



AUTORITÀ PER LE
GARANZIE NELLE
COMUNICAZIONI

OSSERVATORIO SULLE COMUNICAZIONI

N. 4/2025



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 medio giornaliero (upload + download)
- 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 medio giornaliero (upload + download)
- 1.12 Traffico dati, intensità dei flussi settimanali
- 1.13 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)

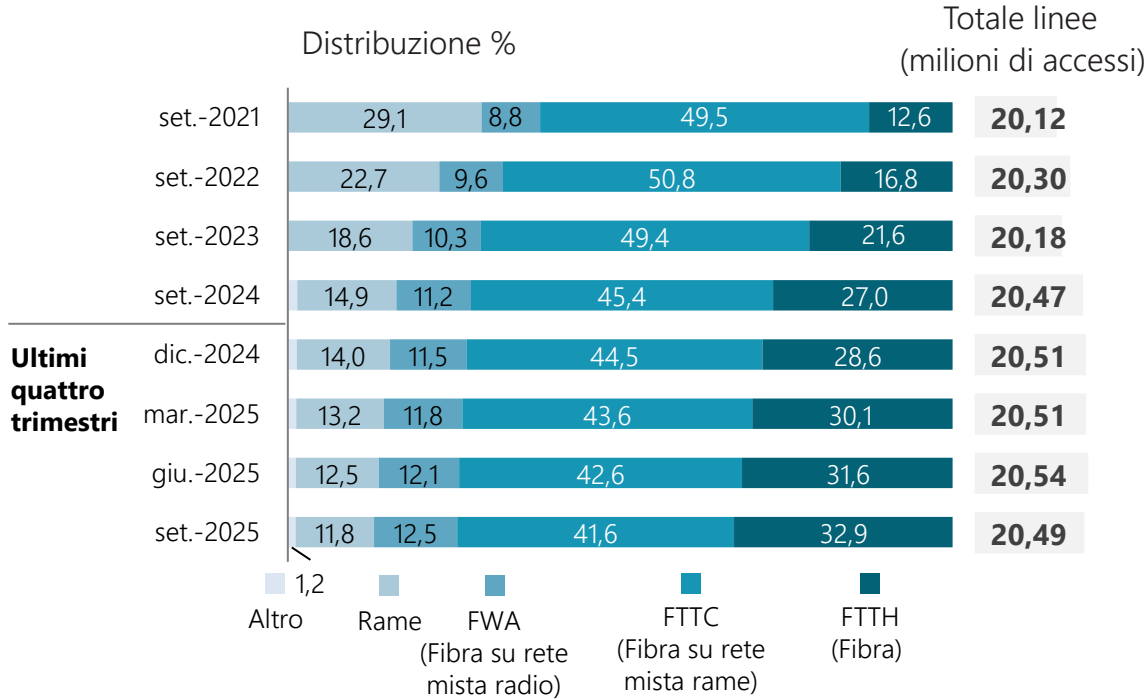
L'Osservatorio sulle comunicazioni è una pubblicazione trimestrale elaborata dal Servizio studi e analisi tecniche dell'Autorità. I valori riportati nelle sezioni 1 e 3 dell'Osservatorio, sono stime basate su informazioni fornite dalle principali imprese presenti nei mercati delle comunicazioni elettroniche 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, 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 settembre 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

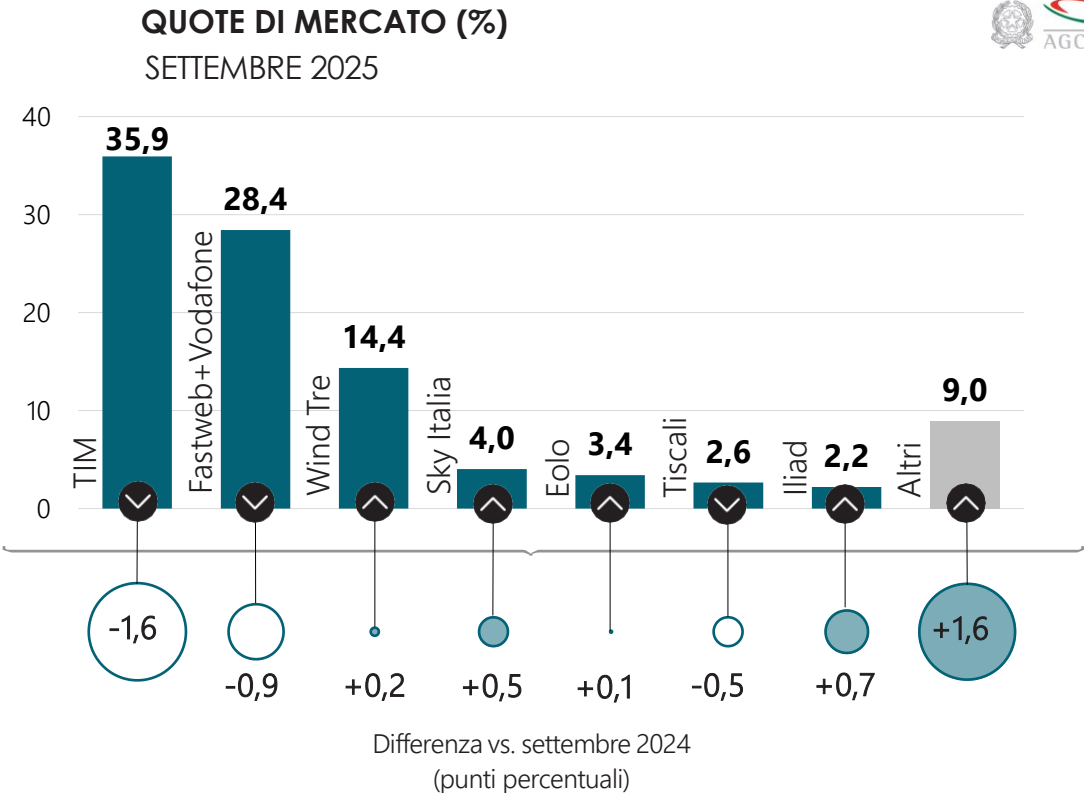
- 4.1 Indici generali e principali utilities
- 4.2 Telefonia fissa e mobile
- 4.3 Quotidiani, periodici, TV e servizi postali
- 4.4 Dinamiche in Europa

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 settembre 2025, le linee satellitari sono stimate in 69 mila unità, le linee «other not NGA» in poco meno di 170 mila unità linee e il resto (poco meno di 6 mila linee) nella categoria «othe NGA».

Totale linee	(valori assoluti)	(Δ %)	Composizione %	(Δ set.24 - set.25 in punti percentuali)
Variazione trimestrale:	-52 mila accessi	↓ -0,3	Rame:	-3,1 ↓
			FWA:	+1,3 ↑
Variazione annuale:	+21 mila accessi	↑ +0,1	FTTC:	-3,8 ↓
			FTTH:	+5,9 ↑

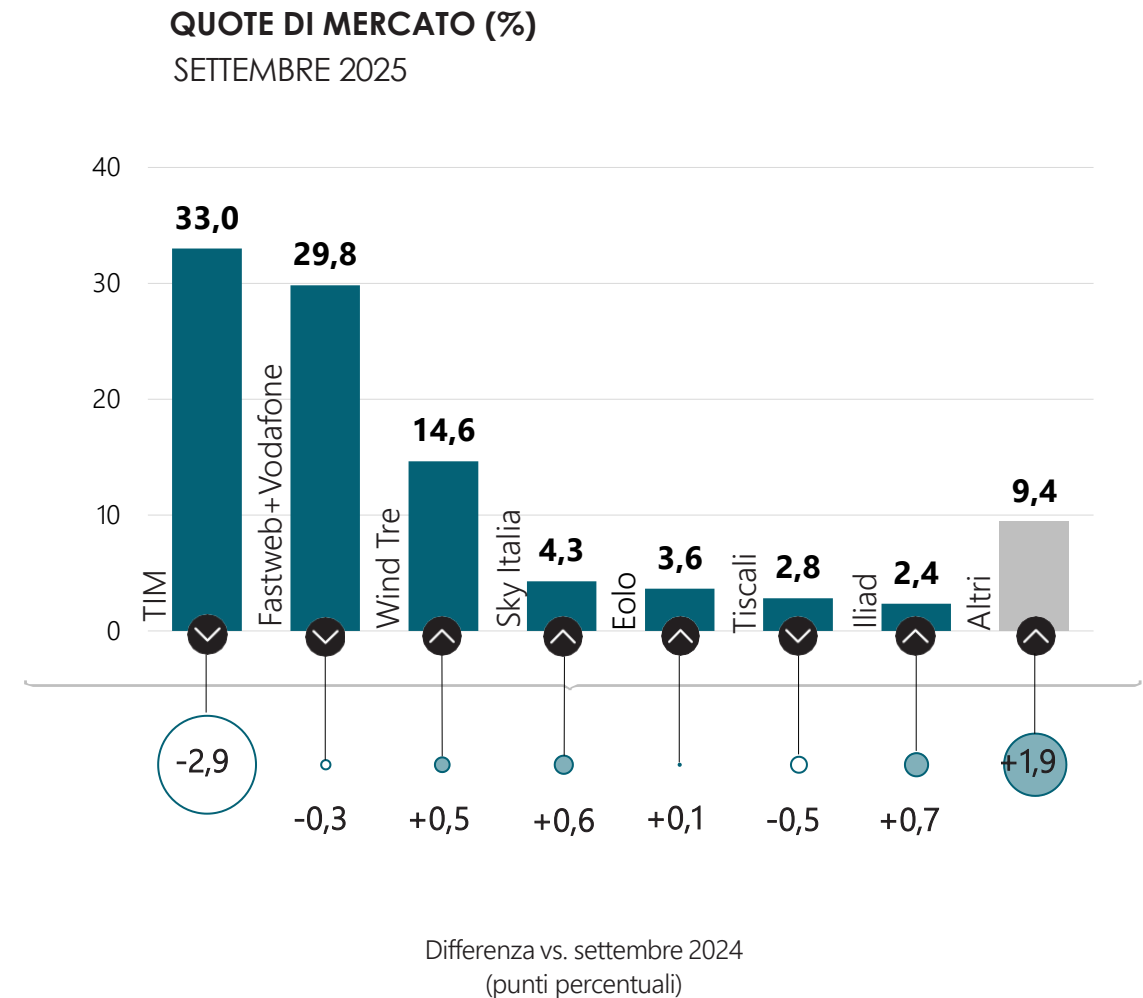
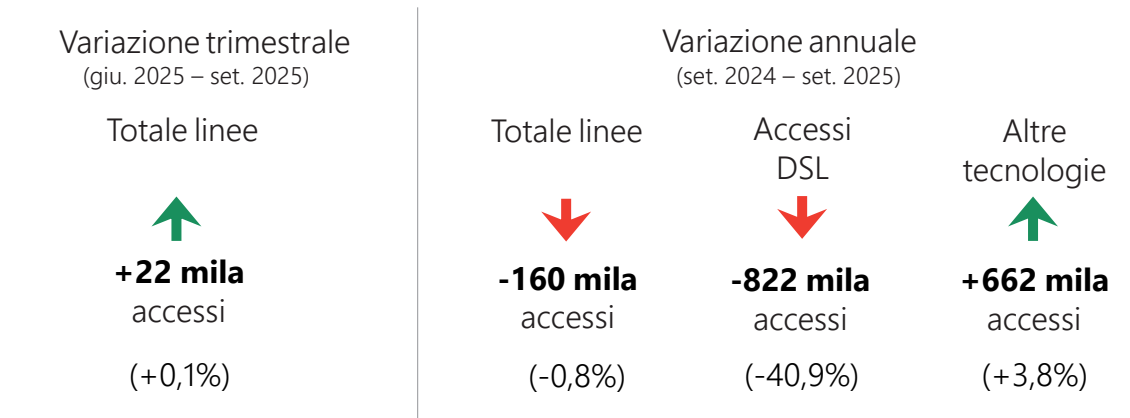
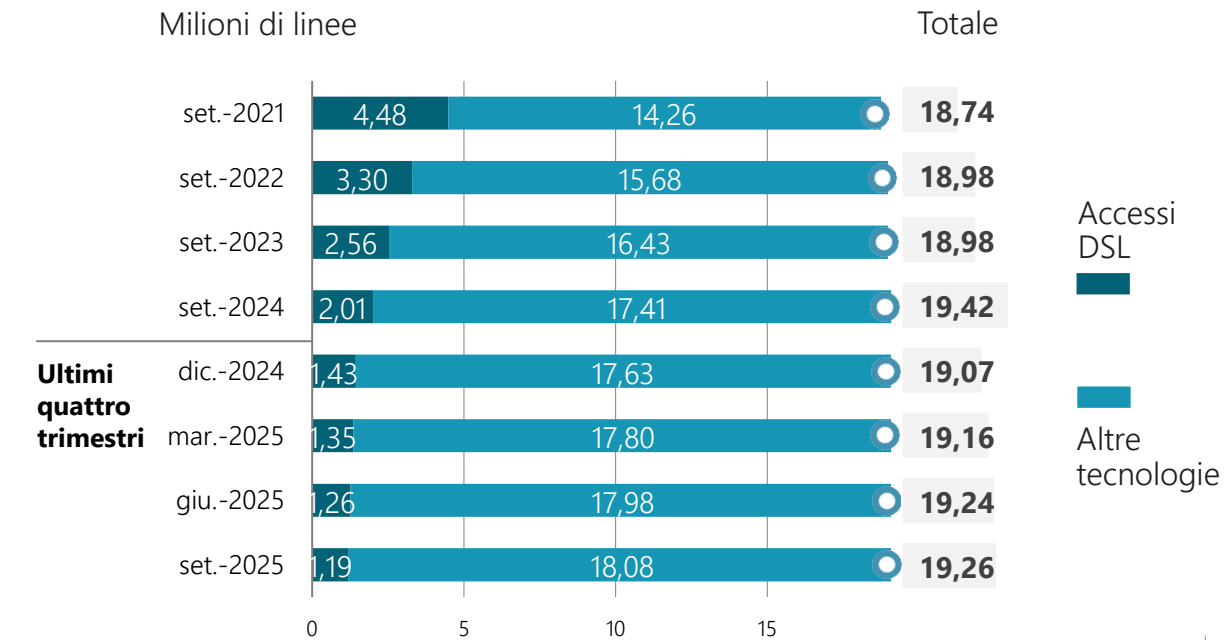


Imprese presenti nella raccolta di informazioni di dettaglio: Aruba, BBBell, BT Italia, Colt Technology Services, Compagnia Italia Mobile, Coop Italia (CoopVoce), Convergenze, Daily Telecom Mobile, DIGI Italy, Enel Energia (Enel Fibra), Eolo, Fastalp, Fastweb+Vodafone, Fibercop, Fidoka, Go Internet, 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, 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



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

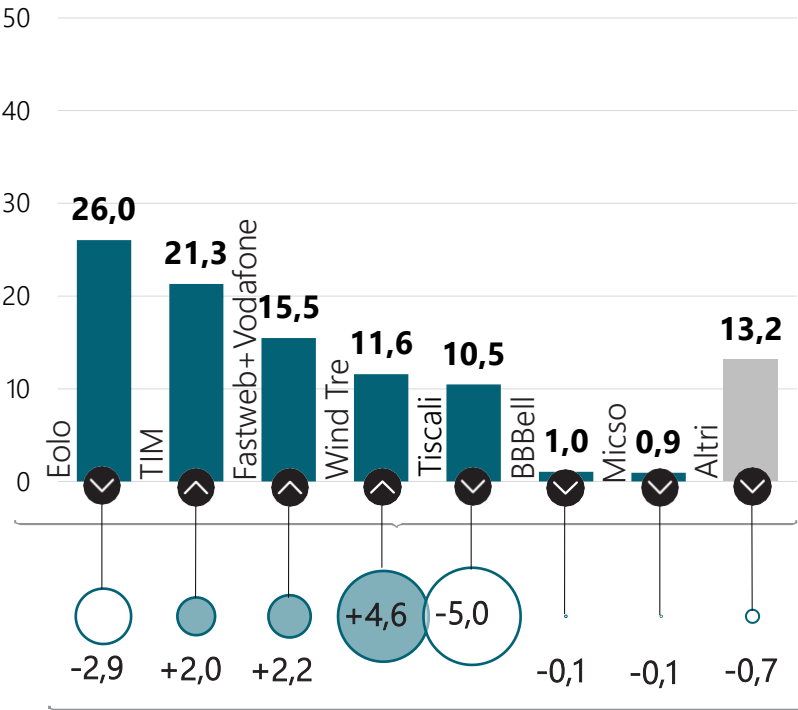


SETTEMBRE 2025

FWA

Totale linee: **2,56** milioni di accessi

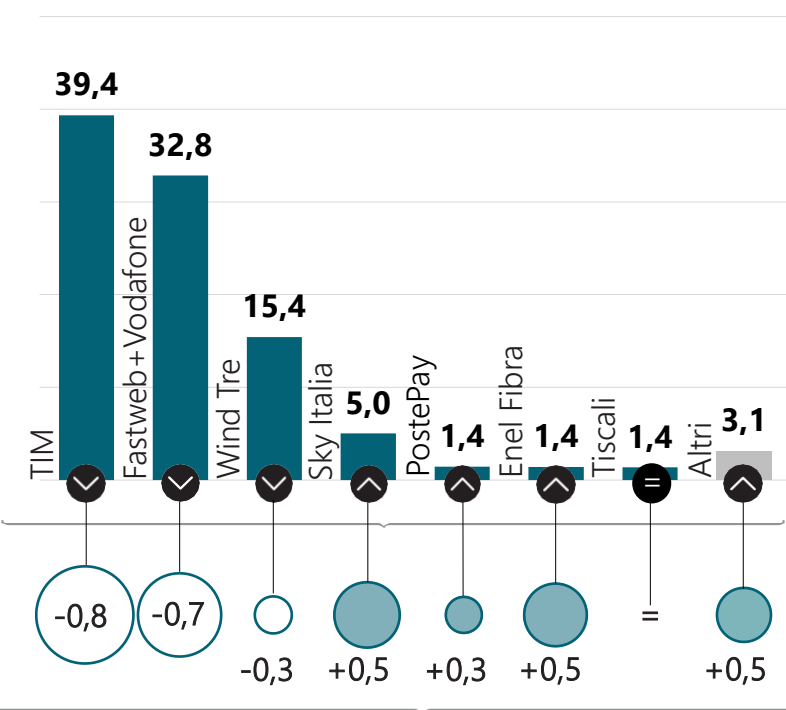
Variazione
Set. 2024 – Set. 2025
+11,5% ↑



FTTC

Totale linee: **8,52** milioni di accessi

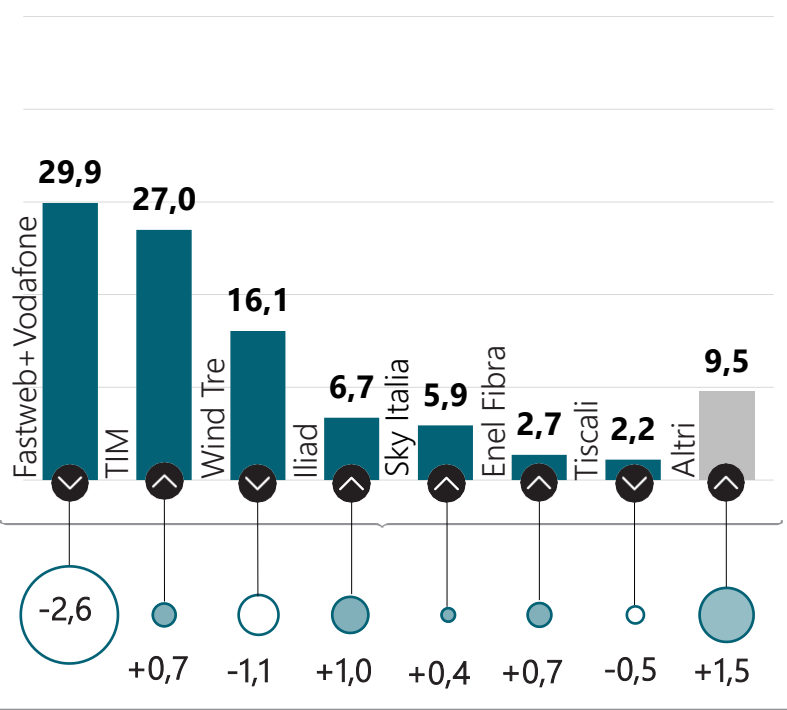
Variazione
Set. 2024 – Set. 2025
-8,4% ↓



