICE GENERALE, PRINCIPALI UTILITIES, TELEFONIA FISSA, MOBILE E SERVIZI INTERNET (2025=100)

INDICE IPCA E PRINCIAPLI SERVIZI



TELEFONIA FISSA, MOBILE E INTERNET



Fonte: Istat ed elaborazioni Agcom

Variazione in %

	('22 – '26)	('25 – '26)
Indice generale IPCA:	**+13,5** ↑	**+1,6** ↑
Distribuzione d'acqua *(04.4.1)*:	**+21,9,** ↑	**+4,0** ↑
Raccolta dei rifiuti *(04.4.2)*:	**+6,8** ↑	**+1,0** ↑
Elettricità *(04.5.1)*:	**-8,6** ↓	**-4,9** ↓
Gas *(04.5.2)*:	**-5,7** ↓	**-9,4** ↓
Ser. trasporto passeggeri *(07.3.)*:	**+25,5** ↑	**+0,6** ↑
Servizi assicurativi *(12.1)*:	**+17,9** ↑	**+3,8** ↑
Ser. relativi alle comunicazioni: *(SERVCOMM)*	**+1,4** ↑	**-0,8** ↓

Variazione in %

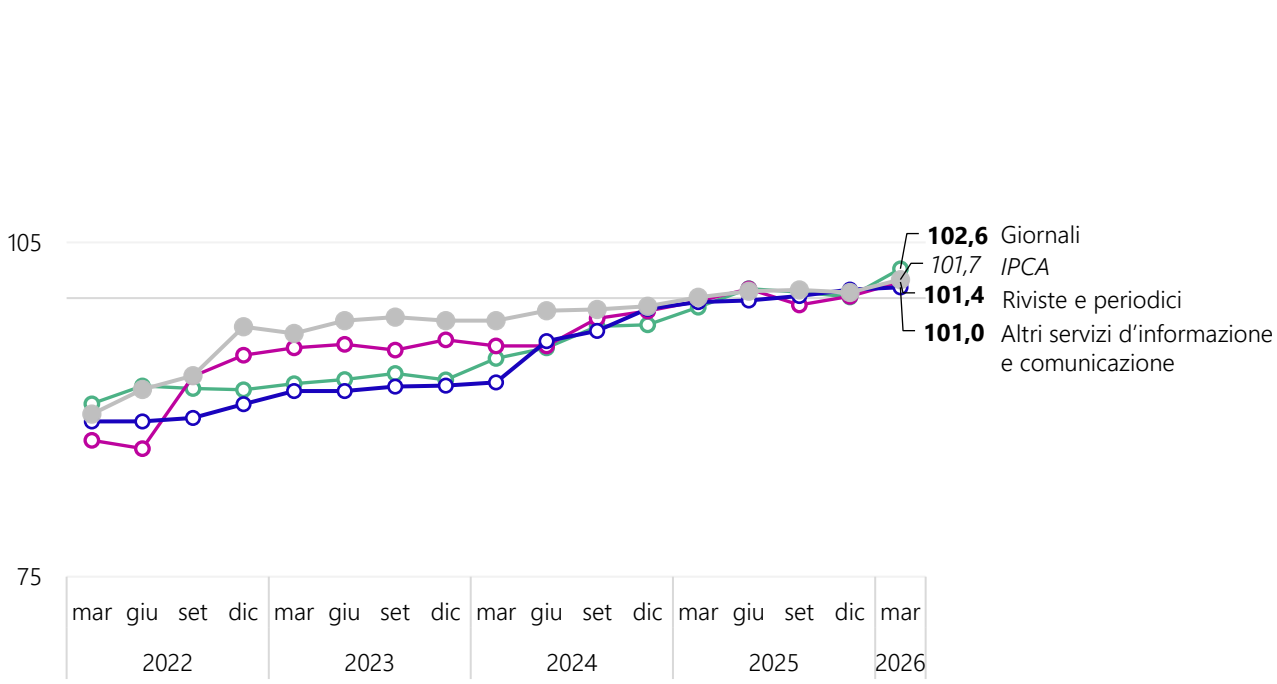
	('22 – '26)	('25 – '26)
Apparecchi per la telefonia fissa *(08.1.1)*:	**-1,0** ↑	**-0,4** ↑
Apparecchi per la telefonia mobile *(08.1.2)*:	**-39,0** ↓	**-13,0** ↓
Servizi di comunicazione fissa *(08.3.1.0)*:	**+0,2** ↓	**=**
Servizi di comunicazione mobile *(04.5.2)*:	**-4,3** ↓	**-3,7** ↓
Ser. di connessione a Internet e servizi di archiviazione online *(08.3.3.0)*:	**+4,2** ↑	**+0,2** ↑
Pacchetti di servizi di telecomunicazioni *(08.3.4)*:	**+9,8** ↑	**+0,9** ↑