FTTH

Totale linee: **6,74** milioni di accessi

Variazione
Set. 2024 – Set. 2025
+22,0% ↑



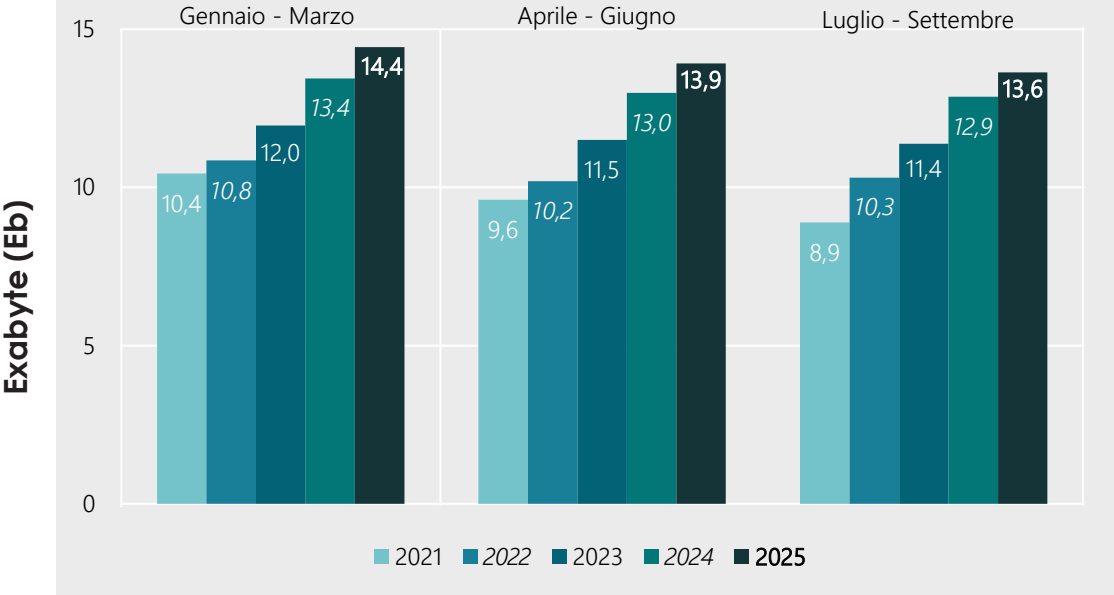
Differenza vs. settembre 2024
(punti percentuali)

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

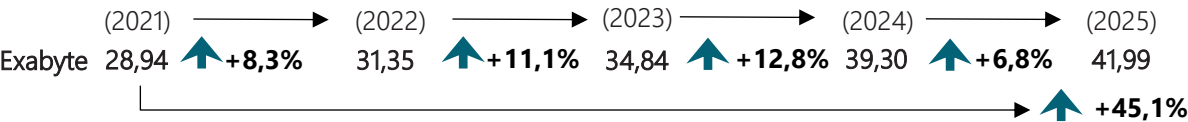
1.4 RETE FISSA: TRAFFICO DATI (DOWNLOAD / UPLOAD)



DOWNLOAD (valori cumulati trimestrali)



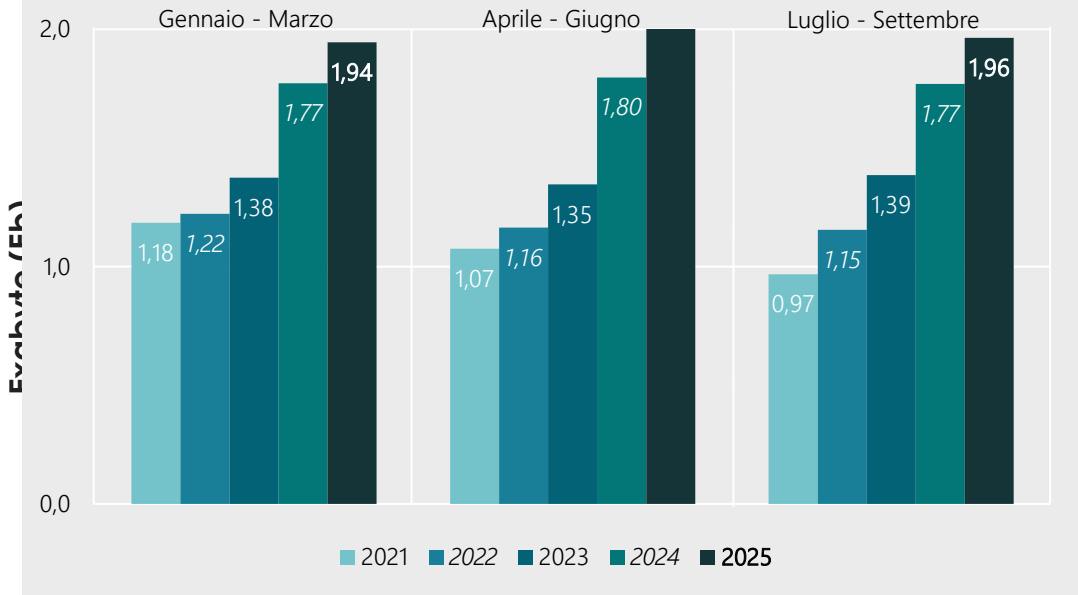
1 Valori cumulati da inizio anno (gen. – set.)



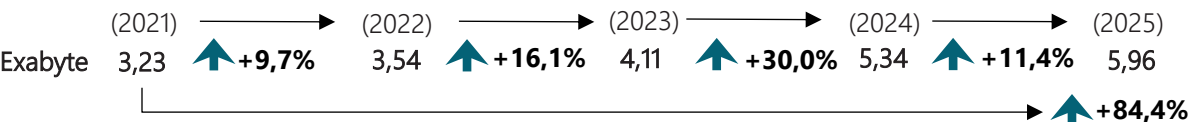
2 Confronto valori trimestrali (variazioni %)

	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	+7,1	+44,9
3° trimestre (Lug. - Set.)	+15,9	+10,4	+13,1	+6,0	+53,4

UPLOAD (valori cumulati trimestrali)



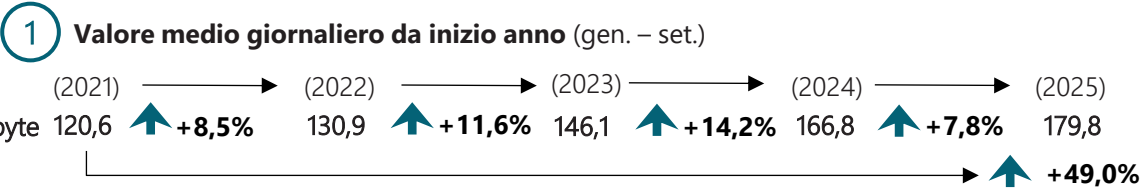
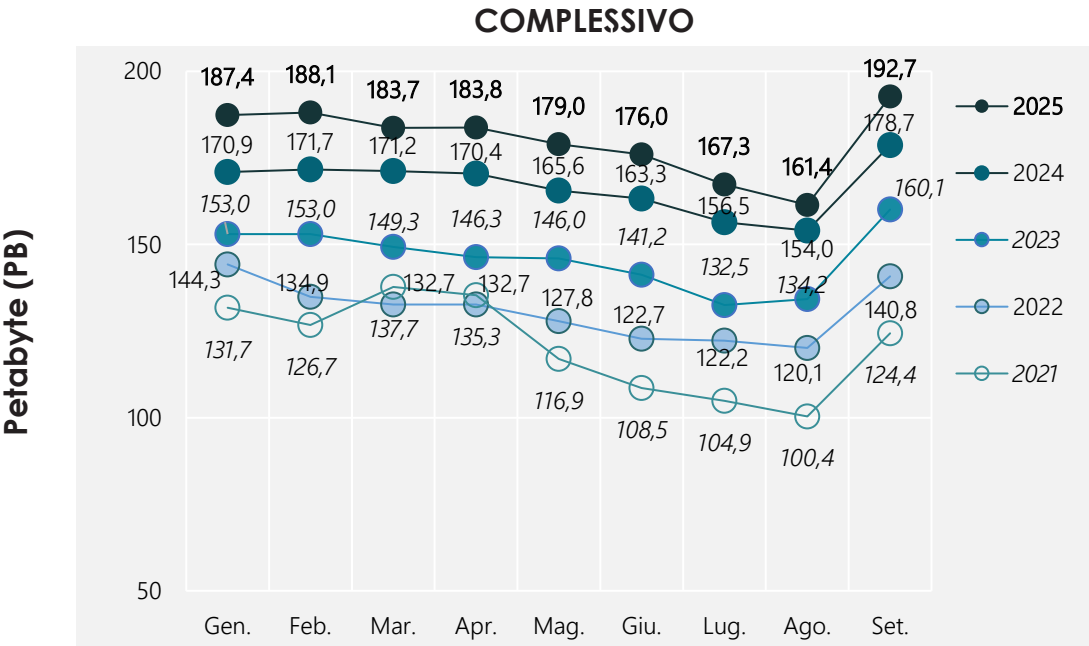
1 Valori cumulati da inizio anno (gen. – set.)



2 Confronto valori trimestrali (variazioni %)

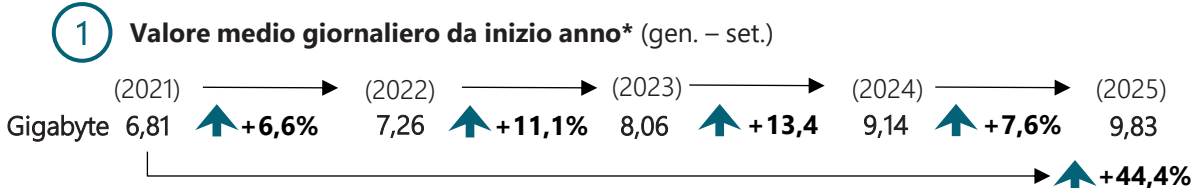
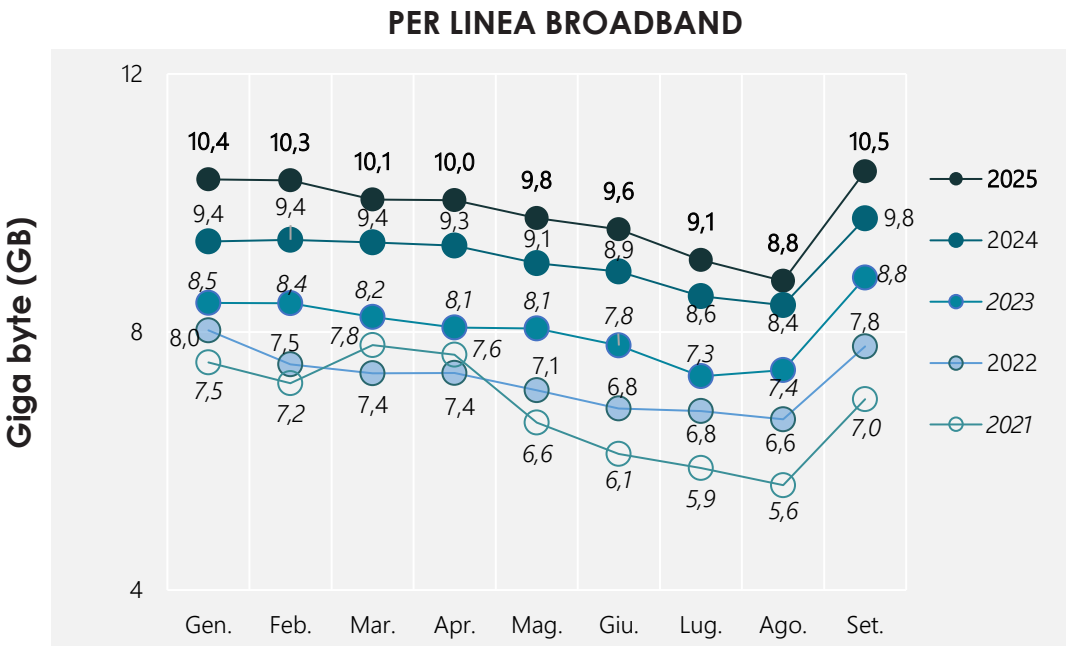
	Annuale				Di periodo 2021/2025
	2021/2022	2022/2023	2023/2024	2024/2025	
1° trimestre (Gen. - Mar.)	+3,2	+12,5	+28,9	+9,7	+64,2
2° trimestre (Apr. - Giu.)	+8,1	+15,9	+33,4	+13,6	+89,9
3° trimestre (Lug. - Set.)	+19,4	+20,0	+27,7	+11,0	+103,0

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



2 Confronto valori trimestrali (variazioni %)

	Annuale				Di periodo
	2021/2022	2022/2023	2023/2024	2024/2025	2021/2025
1° trimestre (Gen. - Mar.)	+3,9	+10,5	+12,9	+8,8	+40,9
2° trimestre (Apr. - Giu.)	+6,3	+13,1	+15,1	+7,9	+49,4
3° trimestre (Lug. - Set.)	+16,3	+11,4	+14,6	+6,6	+58,3



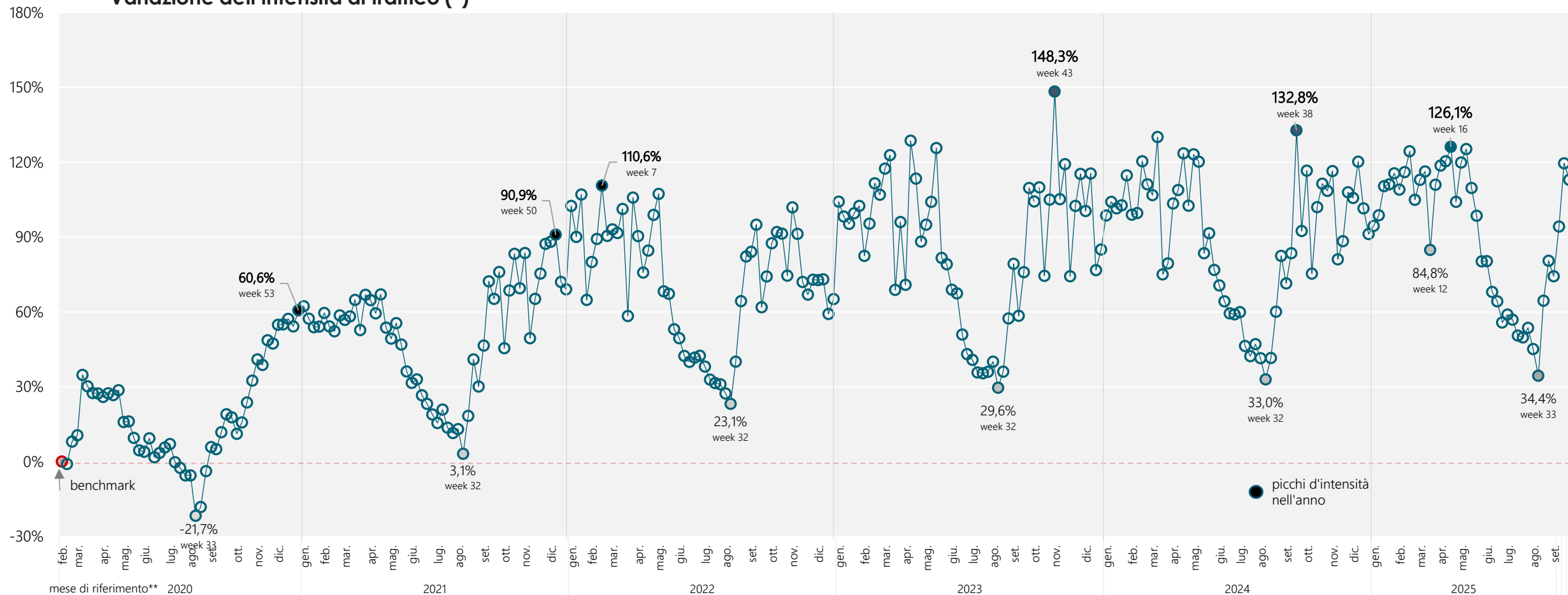
2 Confronto valori trimestrali (variazioni %)

	Annuale				Di periodo
	2021/2022	2022/2023	2023/2024	2024/2025	2021/2025
1° trimestre (Gen. - Mar.)	+1,5	+9,7	+12,3	+9,0	+36,3
2° trimestre (Apr. - Giu.)	+4,6	+12,5	+14,3	+7,6	+44,5
3° trimestre (Lug. - Set.)	+14,8	+11,1	+13,5	+6,2	+53,7

* 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

Variazione dell'intensità di traffico (*)



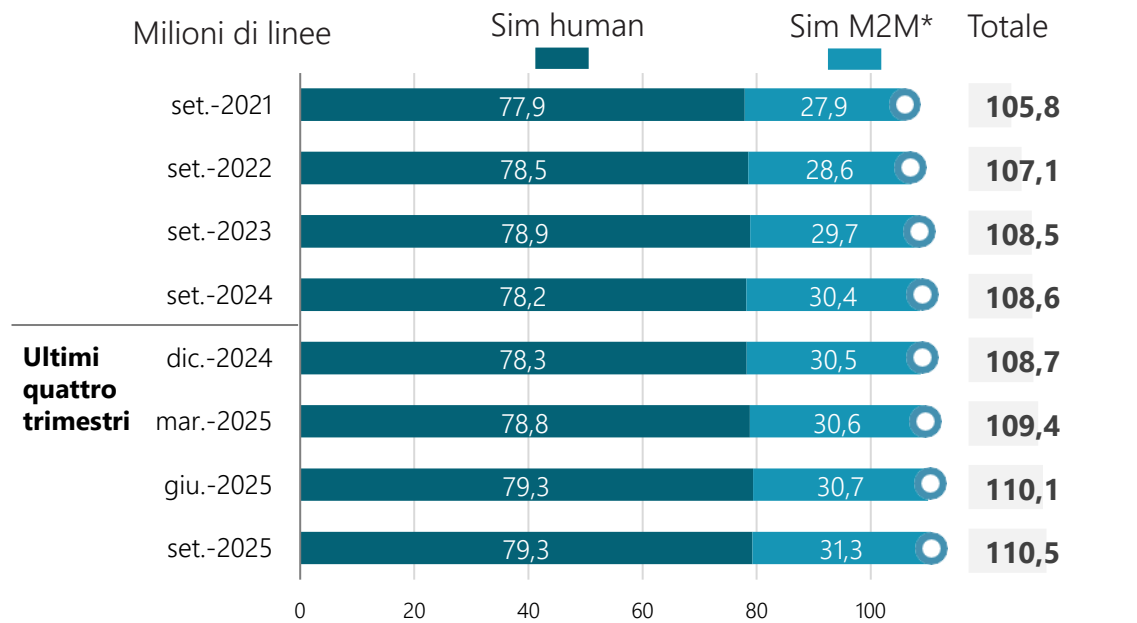
Definizione: per Intensità di traffico (Gbps) si intende il picco del volume di traffico dati in ingresso nella rete dell'operatore misurato in un intervallo temporale compreso tra i 5 e i 60 minuti.

* 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

1.7 RETE MOBILE: LINEE COMPLESSIVE



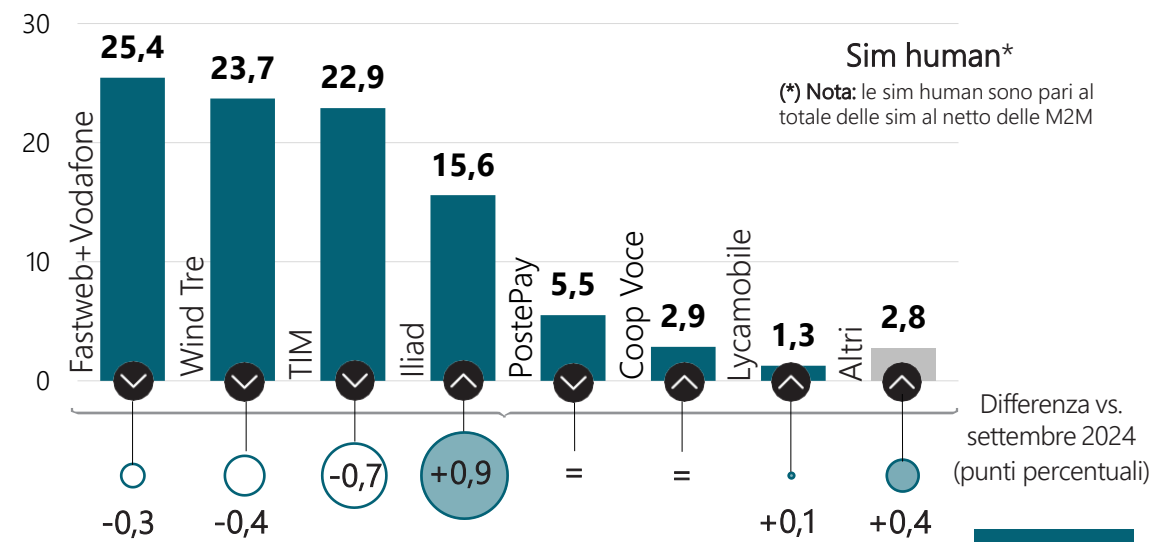
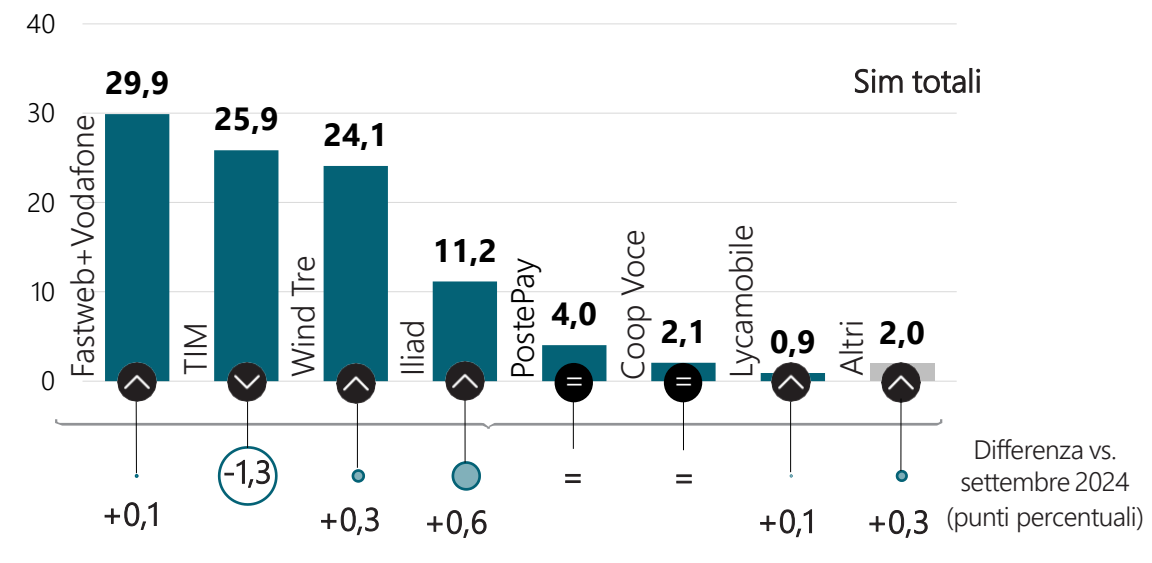
(*) Nota: per sim M2M (Machine-to-Machine) si intendono quelle sim che consentono lo scambio dati, informazioni e comandi tra apparecchiature e dispositivi con limitata o nessuna interazione umana.

Variazione trimestrale (giu. 2025 – set. 2025)				Variazione annuale (set. 2024 – set. 2025)			
(n° di sim in migliaia)		(%)		(n° di sim in migliaia)		(%)	
Totale sim:	+470	↑	+0,4	+1.908	↑	+1,8	
Sim human:	-81	↓	-0,1	+1.056	↑	+1,4	
Sim M2M:	+551	↑	+1,8	+852	↑	+2,8	

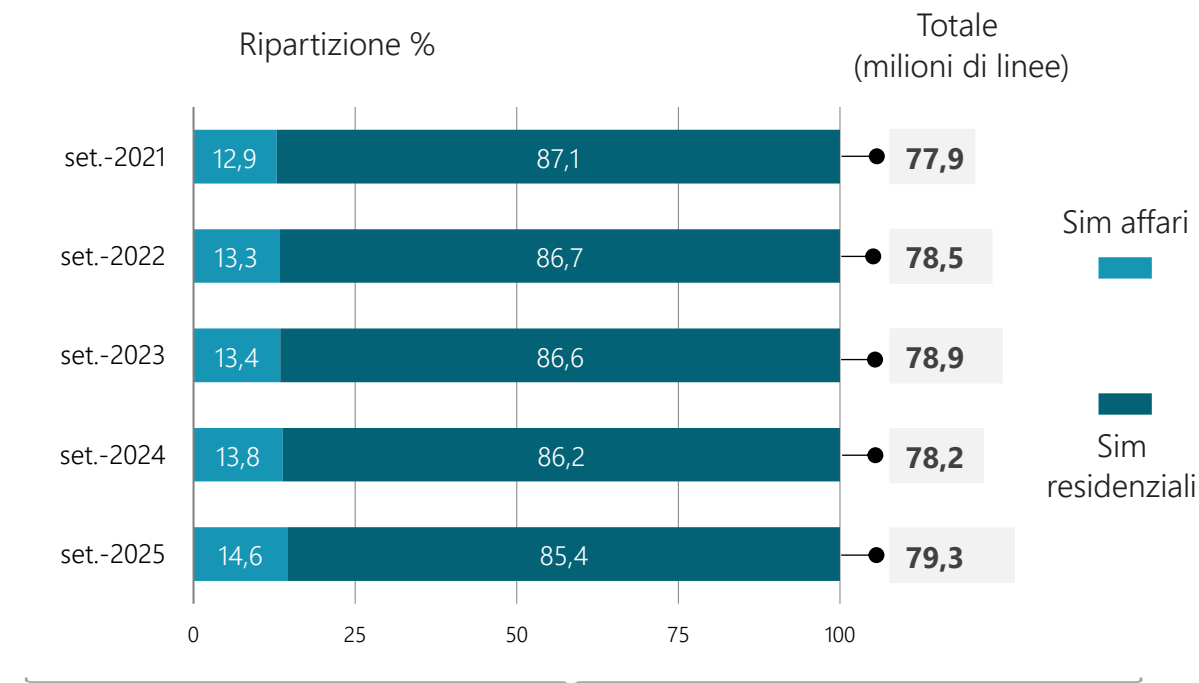
Nota: i dati degli operatori TIM e Vodafone includono le linee delle società controllate, rispettivamente Kena mobile e VEI (che offre servizi di telefonia mobile denominati ho.)

QUOTE DI MERCATO (%)

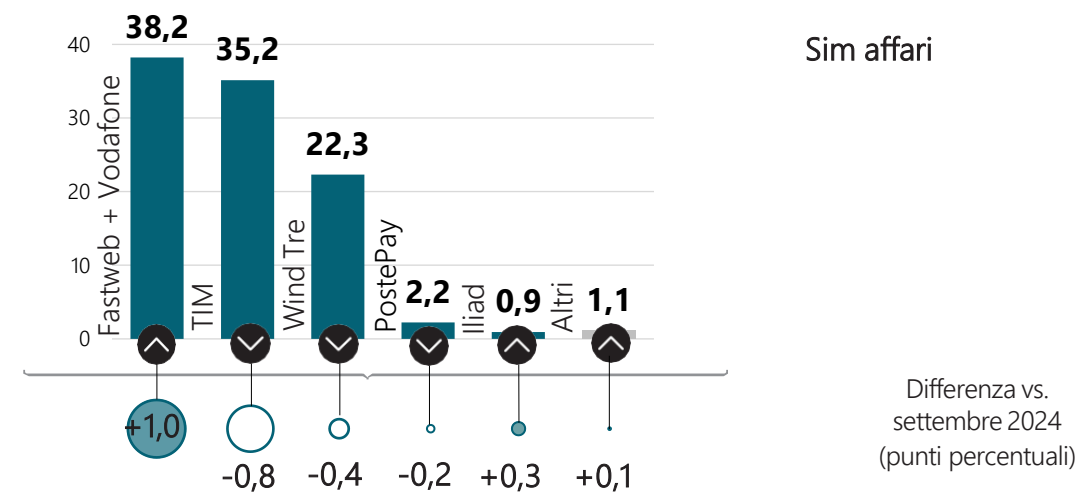
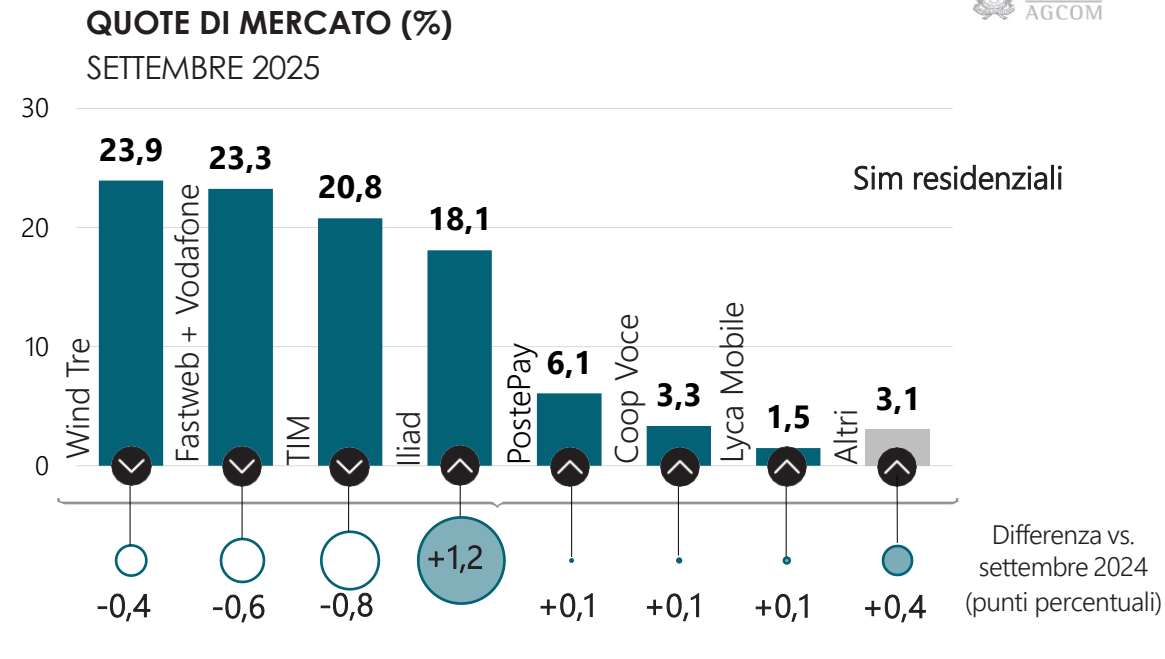
SETTEMBRE 2025



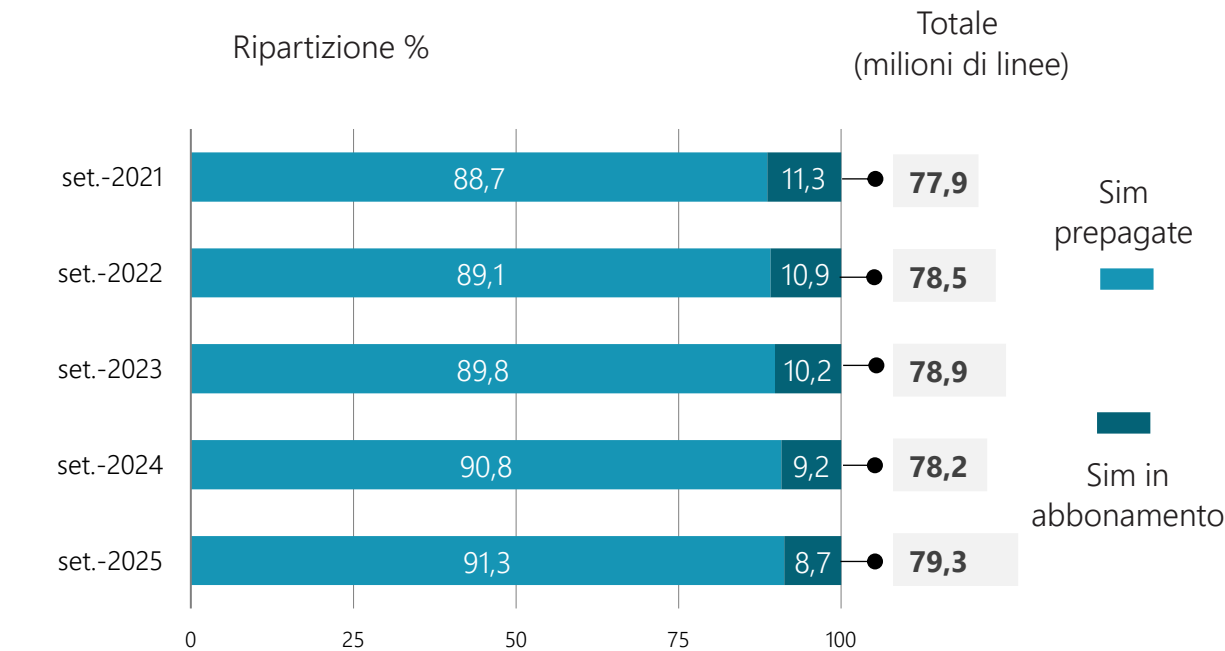
1.8 RETE MOBILE: SIM HUMAN PER TIPOLOGIA DI CLIENTELA



	Variazione annuale (set. 2024 – set. 2025)			Variazione di periodo (set. 2021 – set. 2025)		
	(n° di sim in migliaia)	(%)		(n° di sim in migliaia)	(%)	
Totale sim human:	+1.056	↑	+1,4	+1.350	↑	+1,7
Sim residenziali:	+298	↑	+0,4	-213	↓	-0,3
Sim affari:	+758	↑	+7,0	+1.563	↑	15,6



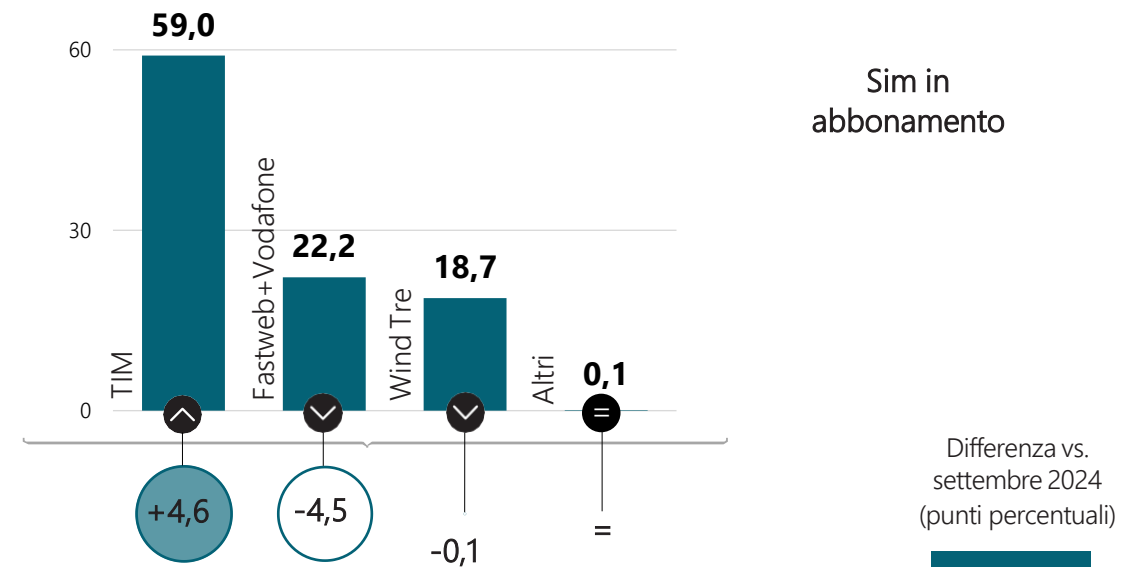
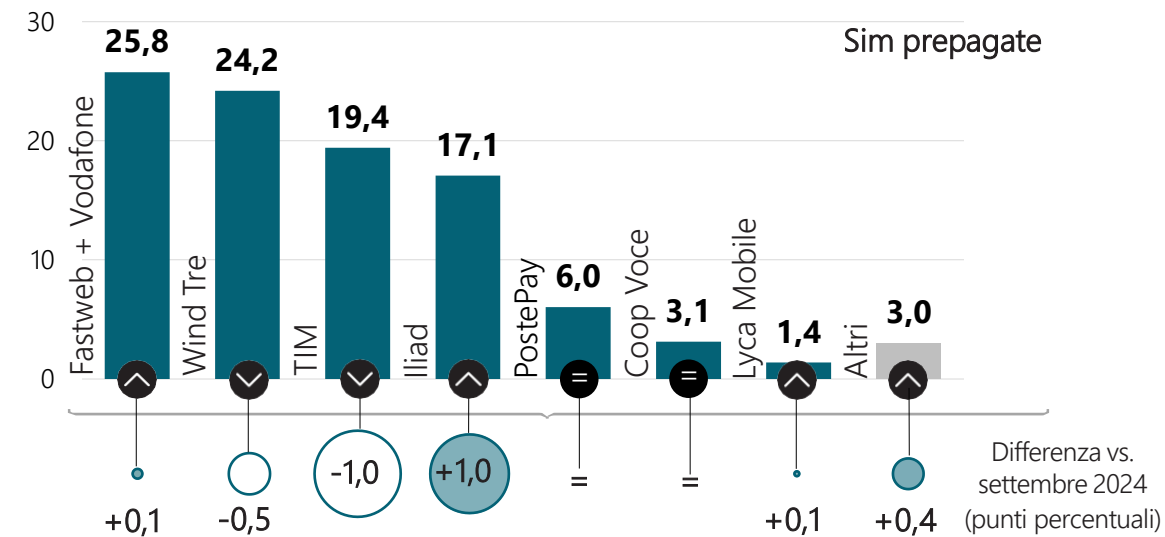
1.9 RETE MOBILE: SIM HUMAN PER TIPOLOGIA DI CONTRATTO



	Variazione annuale (giu. 2024 – giu. 2025)			Variazione di periodo (giu. 2021 – giu. 2025)		
	(n° di sim in migliaia)		(%)	(n° di sim in migliaia)		(%)
Totale sim human:	1.056	↑	+1,4	+1.350	↑	+1,7
Sim prepagate:	+1.318	↑	+1,9	+3.270	↑	+4,7
Sim in abbonamento:	-262	↓	-3,6	-1.920	↓	-21,7

QUOTE DI MERCATO (%)

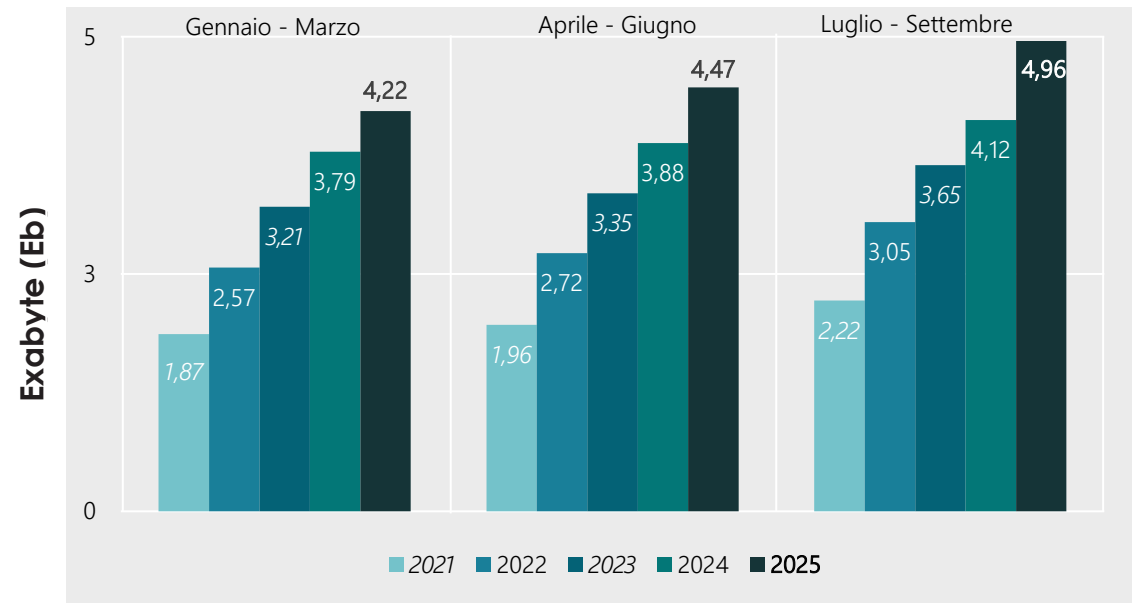
SETTEMBRE 2025



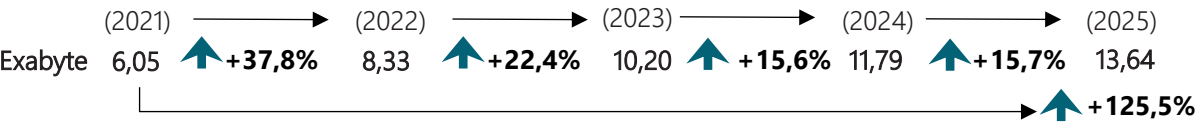
1.10 RETE MOBILE: TRAFFICO DATI (DOWNLOAD / UPLOAD)



DOWNLOAD (valori cumulati)



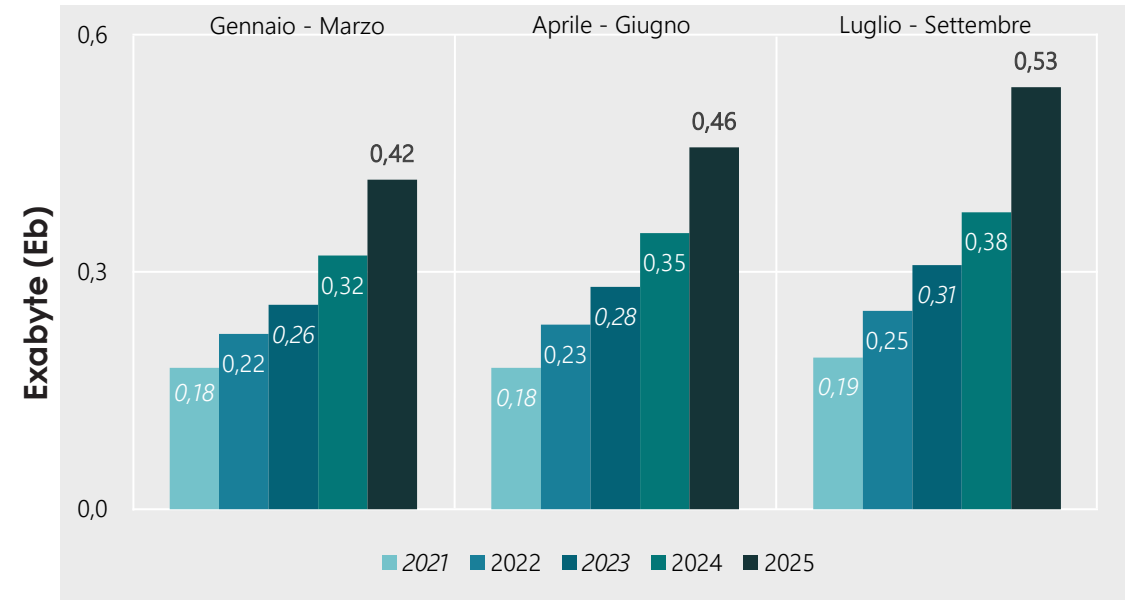
1 Valori cumulati da inizio anno (gen. – set.)