Nota: A partire da gennaio 2026, l'ISTAT e l'Eurostat adottano la ECOICOP 2 (*European Classification of Individual Consumption by Purpose, versione 2*) come nuova struttura statistica ufficiale per classificare i beni e servizi del paniere dei prezzi al consumo. Questo aggiornamento recepisce le metodologie internazionali COICOP 2018 delle Nazioni Unite, rinnovando in maniera sostanziale i criteri di misurazione dell'inflazione per gli indici NIC, FOI e IPCA.

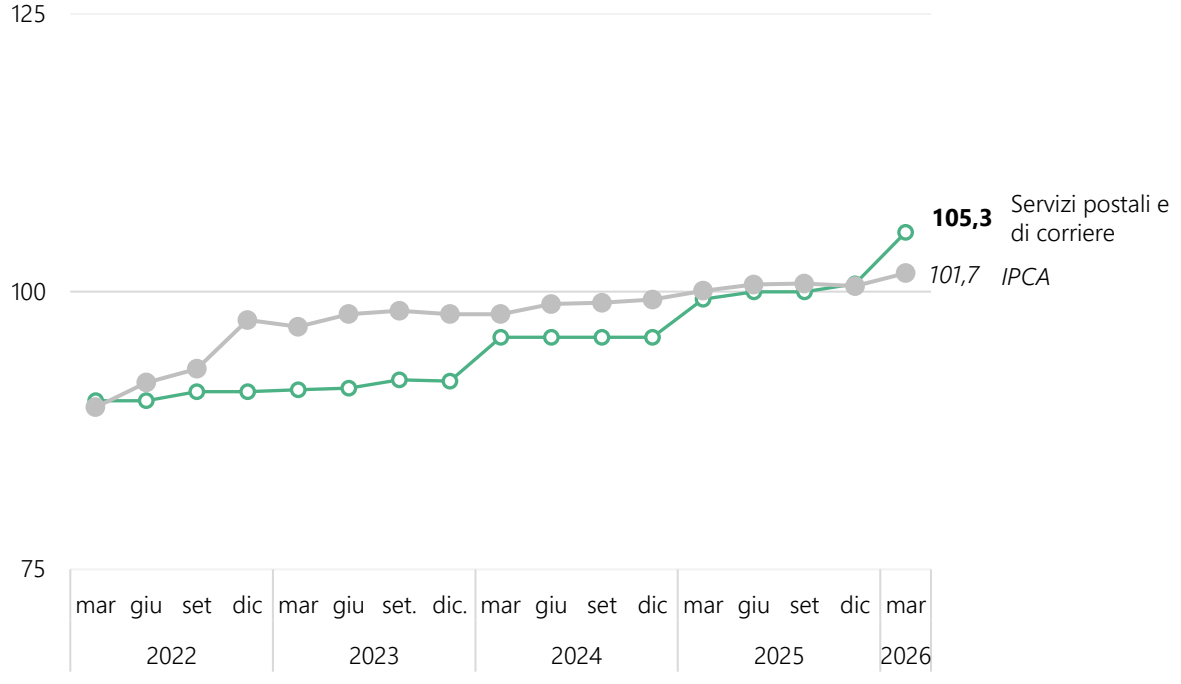
(*Codice ECOICOP v.2 – European Classification of Individual Consumption by Purpose, v.2*)