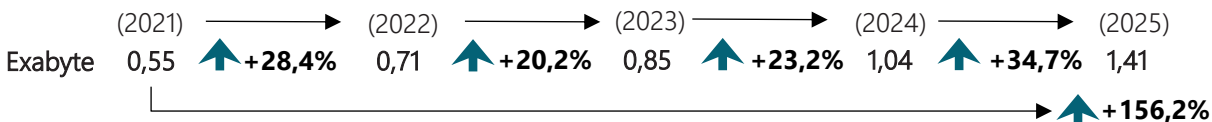
2 Confronto valori trimestrali (variazioni %)

	Annuale				Di periodo 2021/2025
	2021/2022	2022/2023	2023/2024	2024/2025	
1° trimestre (Gen. - Mar.)	+37,6	+24,9	+18,2	+11,3	+126,0
2° trimestre (Apr. - Giu.)	+38,6	+23,1	+15,8	+15,2	+127,6
3° trimestre (Lug. - Set.)	+37,2	+19,7	+13,1	+20,2	+123,2

UPLOAD (valori cumulati)



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



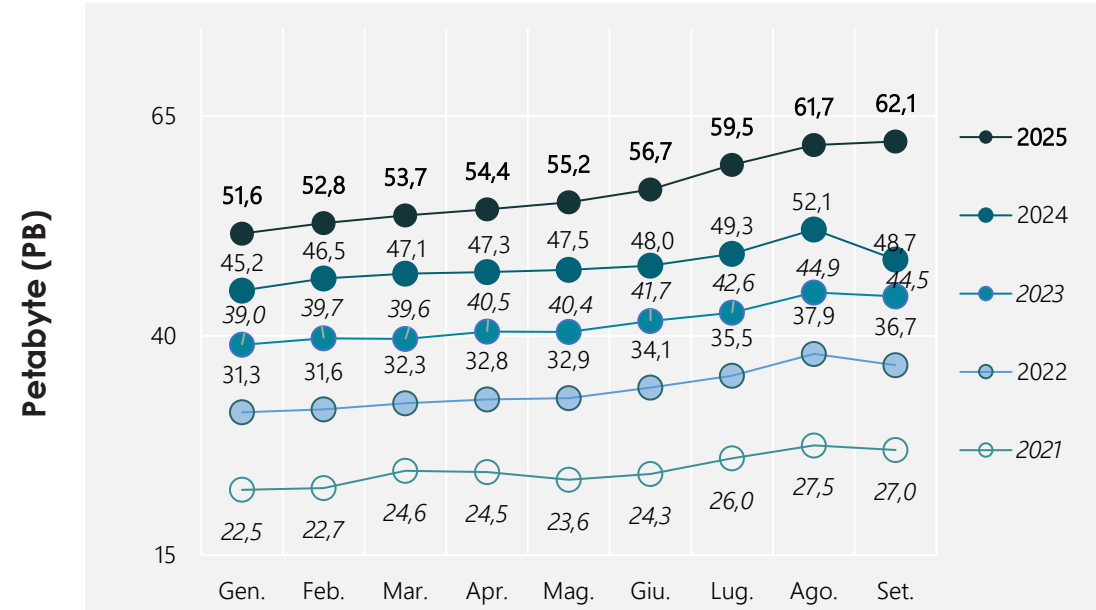
2 Confronto valori trimestrali (variazioni %)

	Annuale				Di periodo 2021/2025
	2021/2022	2022/2023	2023/2024	2024/2025	
1° trimestre (Gen. - Mar.)	+24,0	+16,5	+24,1	+30,0	+133,1
2° trimestre (Apr. - Giu.)	+30,5	+20,5	+24,1	+31,1	+155,8
3° trimestre (Lug. - Set.)	+30,6	+23,1	+21,6	+42,2	+178,1

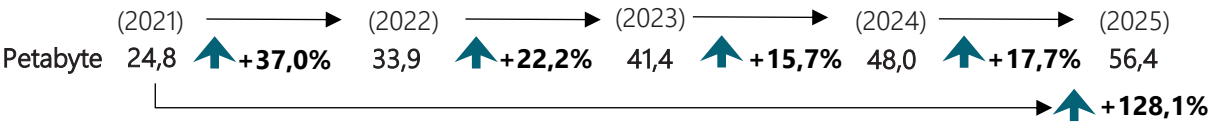
1.11 RETE MOBILE: TRAFFICO DATI MEDIO GIORNALIERO (download + upload)



COMPLESSIVO



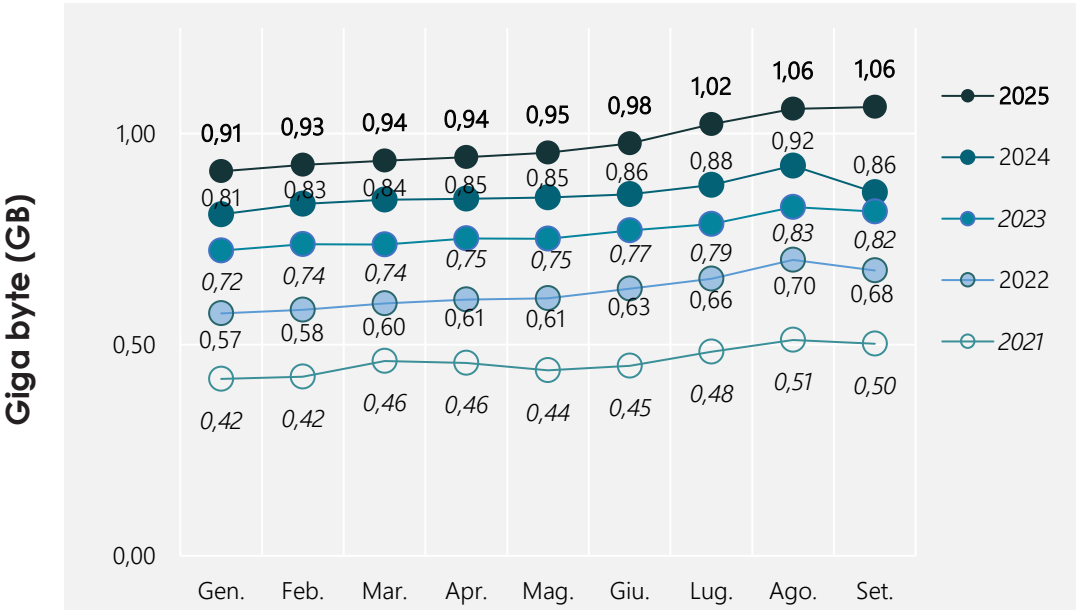
1 Valore medio giornaliero da inizio anno (gen. – set.)



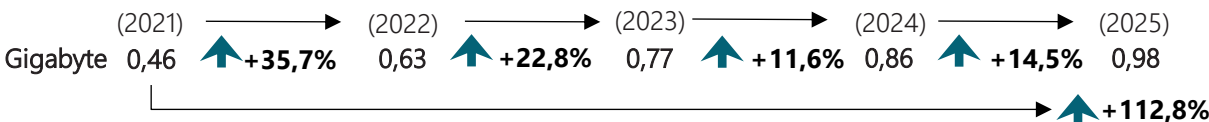
2 Confronto valori trimestrali (variazioni %)

	Annuale				Di periodo 2021/2025
	2021/2022	2022/2023	2023/2024	2024/2025	
1° trimestre (Gen. - Mar.)	+36,4	+24,2	+17,3	+14,0	+126,6
2° trimestre (Apr. - Giu.)	+37,9	+22,9	+16,4	+16,5	+129,9
3° trimestre (Lug. - Set.)	+36,6	+20,0	+13,8	+22,0	+127,6

TRAFFICO PER SIM CARD «HUMAN»



1 Valore medio giornaliero da inizio anno* (gen. – set.)



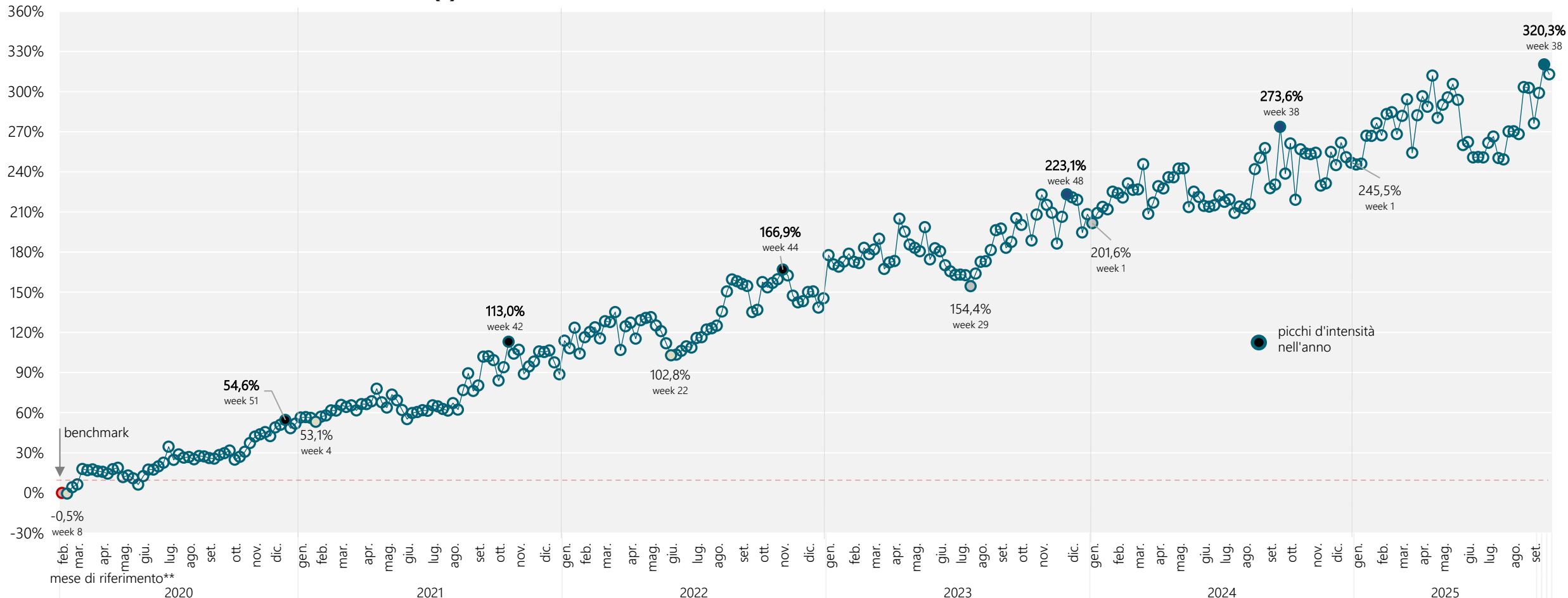
2 Confronto valori trimestrali (variazioni %)

	Annuale				Di periodo 2021/2025
	2021/2022	2022/2023	2023/2024	2024/2025	
1° trimestre (Gen. - Mar.)	+34,4	+25,3	+14,1	+11,6	+112,4
2° trimestre (Apr. - Giu.)	+37,4	+23,0	+12,2	+12,7	+113,7
3° trimestre (Lug. - Set.)	+35,9	+19,4	+9,8	+18,0	+110,1

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

1.12 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.

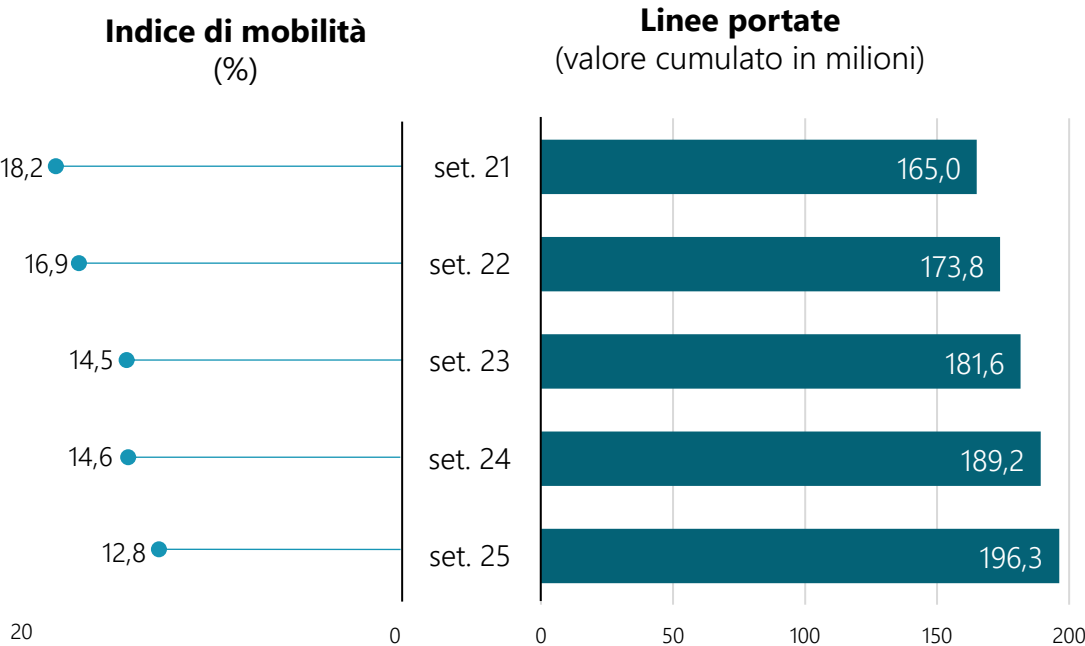
* Per ogni settimana l'indicatore dell'intensità è rappresentato dalla variazione percentuale, rispetto alla 7ª settimana del 2020 (dal 10 al 16 febbraio – punto rosso nel grafico), della media ponderata dei dati di traffico calcolata sui dati degli operatori utilizzando come pesi le quote di mercato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

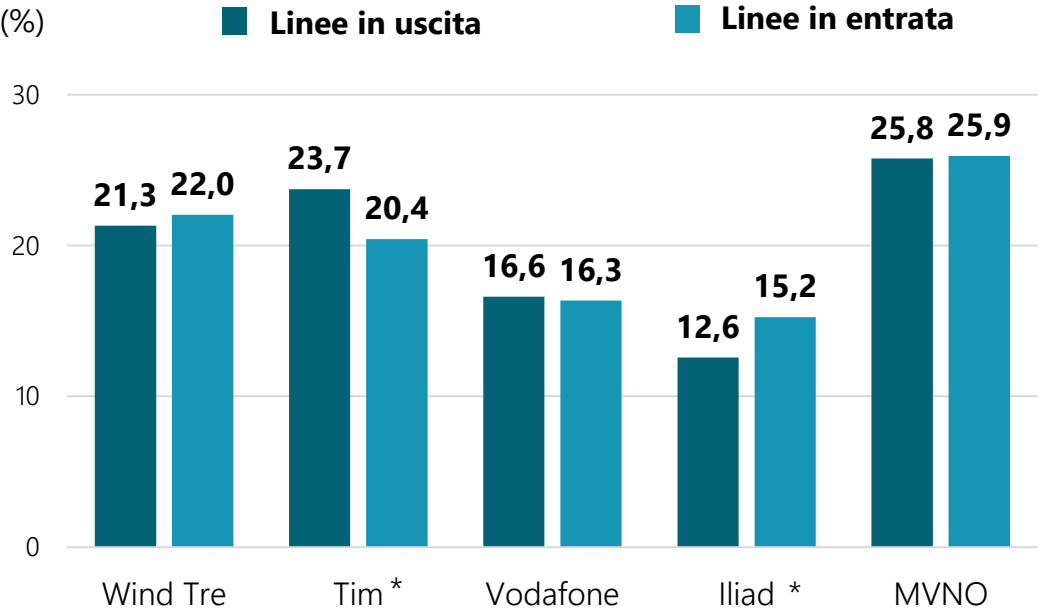
1.13 RETE MOBILE: PORTABILITÀ DEL NUMERO

In un anno (set. 24 – set. 25), **7,0** 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)
SETTEMBRE 2025



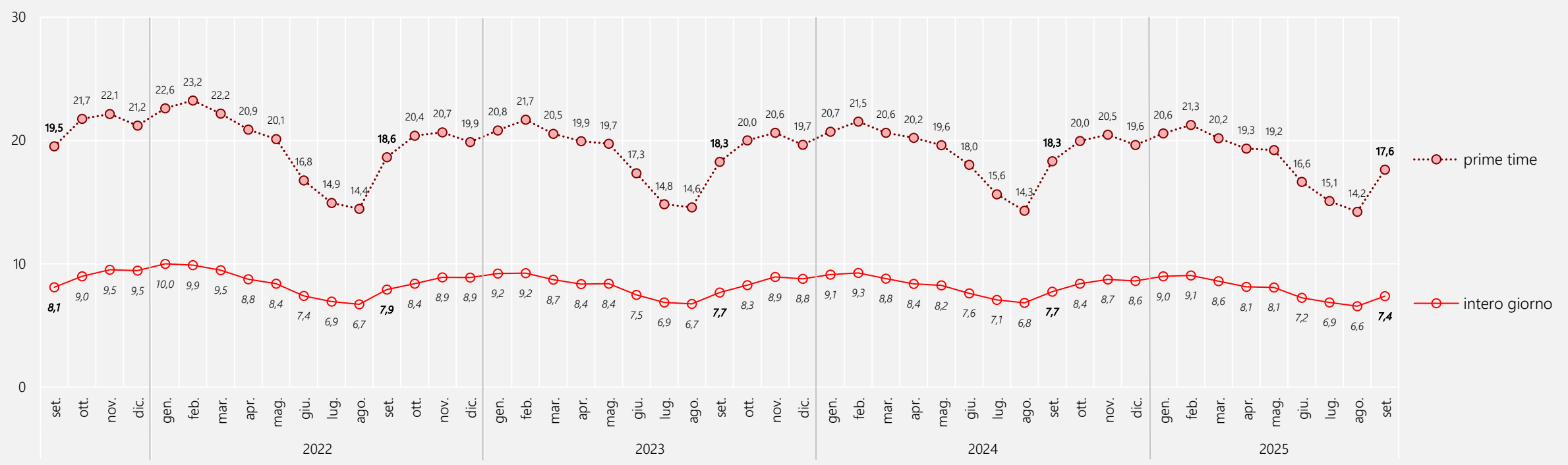
(*) **Nota:** i dati di Tim includono quelli commercializzati tramite il brand Kena Mobile, quelli di Vodafone includono i dati della società controllata VEI (che offre servizi di telefonia mobile denominati ho.) e non quelli di Fastweb inclusi tra gli MVNO .

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



settembre 2021 – settembre 2025

Millioni di spettatori medi giornalieri nel mese



Andamento numero di spettatori
(Giorno medio del periodo gen. – set. 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 (Fascia oraria: 20:30 – 22:30)	21,79	↓ -11,7%	19,24	↓ -3,3%	18,61	↑ +0,9%	18,78	↓ -2,9%	18,23
									↓ -16,3%
Giorno medio – Intero giorno (Fascia oraria: 02:00 – 25:59)	9,26	↓ -9,6%	8,37	↓ -3,6%	8,06	↑ +0,6%	8,11	↓ -3,0%	7,87
									↓ -15,0%

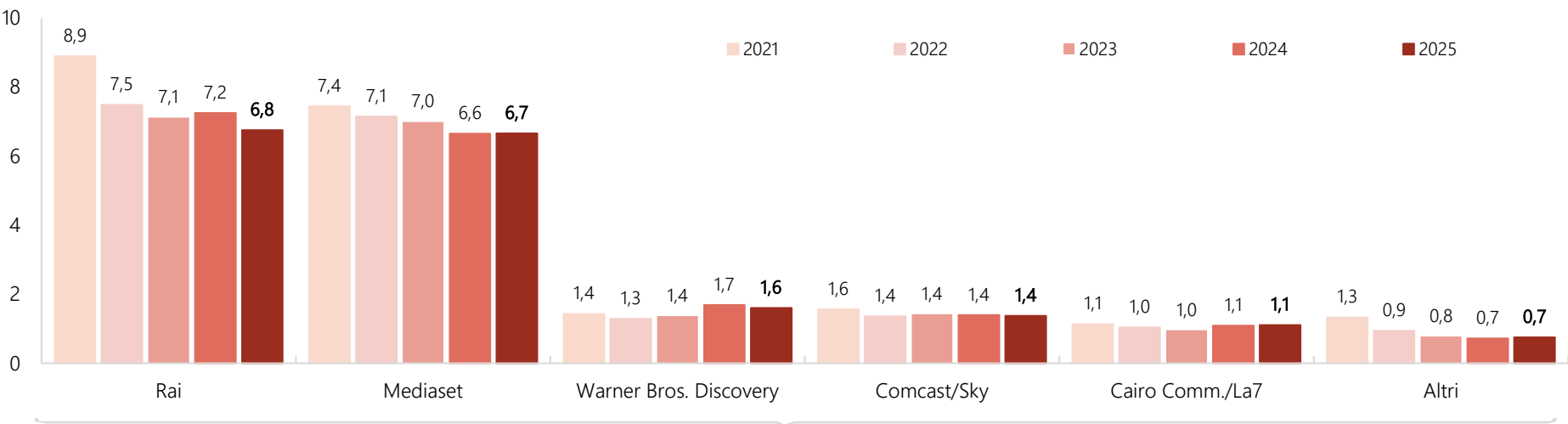
Fonte: elaborazioni Autorità su dati Auditel

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



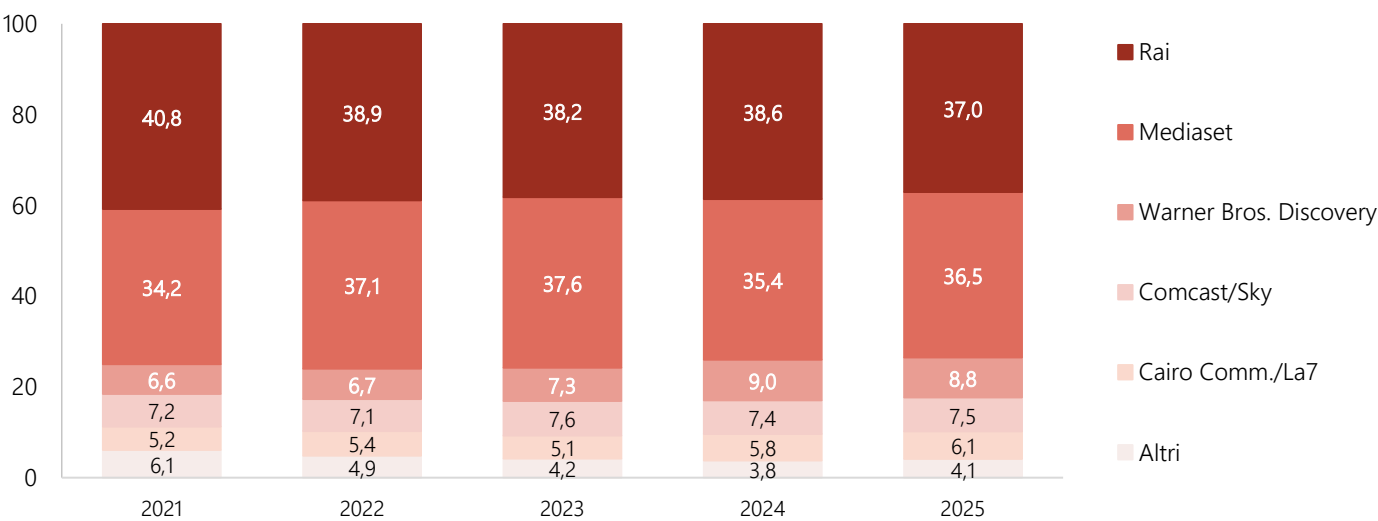
GIORNO MEDIO - PRIME TIME

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



	Var. %	
	'21-'25	'24-'25
Rai	-24,1	-6,8
Mediaset	-10,6	+0,1
Warner Bros. Discovery	+11,6	-5,2
Comcast/Sky	-12,1	-1,7
Cairo Comm./La7	-2,0	+1,5
Altri	-43,7	+4,5

Share in %



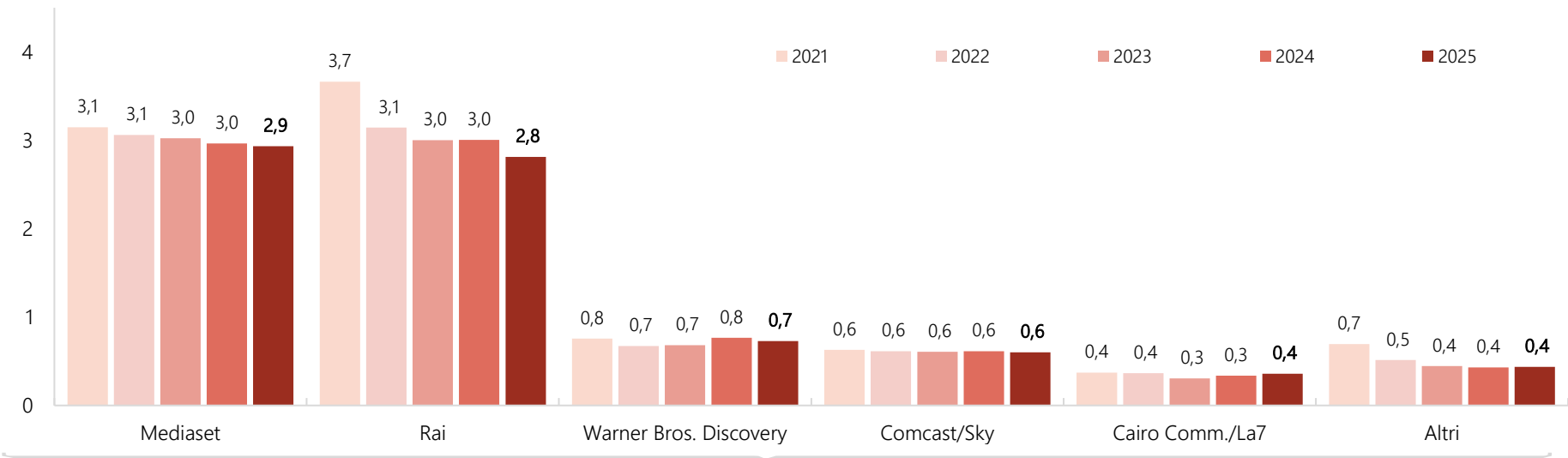
	Var. punti percentuali	
	'21-'25	'24-'25
Rai	-3,8	-1,5
Mediaset	+2,3	+1,1
Warner Bros. Discovery	+2,2	-0,2
Comcast/Sky	+0,4	+0,1
Cairo Comm./La7	+0,9	+0,3
Altri	-2,0	+0,3

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

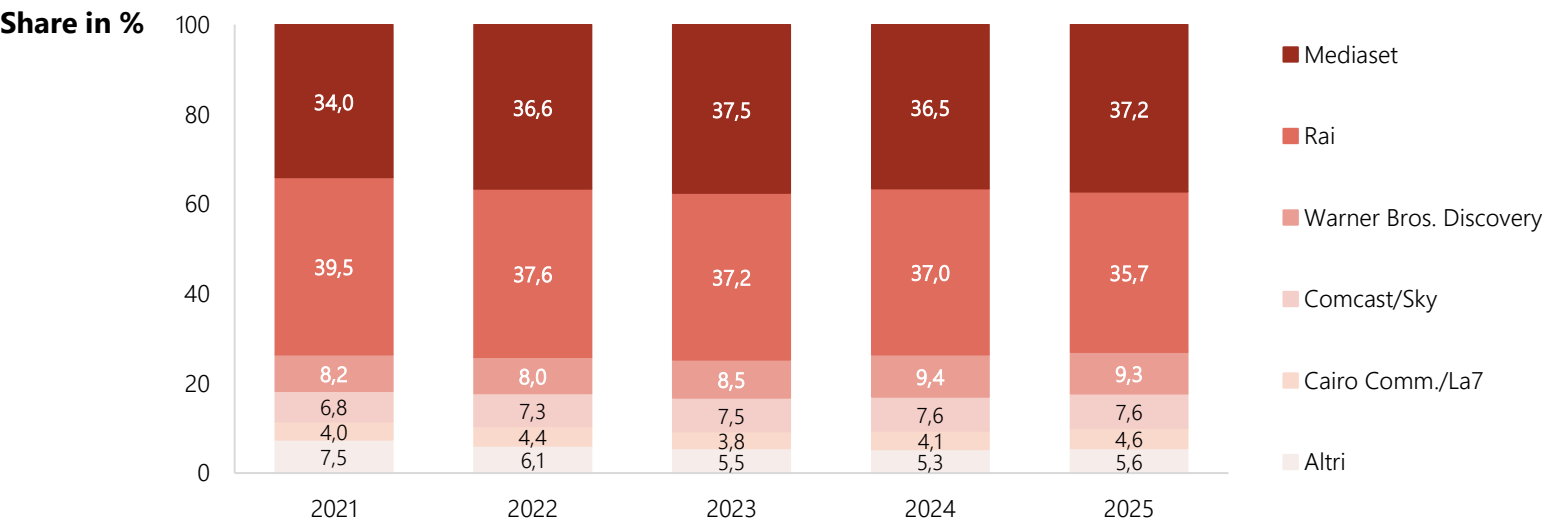


GIORNO MEDIO – INTERO GIORNO

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



	Var. %	
	'21-'25	'24-'25
Mediaset	-6,9	-1,1
Rai	-23,2	-6,4
Warner Bros. Discovery	-3,5	-4,6
Comcast/Sky	-4,2	-1,9
Cairo Comm./La7	-3,3	+7,0
Altri	-36,9	+1,5



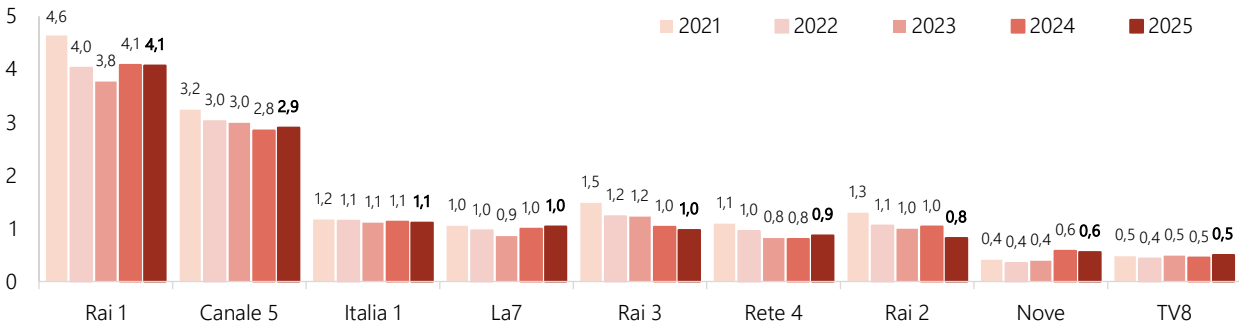
	Var. punti percentuali	
	'21-'25	'24-'25
Mediaset	+3,2	+0,7
Rai	-3,8	-1,3
Warner Bros. Discovery	+1,1	-0,2
Comcast/Sky	+0,9	+0,1
Cairo Comm./La7	+0,6	+0,4
Altri	-1,9	+0,2

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



GIORNO MEDIO – PRIME TIME

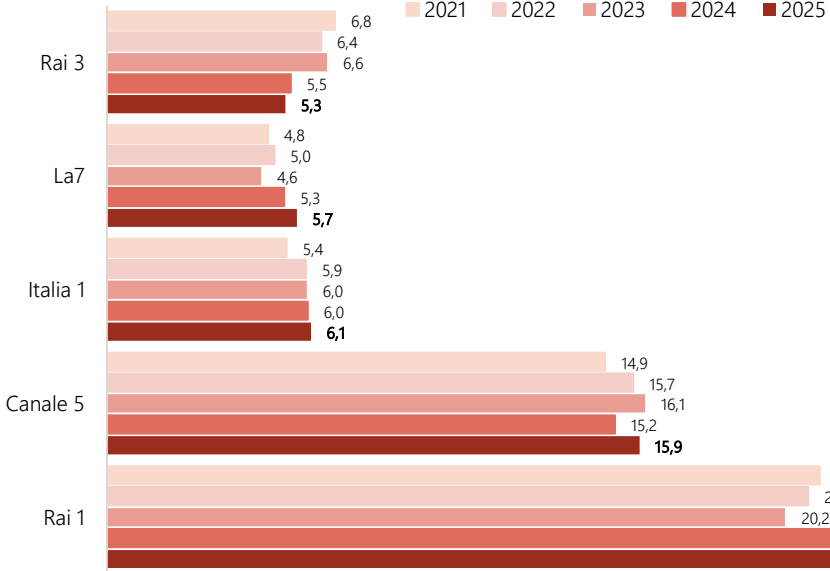
Spettatori medi giornalieri gen. – set. (in milioni)



Var. %

'21-'25	-12,2	-10,5	-5,1	-1,5	-34,5	-20,0	-36,7	+34,7	+5,2
'24-'25	-0,3	+1,8	-1,4	+3,9	-5,8	+9,0	-20,9	-3,6	+11,0

Share in %

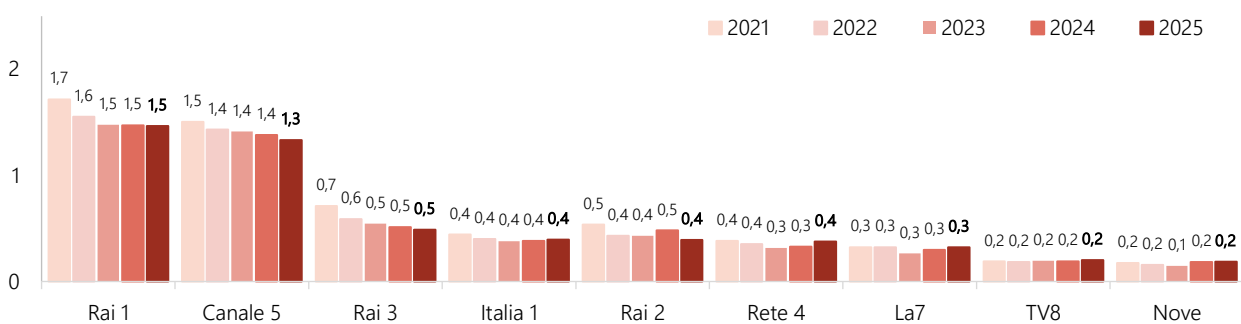


Var.
punti percentuali

Canale	'24-'25
Rai 1	+0,6
Canale 5	+0,7
Italia 1	+0,1
La7	+0,4
Rai 3	-0,2
Rete 4	+0,5
Rai 2	-1,0
Nove	-0,02
TV8	+0,3

GIORNO MEDIO – INTERO GIORNO

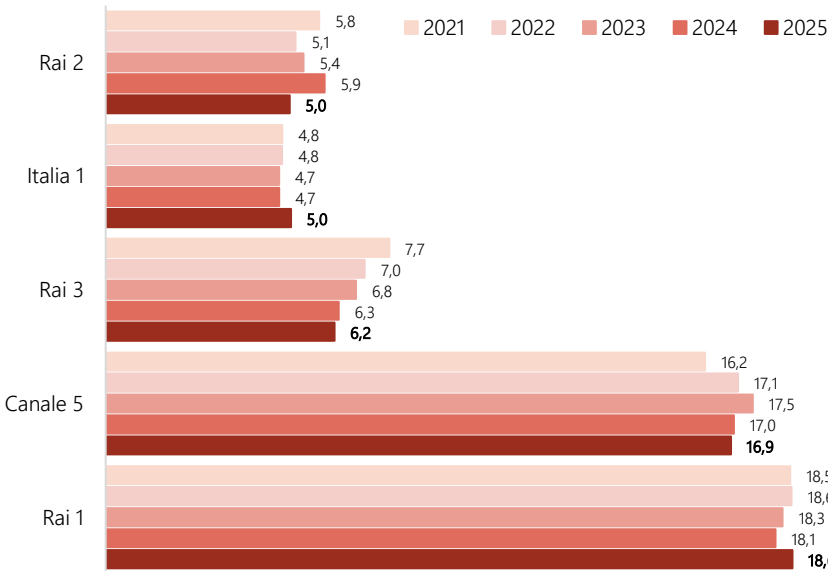
Spettatori medi giornalieri gen. – set. (in milioni)



Var. %

'21-'25	-14,7	-11,3	-31,4	-10,9	-26,8	-2,0	-0,3	+7,1	+5,4
'24-'25	-0,5	-3,4	-4,7	+3,6	-18,5	+13,9	+7,5	+6,3	+1,0

Share in %



Var.
punti percentuali

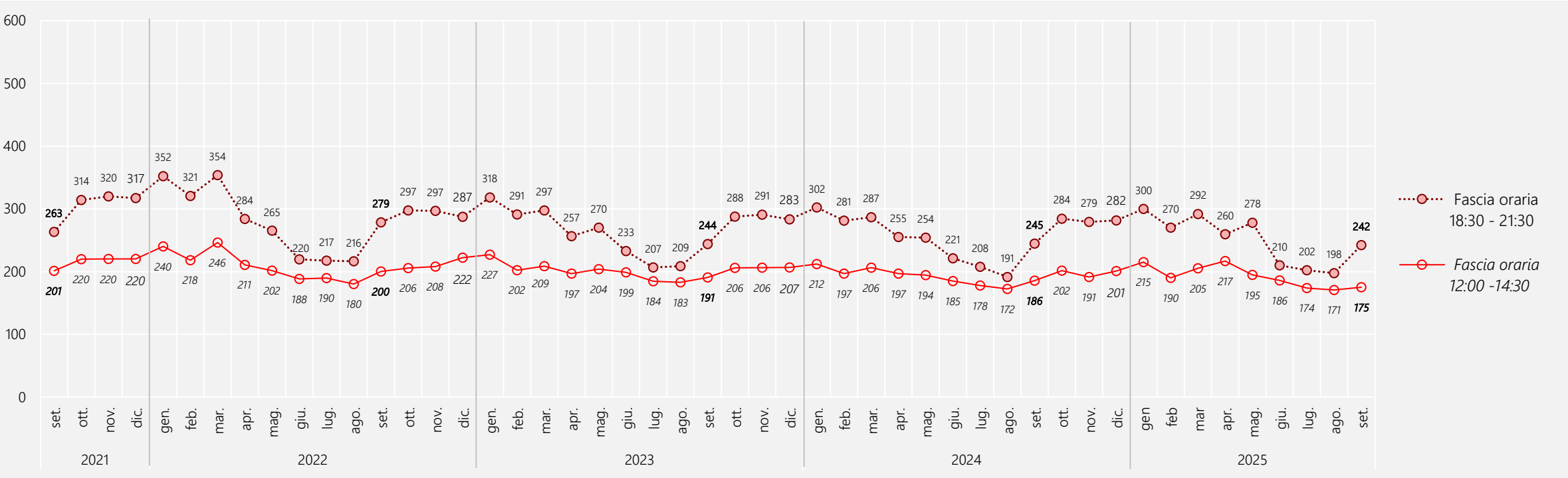
Canale	'24-'25
Rai 1	+0,5
Canale 5	-0,1
Rai 3	-0,1
Italia 1	+0,3
Rai 2	-0,9
Rete 4	+0,7
La7	+0,4
TV8	+0,2
Nove	+0,1