4.2 PREZZI: QUOTIDIANI, PERIODICI, TV E SERVIZI POSTALI (2025=100)

QUOTIDIANI, PERIODICI E TV



SERVIZI POSTALI



Fonte: Istat ed elaborazioni Agcom

	Variazione in % ('22 – '26)	Variazione in % ('25 – '26)
Giornali (*09.7.2.1*):	**+13,4** ↑	**+3,4** ↑
Altri servizi d'informazione e comunicazione (tra cui Abbonamenti Pay TV e video streaming) (*08.3.9*):	**+13,6** ↑	**+1,3** ↑
Riviste e periodici (*09.7.2.2*):	**+16,3** ↑	**+1,7** ↑

	Variazione in % ('22 – '26)	Variazione in % ('25 – '26)
Servizi postali e di corriere (*07.4.1*):	**+16,7** ↑	**+6,0** ↑

(*Codice ECOICOP v.2 - European Classification of Individual Consumption by Purpose, v.2*)

4.4 PREZZI: DINAMICHE IN EUROPA

Variazione % (1 anno)

Mar. 2025 - Mar. 2026

Variazione % (5 anni)

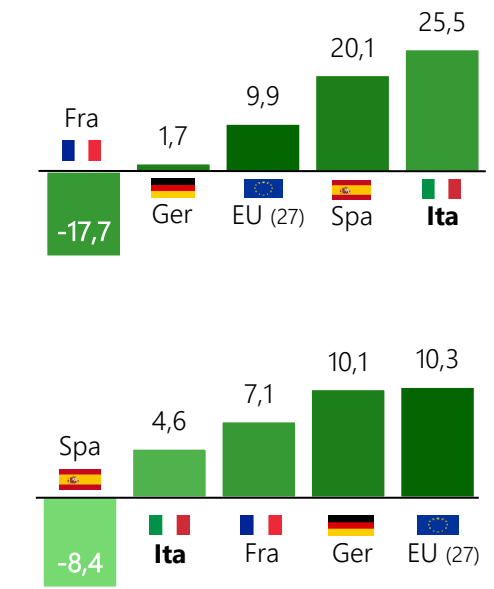
Mar. 2021 - Mar. 2026

Variazione % (10 anni)

Mar. 2016 - Mar. 2026

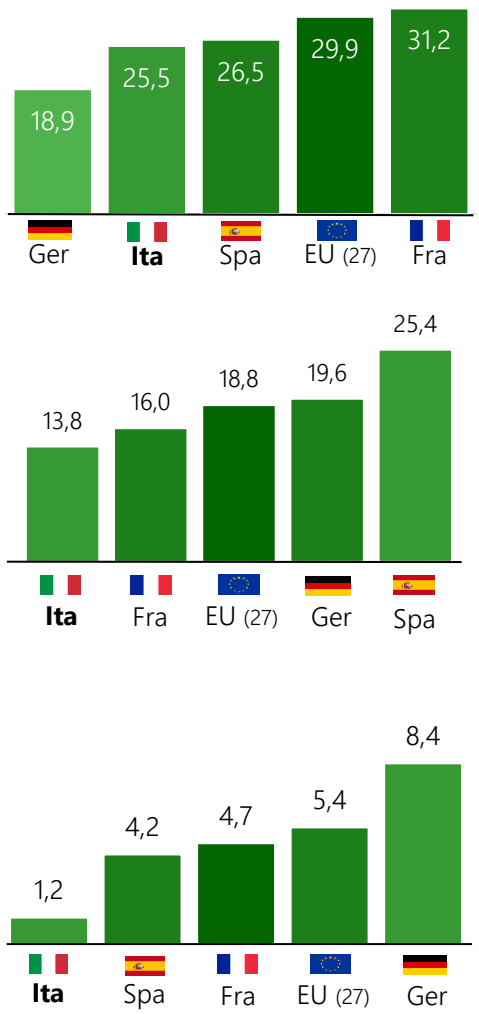
SERVIZI DI TELECOMUNICAZIONE IN PACCHETTO (BUNDLE)