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



settembre 2021 – settembre 2025

Milioni di ore viste nel giorno medio



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

	(2021)		(2022)		(2023)		(2024)		(2025)
Fascia oraria: 18:30 – 21:00	306	▼ -8,8%	279	▼ -7,3%	258	▼ -3,5%	249	↑ +0,3%	250
									▼ -18,2%
Fascia oraria: 12:00 – 14:30	236	▼ -11,5%	208	▼ -4,3%	200	▼ -3,9%	192	↑ +0,0%	192
									▼ -18,5%

* 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)

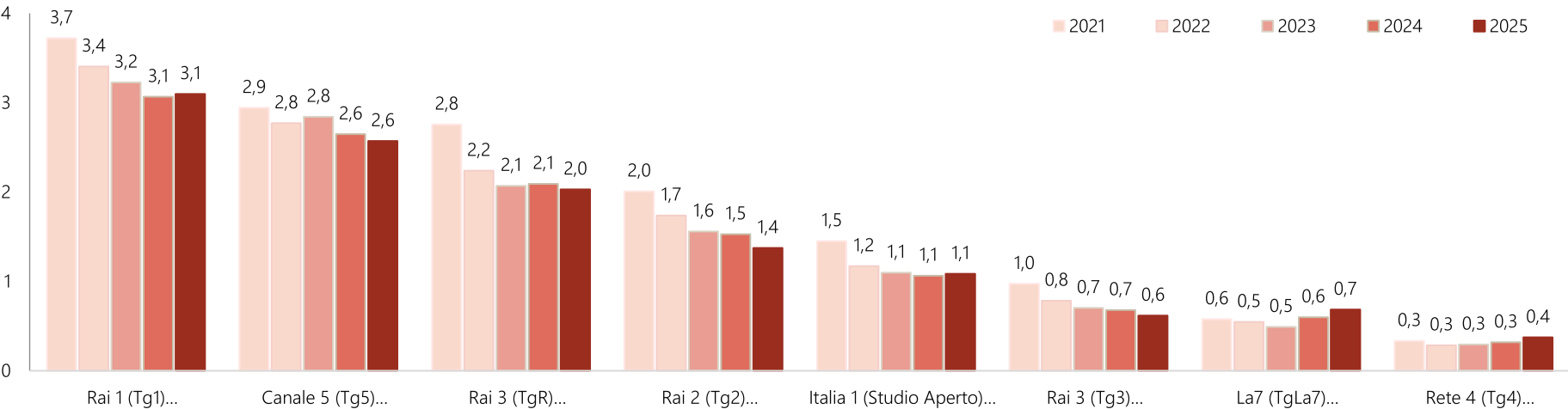


Spettatori medi giornalieri gen. – set. (in milioni)*

FASCIA ORARIA:
12:00 – 14:30

Var. %

Canale/TG '21-'25 '24-'25



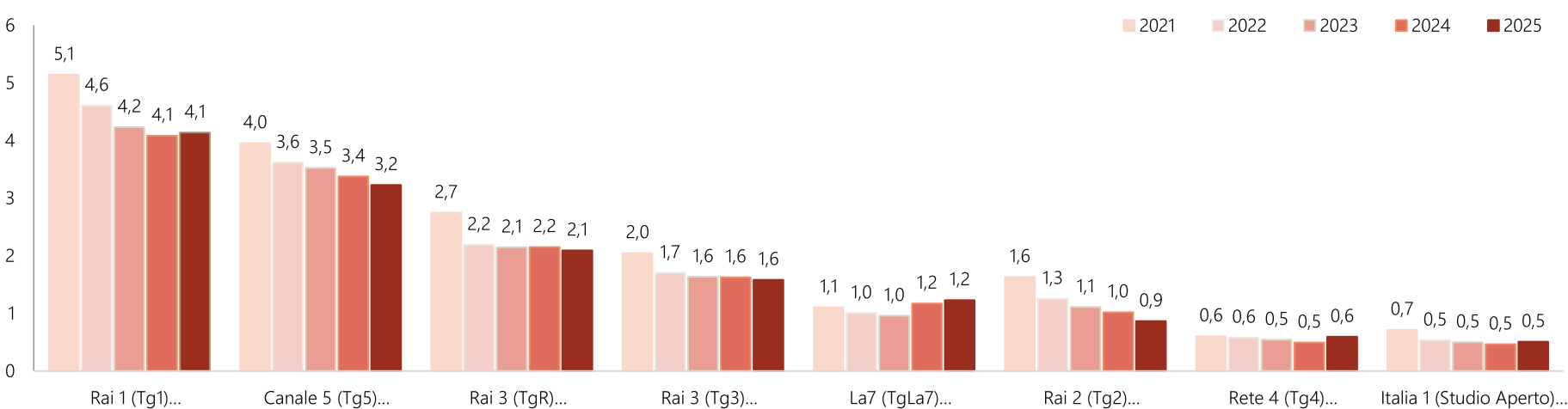
Rai	Rai 1 (Tg1 - 13:30)	-16,8	+1,0
	Rai 2 (Tg2 - 13:00)	-31,6	-10,1
	Rai 3 (Tg3 - 12:00)	-36,5	-9,1
	Rai 3 (TgR - 14:00)	-26,4	-3,0
Mediaset	Canale 5 (Tg5 - 13:00)	-12,7	-2,9
	Italia 1 (Studio Aperto - 12:25)	-25,3	+1,9
	Rete 4 (Tg4 - 12:00)	+11,6	+17,2
Cairo Comm.	La7 (TgLa7 - 13:30)	+18,4	+14,1

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

FASCIA ORARIA:
18:30 – 21:30

Var. %

Canale/TG '21-'25 '24-'25



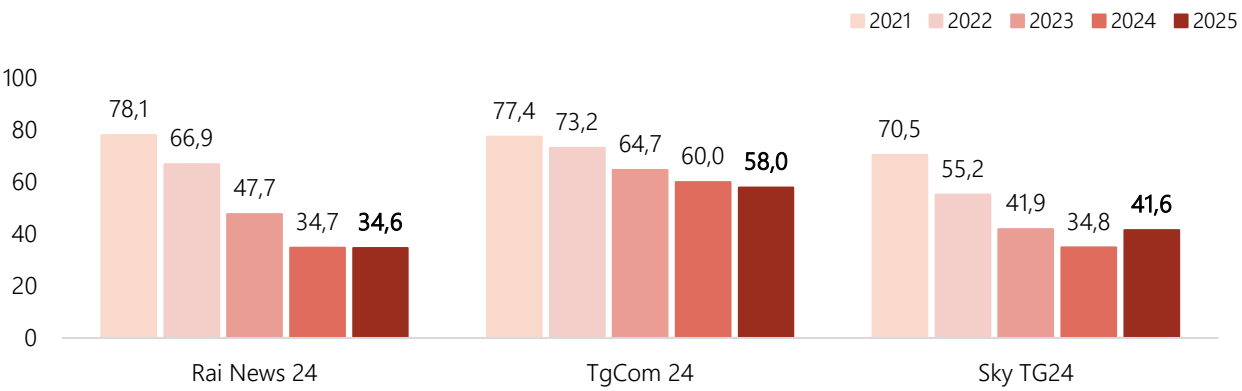
Rai	Rai 1 (Tg1 - 20:00)	-19,5	+1,3
	Rai 2 (Tg2 - 20:30)	-47,0	-15,3
	Rai 3 (Tg3 - 19:00)	-22,7	-2,7
	Rai 3 (TgR - 19:30)	-23,8	-2,8
Mediaset	Canale 5 (Tg5 - 20:00)	-18,4	-4,4
	Italia 1 (Studio Aperto - 18:30)	-29,2	+9,3
	Rete 4 (Tg4 - 19:00)	-1,7	+19,8
Cairo Comm.	La7 (TgLa7 - 20:00)	+11,2	+5,0

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

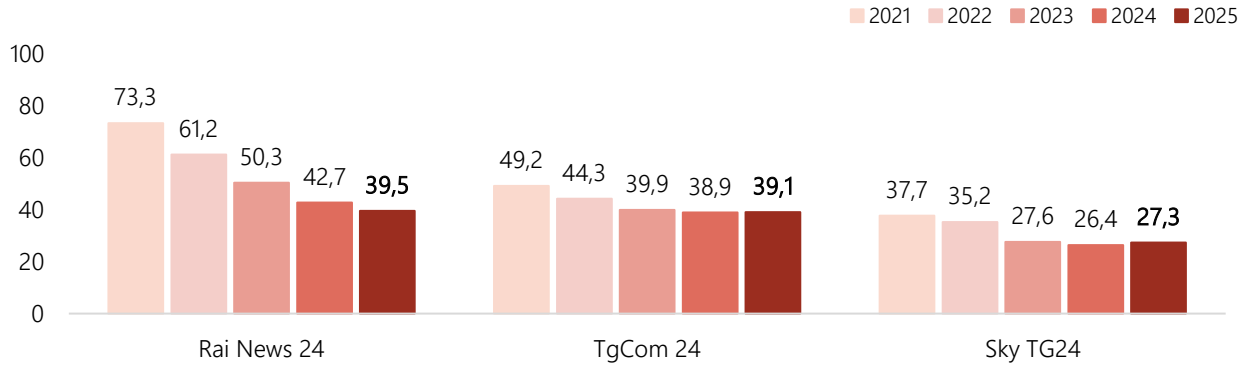
GIORNO MEDIO – PRIME TIME

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



GIORNO MEDIO – INTERO GIORNO

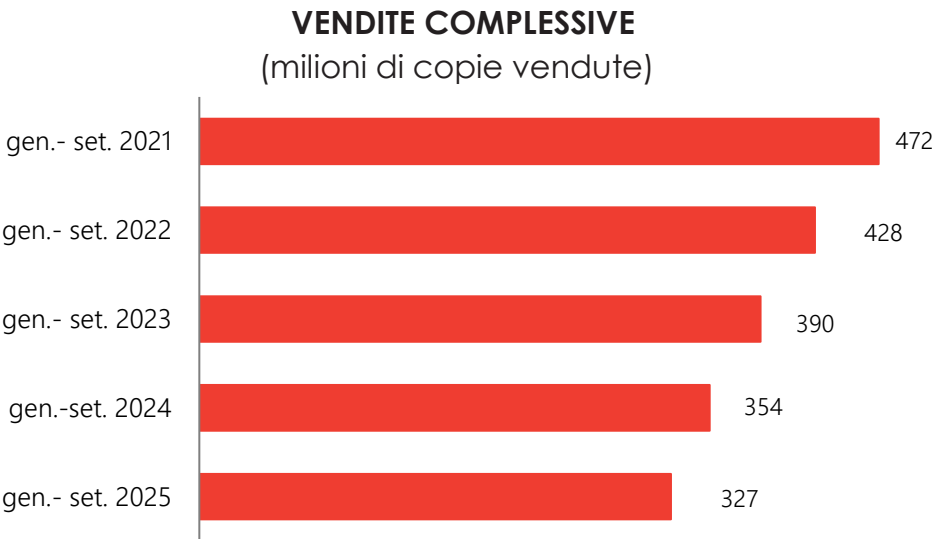
Spettatori medi giornalieri gen. – set. (in migliaia)



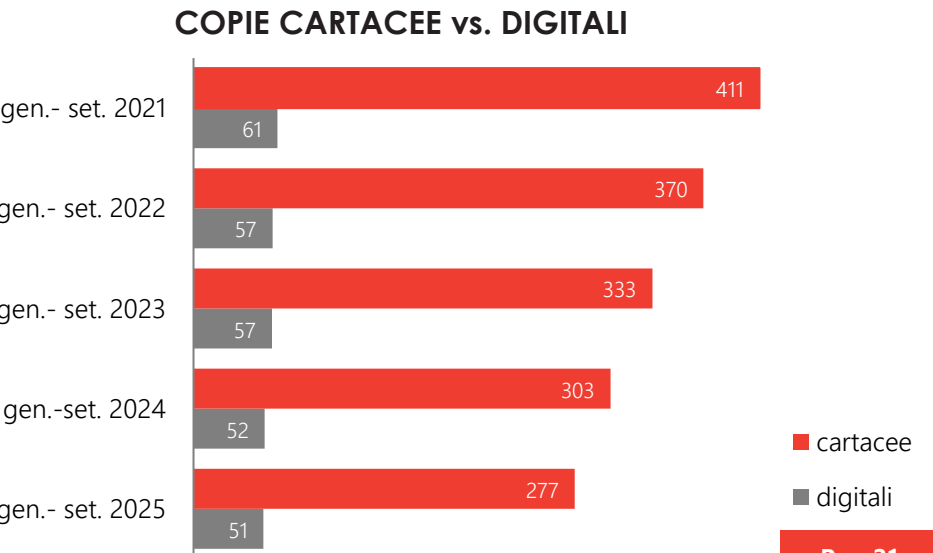
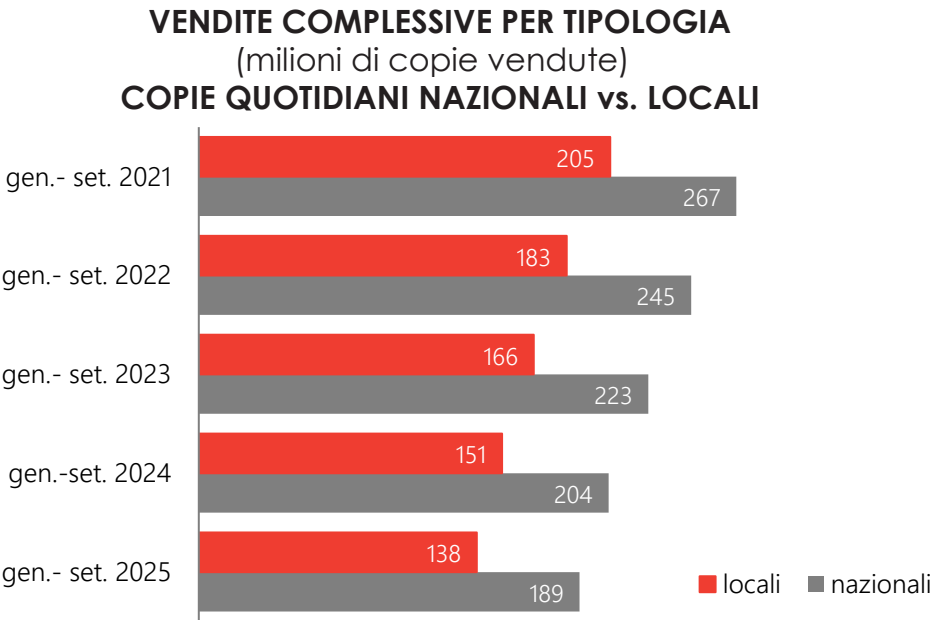
Spettatori medi giornalieri gen. – set. (in migliaia)

	Anno	Intero giorno	07:00 09:00	12:00 15:00	20:30 22:30
Rai News 24	2025	39,5	79,0	44,5	32,3
	2024	42,7	87,1	50,9	35,4
	2023	50,3	97,5	60,2	42,0
	2022	61,2	116,4	74,2	49,8
	2021	73,3	148,5	90,5	57,3
Variazioni %	2024-2025	-7,5	-9,3	-12,6	-8,8
	2021-2025	-46,1	-46,8	-50,9	-43,7
TgCom 24	2025	39,1	71,3	70,1	36,0
	2024	38,9	78,9	65,4	33,7
	2023	39,9	76,8	68,1	35,7
	2022	44,3	76,5	70,6	41,8
	2021	49,2	87,1	72,1	38,0
Variazioni %	2024-2025	+0,6	-9,6	+7,2	+6,7
	2021-2025	-20,5	-18,1	-2,7	-5,4
Sky Tg24	2025	27,3	45,3	46,8	28,0
	2024	26,4	49,4	43,4	26,4
	2023	27,6	49,5	44,4	30,2
	2022	35,2	53,0	57,9	37,5
	2021	37,7	52,4	60,8	40,6
Variazioni %	2024-2025	+3,4	-8,3	+7,7	+6,0
	2021-2025	-27,5	-13,5	-23,1	-31,1

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



	Variazione in %	
	Periodo settembre - settembre (2024 – 2025)	(2021 -2025)
Copie complessive:	-7,6 ↓	-30,6 ↓
Copie cartacee:	-8,6 ↓	-32,6 ↓
Copie digitali:	-1,9 ↓	-16,8 ↓
Copie quotidiani nazionali:	-7,0 ↓	-29,1 ↓
Copie quotidiani locali:	-8,3 ↓	-32,4 ↓



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.-set.	2021	2022	2023	2024	2025
Testate nazionali	Generaliste Top 5		131,2	116,9	103,1	94,6	86,7
	Generaliste Altre		33,4	30,3	27,9	25,2	22,2
	Economici		16,1	14,1	12,6	10,5	9,4
	Sportivi		42,4	41,8	38,5	35,8	32,8
Testate locali	Top 10		84,3	75,9	72,7	66,9	59,7
	Altre testate		103,4	91,1	78,2	69,6	65,9
Variazione in %	gen.-set.		('21 – '25)		('24 – '25)		
Testate nazionali	Generaliste Top 5		-33,9	↓	-8,4	↓	
	Generaliste Altre		-33,4	↓	-11,8	↓	
	Economici		-41,3	↓	-9,8	↓	
	Sportivi		-22,7	↓	-8,3	↓	
Testate locali	Top 10		-29,2	↓	-10,8	↓	
	Altre testate		-36,3	↓	-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 nei primi nove mesi del 2025: Dolomiten, Il Gazzettino, Il Giornale di Brescia, Il Mattino, Il Resto del Carlino, La Nazione, L'Adige, L'Eco di Bergamo, Messaggero Veneto, L'Unione Sarda.
- **Locali-altre**: rimanenti testate ADS.

COPIE DIGITALI PER MACRO CATEGORIA
(milioni di copie)

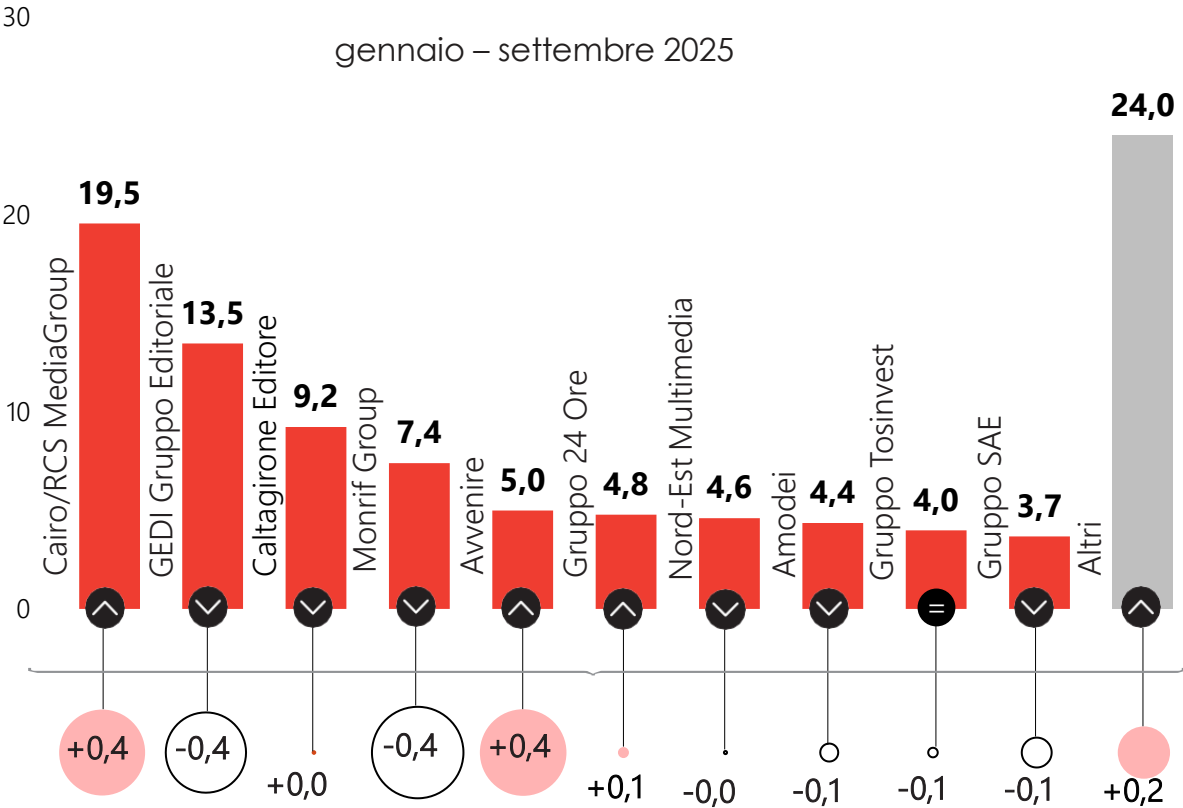
		gen.-set.	2021	2022	2023	2024	2025
Testate nazionali	Generaliste Top 5		25,8	24,0	25,0	24,7	24,4
	Generaliste Altre		8,6	8,2	7,3	4,2	4,8
	Economici		7,9	7,8	7,6	7,5	7,4
	Sportivi		1,8	1,6	1,4	1,1	1,5
Testate locali	Top 10		6,7	6,3	7,1	6,8	7,1
	Altre testate		10,1	9,6	8,4	7,4	5,5
Variazione in %	gen.-set.		('21 – '25)		('24 – '25)		
Testate nazionali	Generaliste Top 5		-5,3	↓	-1,2	↓	
	Generaliste Altre		-43,5	↓	+14,3	↑	
	Economici		-7,0	↓	-1,0	↓	
	Sportivi		-16,9	↓	+31,9	↑	
Testate locali	Top 10		+5,8	↑	+4,5	↑	
	Altre testate		-46,1	↓	-25,9	↓	

2.10 EDITORIA QUOTIDIANA: DISTRIBUZIONE PER PRINCIPALI GRUPPI EDITORIALI

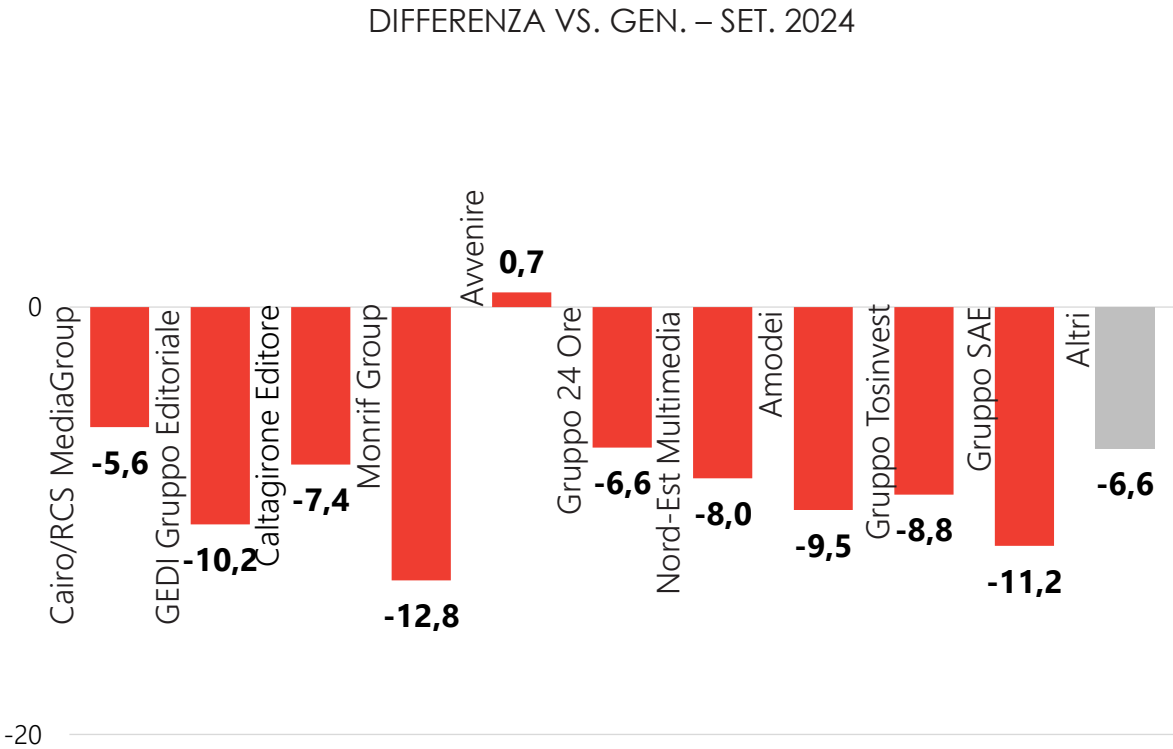


DISTRIBUZIONE DELLE COPIE COMPLESSIVE VENDUTE PER GRUPPI EDITORIALI (%)

VARIAZIONE DELLE COPIE COMPLESSIVE VENDUTE PER GRUPPI EDITORIALI (%)



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

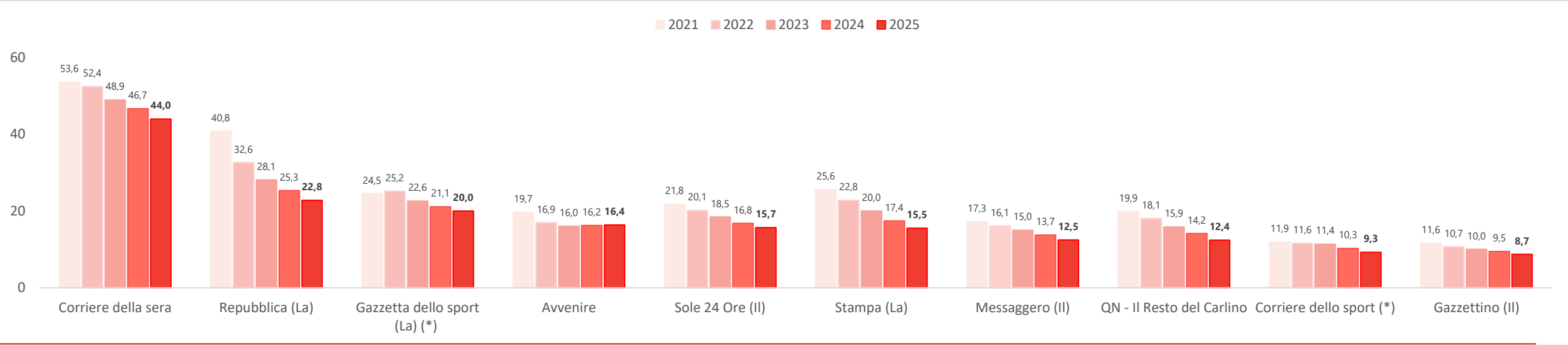


Nota: Il gruppo GEDI ha ceduto a Blue Media S.r.l. (Gruppo MSC) la testata “Il Secolo XIX” con decorrenza 29/09/2024.

2.11 EDITORIA QUOTIDIANA: DISTRIBUZIONE DELLE PRINCIPALI TESTATE



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



Var.% 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	-9,6	-18,0	-4,5	-3,3	-6,1	-10,1	-4,8	-7,5	-2,7	-2,9
Copie cartacee	-13,6	-13,4	-3,9	-3,6	-5,5	-9,4	-4,5	-7,2	-2,6	-2,7
Copie digitali	+4,0	-4,6	-0,6	0,3	-0,6	-0,7	-0,2	-0,3	-0,1	-0,3

Var.% 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	-2,7	-2,5	-1,1	+0,1	-1,1	-1,9	-1,2	-1,7	-1,0	-0,8
Copie cartacee	-3,0	-2,0	-1,0	+0,1	-1,0	-1,9	-1,1	-1,8	-1,0	-0,6
Copie digitali	+0,3	-0,5	-0,1	+0,1	-0,1	+0,0	-0,2	+0,0	+0,0	-0,1

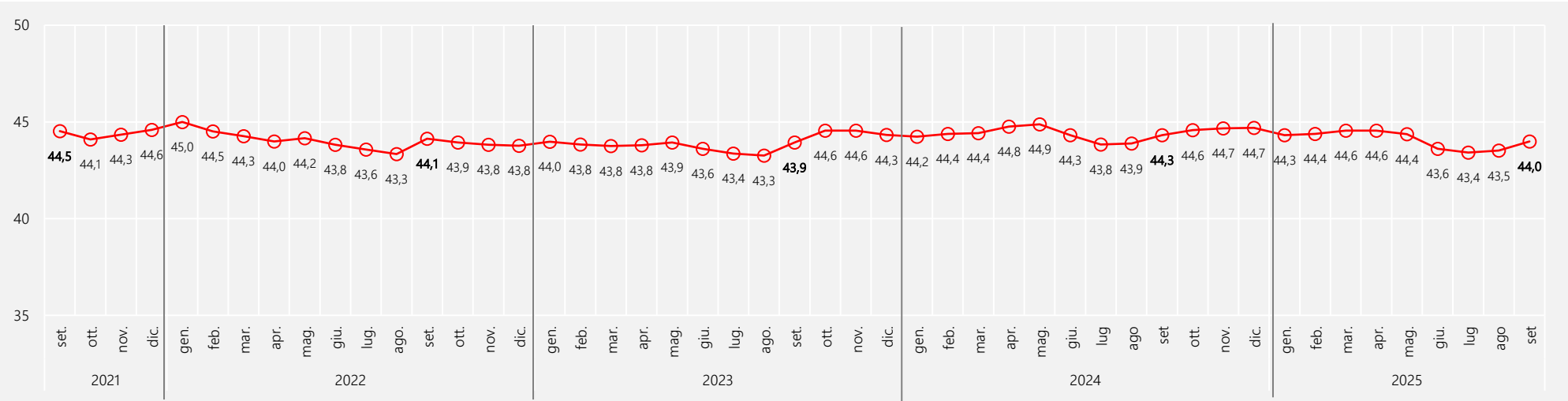
(*) – include edizione del lunedì

Fonte: elaborazioni su dati Autorità e ADS

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



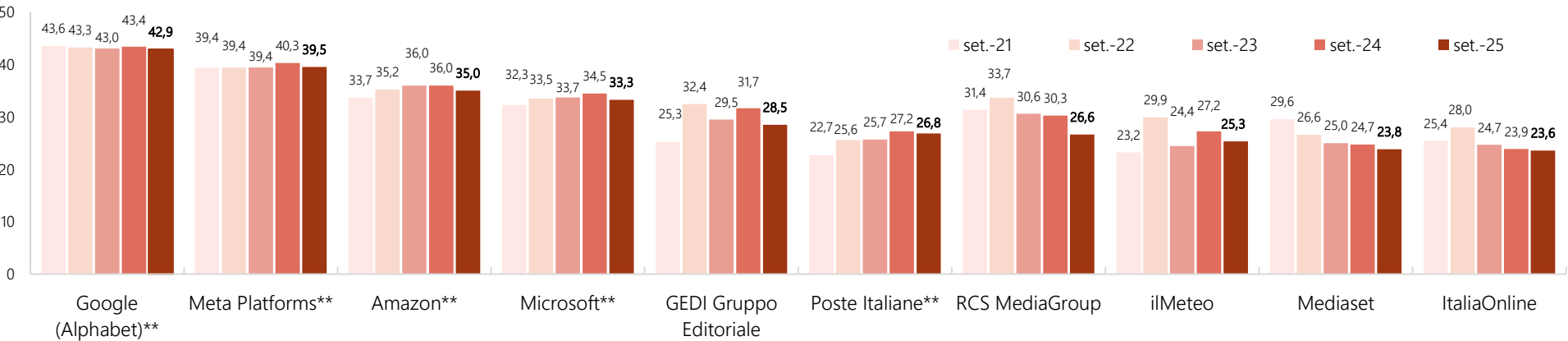
MILIONI DI UTENTI UNICI MENSILI (settembre 2021 – settembre 2025)



43 milioni e 994 mila utenti unici si sono collegati a internet nel mese di settembre 2025 (**323 mila** utenti in meno rispetto a settembre 2024)

Oltre **69 ore e 57 minuti** complessivi trascorsi, in media, da ciascun utente navigando su internet nel mese di settembre 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.

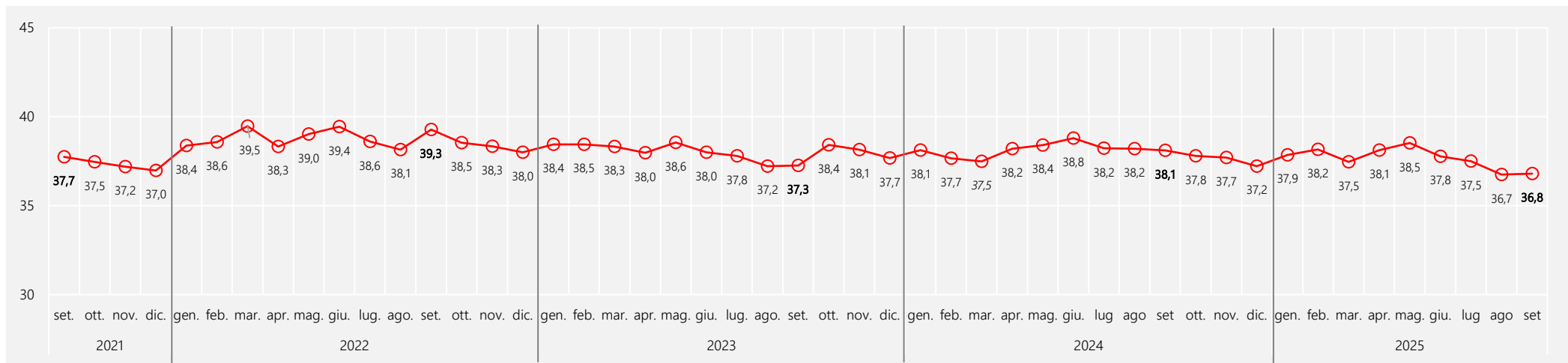
*** Il Parent** è definito come un gruppo di domini e di URL che sono di proprietà di una specifica società, delle sue sussidiarie o unità operative. Inoltre, un Parent può essere anche rappresentato da un'organizzazione, ente governativo, gruppo privato, società o altra istituzione, che ha partecipazioni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



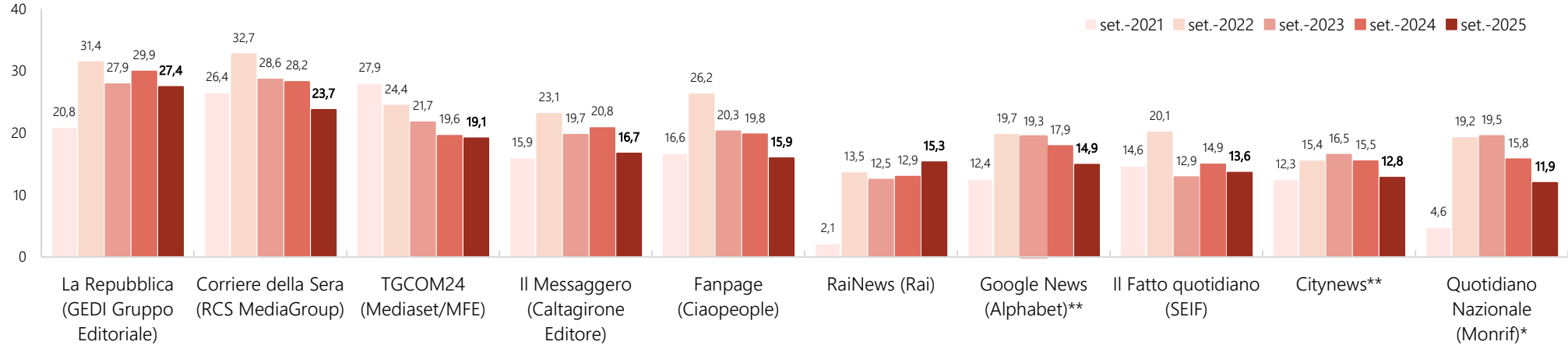
MILIONI DI UTENTI UNICI MENSILI (settembre 2021 – settembre 2025)



36 milioni e 803 mila utenti unici si sono collegati a siti/APP di informazione generalista nel mese di settembre 2025 (circa **1,3 milioni** di utenti in meno rispetto a settembre 2024)

Oltre **55 minuti** trascorsi, in media, da ciascun utente navigando su siti/APP di informazione generalista 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: 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 Censu*. Per questa ragione i valori relativi ai mesi di settembre 2022, 2023, 2024 e 2025 non sono direttamente confrontabili con quelli degli anni precedenti.

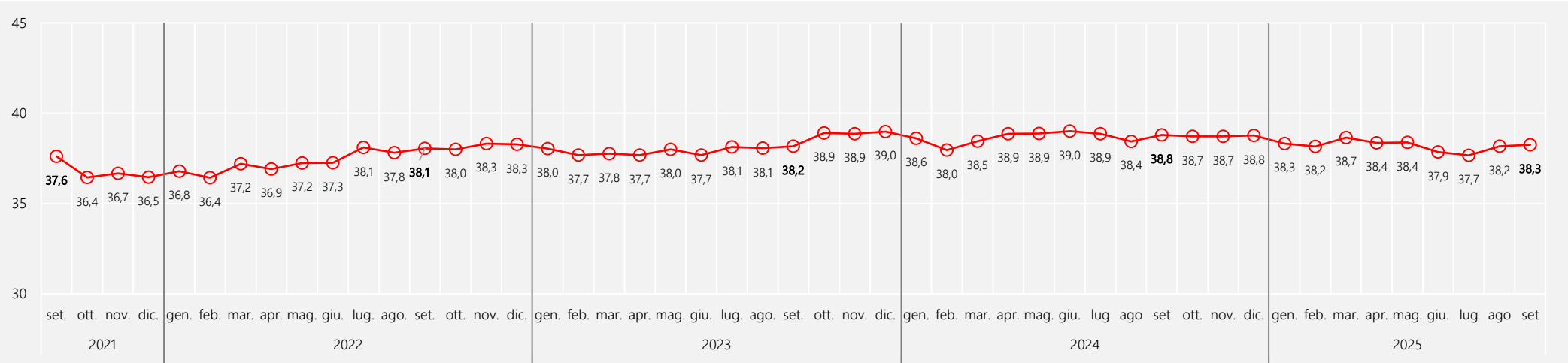
** Google News e Citynews sono rilevati solo attraverso *Audiweb Panel*.

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



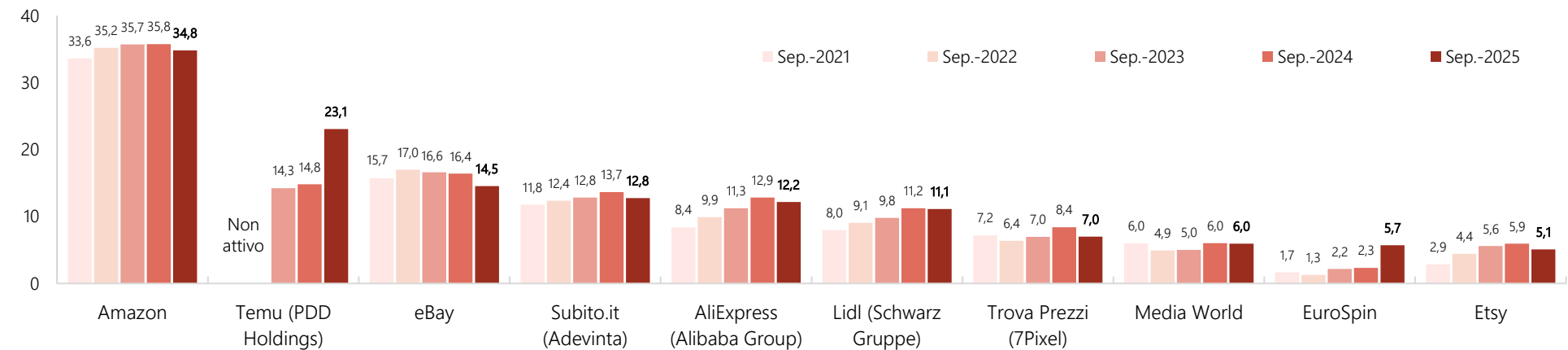
MILIONI DI UTENTI UNICI MENSILI (settembre 2021 – settembre 2025)



38 milioni e 254 mila utenti unici si sono collegati a siti/APP di e-commerce nel mese di settembre 2025 (**549 mila** utenti in meno rispetto a settembre 2024)

Oltre **2 ore e 23 minuti**, in media, trascorse da ciascun utente navigando su siti/APP di e-commerce 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.