(ECOICOP 08.3.4)



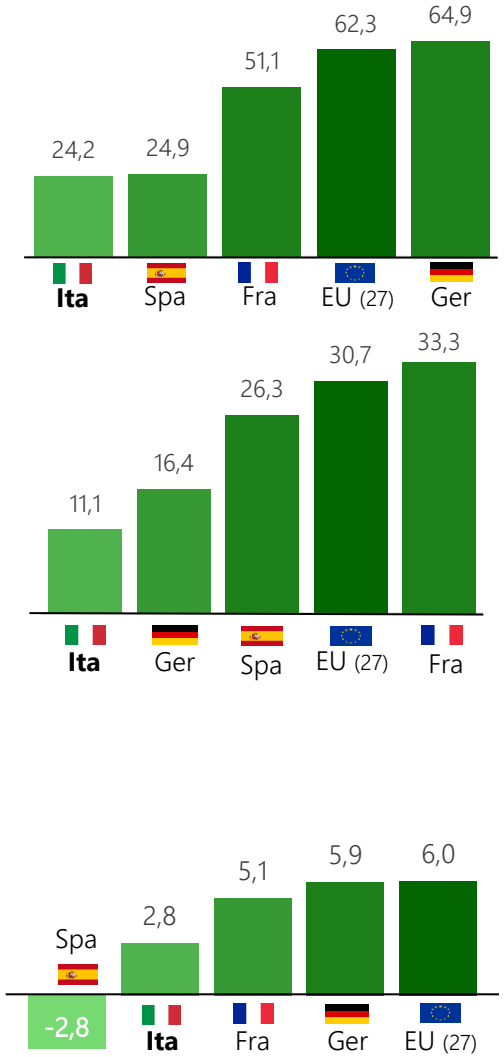
ABBONAMENTI A SERVIZI DI STREAMING AUDIOVISIVO

(COICOP 08.3.9.2)



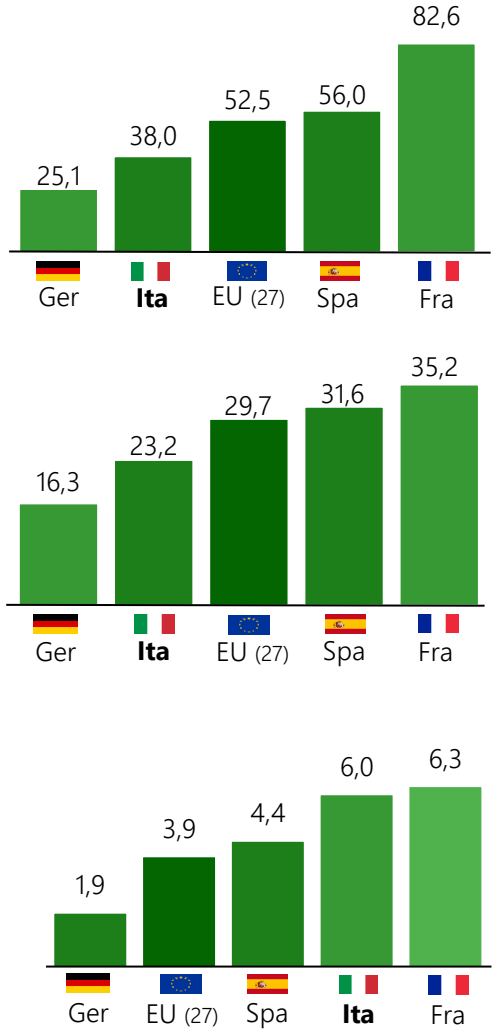
QUOTIDIANI E PERIODICI

(ECOICOP 09.7.2)



SERVIZI POSTALI E DI CORRIERE*

(ECOICOP 07.4.1)



*: per la Spagna valore stimato.

Fonte: elaborazioni Autorità su dati Eurostat

AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI
AGCOM

OSSERVATORIO SULLE COMUNICAZIONI

N. 2/2026

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

Roma
Via Isonzo 21/b -00198

Napoli
Centro Direzionale Isola B5 -80143