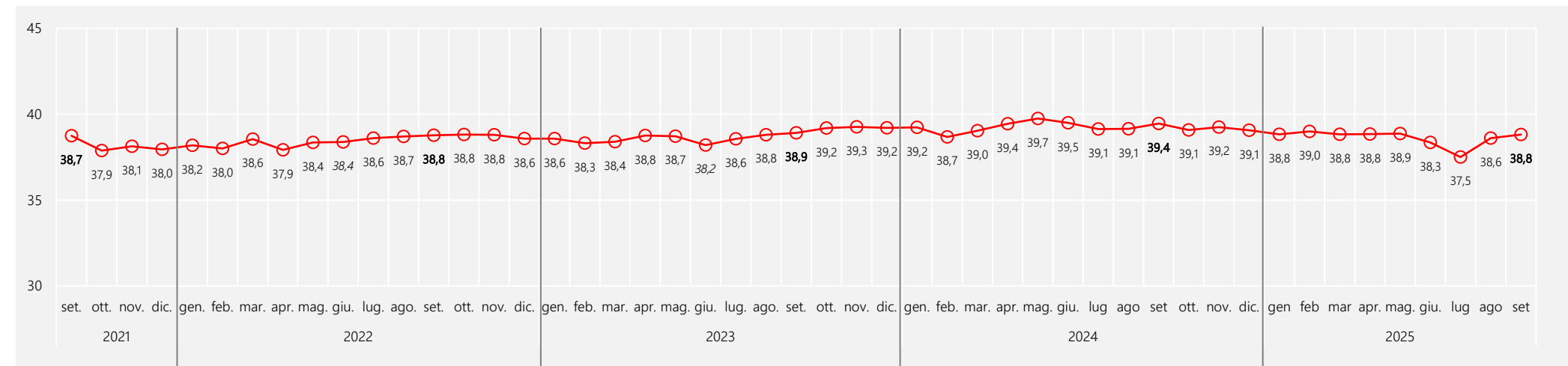
* Nota: i brand rappresentati sono rilevati solo attraverso Audiweb Panel.

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



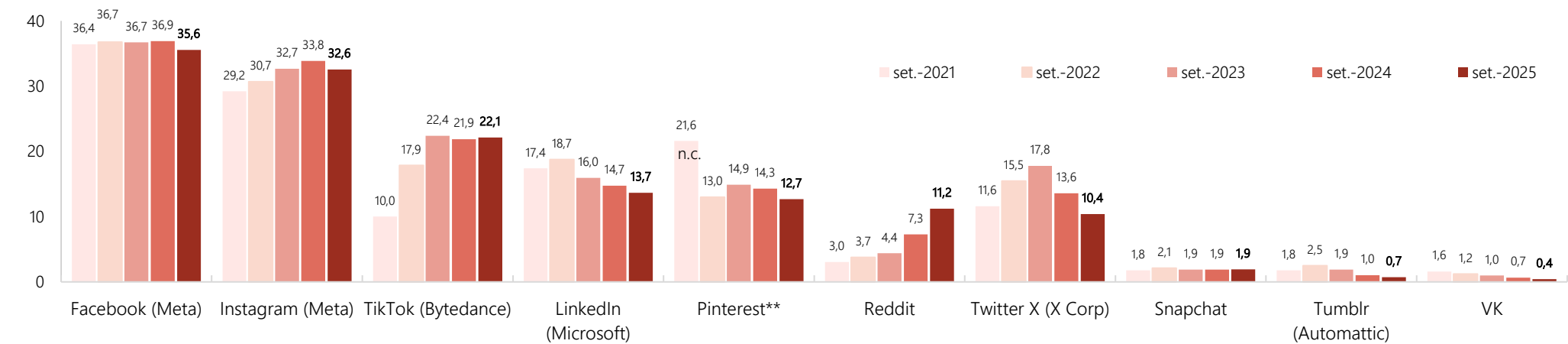
MILIONI DI UTENTI UNICI MENSILI (settembre 2021 – settembre 2025)



38 milioni e 814 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 settembre 2025 (633 mila utenti in meno rispetto a settembre 2024)

22 ore e 42 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.

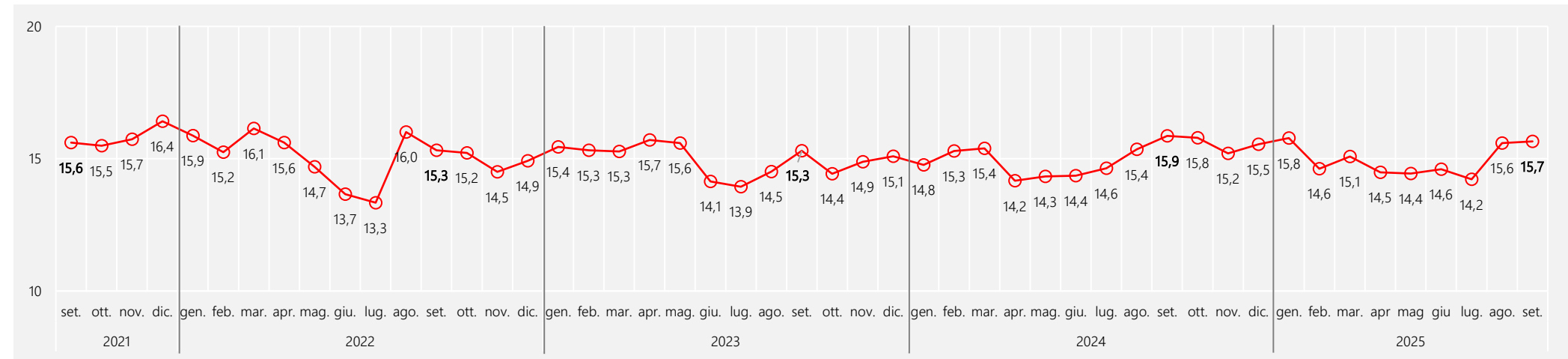
* Nota: nel grafico si riportano gli utenti unici dei primi 10 Brand che appartengono alla sub-categoria "Social Networks & Member Communities" ed offrono servizi di Social Networking in Italia.

** 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

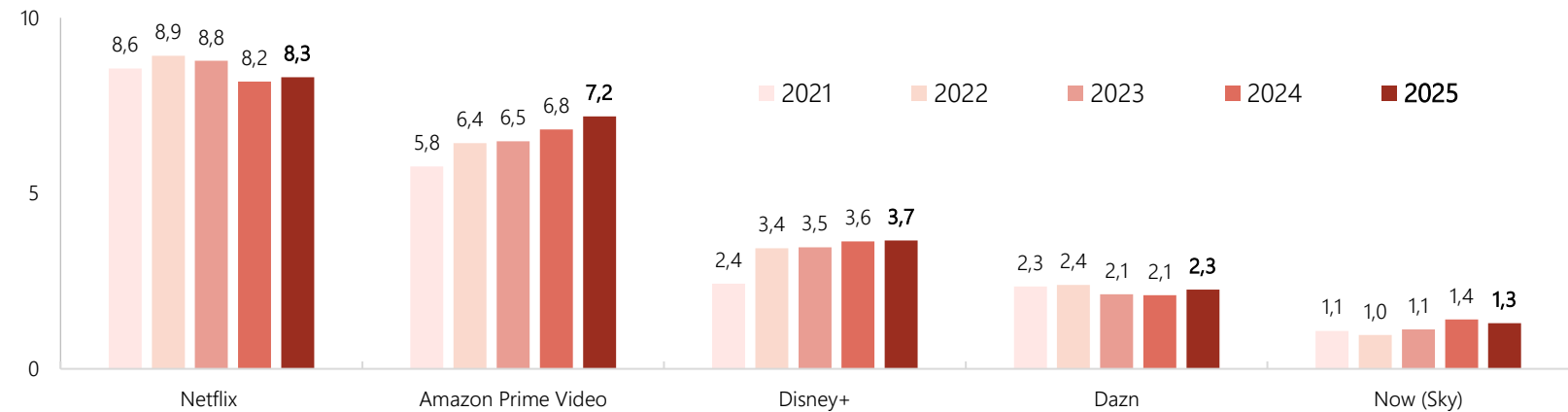
MILIONI DI UTENTI UNICI MENSILI (settembre 2021 – settembre 2025)



Circa **15,7** milioni utenti unici si sono collegati a siti/APP di video on demand nel mese di settembre 2025 (**210** mila soggetti in meno rispetto a settembre 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).

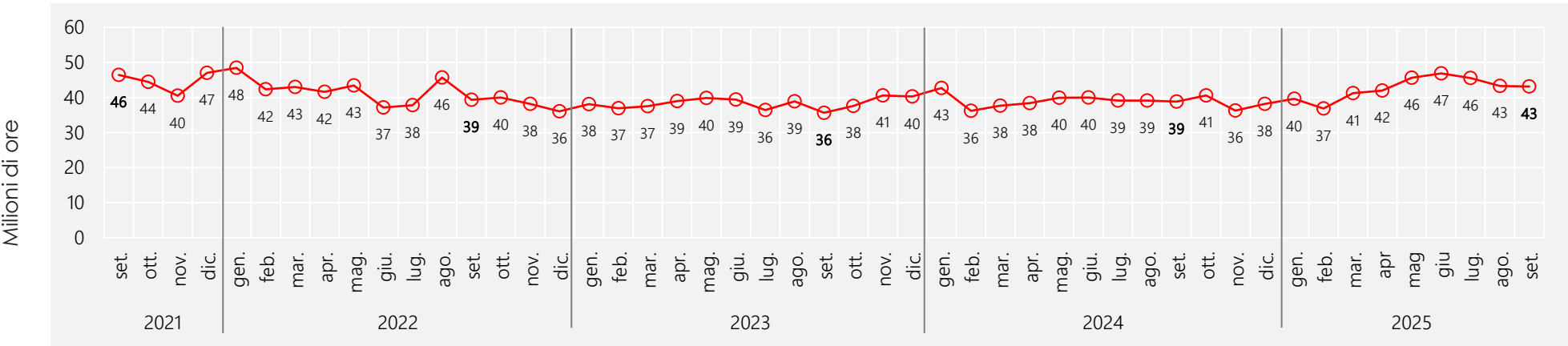
Il dato si riferisce al traffico Desktop e Mobile e non include il traffico da Connected TV.

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



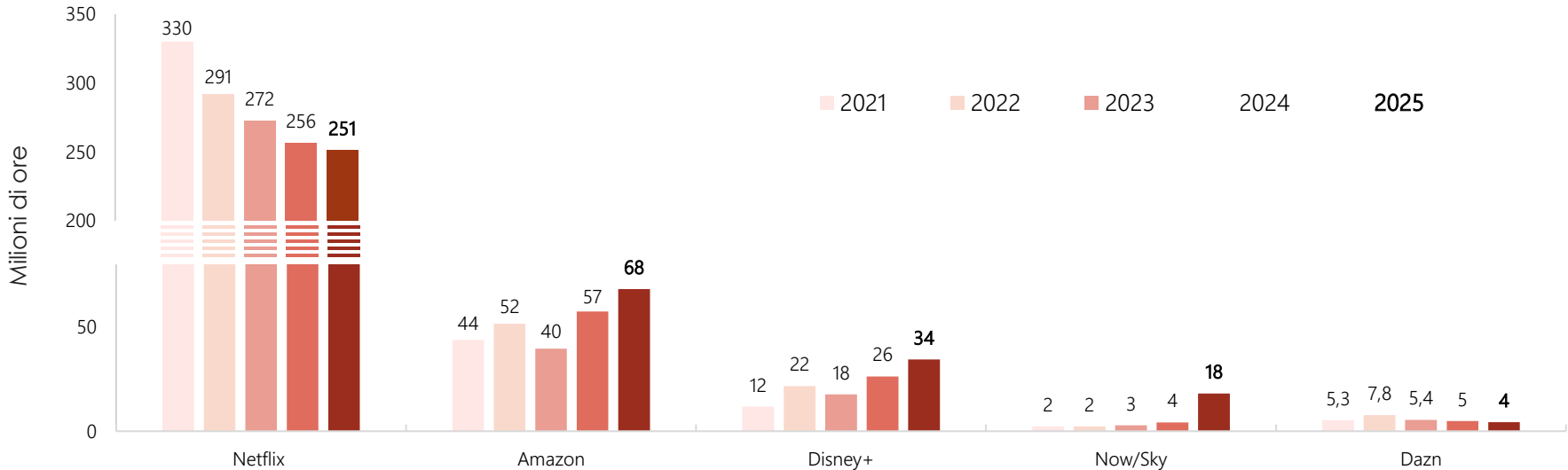
ORE COMPLESSIVE DI NAVIGAZIONE (settembre 2021 – settembre 2025)



A settembre 2025, il tempo trascorso sui siti/APP di servizi video on demand a pagamento è di circa **43 milioni di ore**

Il tempo trascorso in media da ciascun visitatore nel mese di settembre 2025 è pari a **3 ore e 3 minuti**.

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



* Nota: sono rappresentate le ore complessive dei primi 5 operatori per utenti unici (slide 2.16).

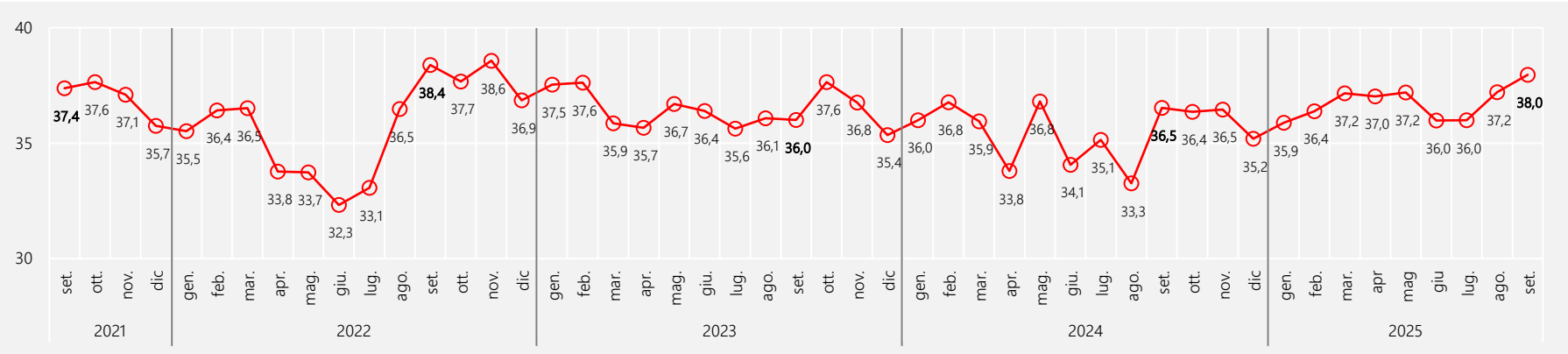
Fonte: elaborazioni Autorità su dati Comscore
Nel grafico si riportano gli utenti unici della categoria costituita dai principali operatori che offrono in Italia servizi di video on demand a pagamento, in particolare: Alphabet/Google (Google Play Movies & TV); Amazon (Primevideo.com set. 20 - lug. 23;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

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

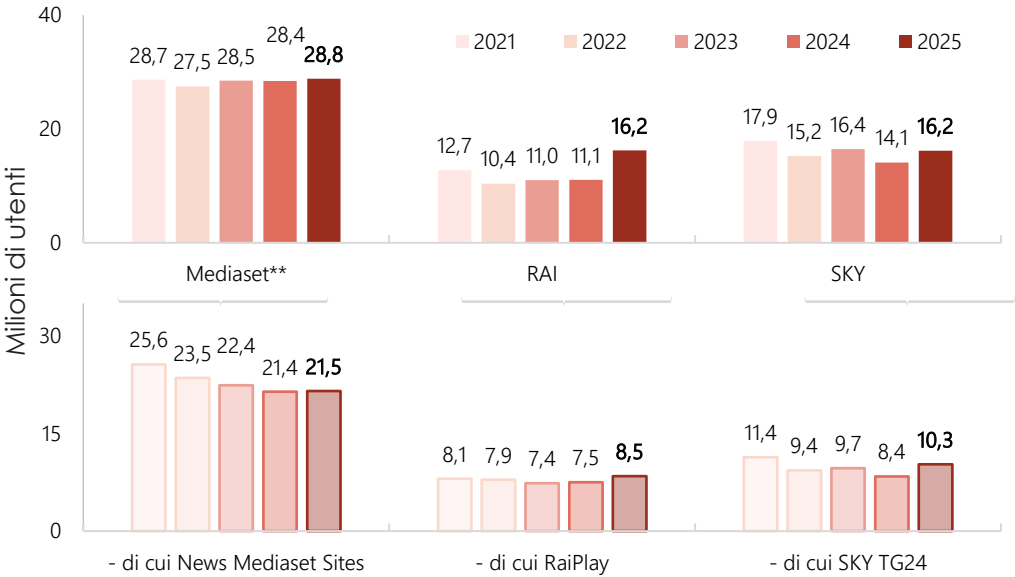


MILIONI DI UTENTI UNICI MENSILI (settembre 2021 – settembre 2025)



Poco meno di **38 milioni** di utenti unici si sono collegati a siti/APP di video on demand gratuiti nel mese di settembre 2025 (con un incremento di circa **1,4 milioni** di utenti rispetto a settembre 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 - fra quelle considerate che comprendono news, sport e intrattenimento - più rilevante in termini di utenti unici.

** 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 345 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 TGCOR 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 (WITTITV.IT).

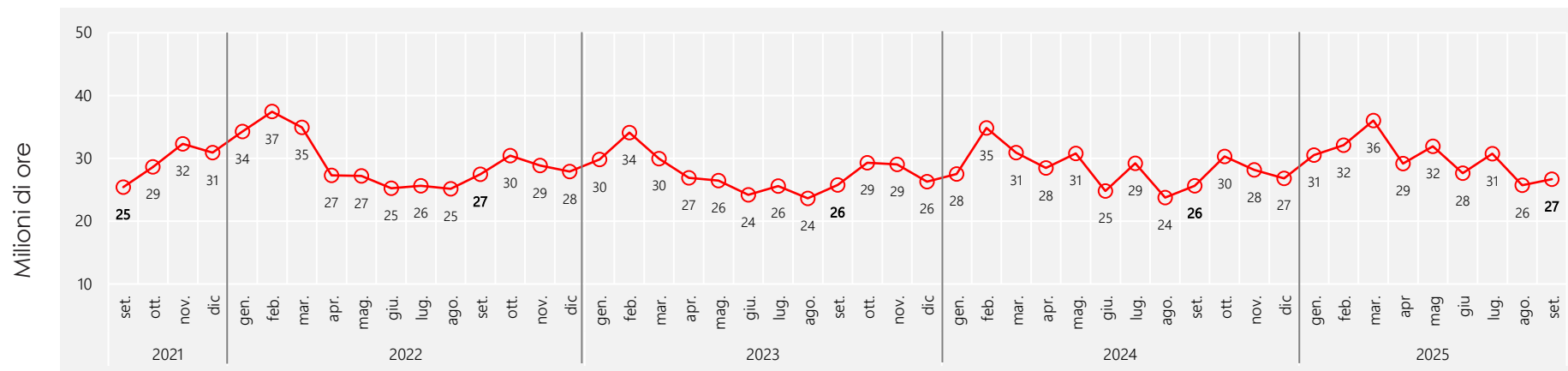
Si fa presente che in ragione di scelte editoriali per alcuni siti e applicazioni (Mediaset Infinity Sites; Warner Bros. Discovery) non è possibile scorporare la parte dei VOD a pagamento.

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.

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

ORE COMPLESSIVE DI NAVIGAZIONE (settembre 2021 – settembre 2025)



A settembre 2025, il tempo trascorso sui siti/APP di servizi video on demand gratuiti è stato di circa **26,7** milioni di ore.

Il tempo trascorso in media da ciascun visitatore nel mese di settembre 2025 è di circa **42** minuti.

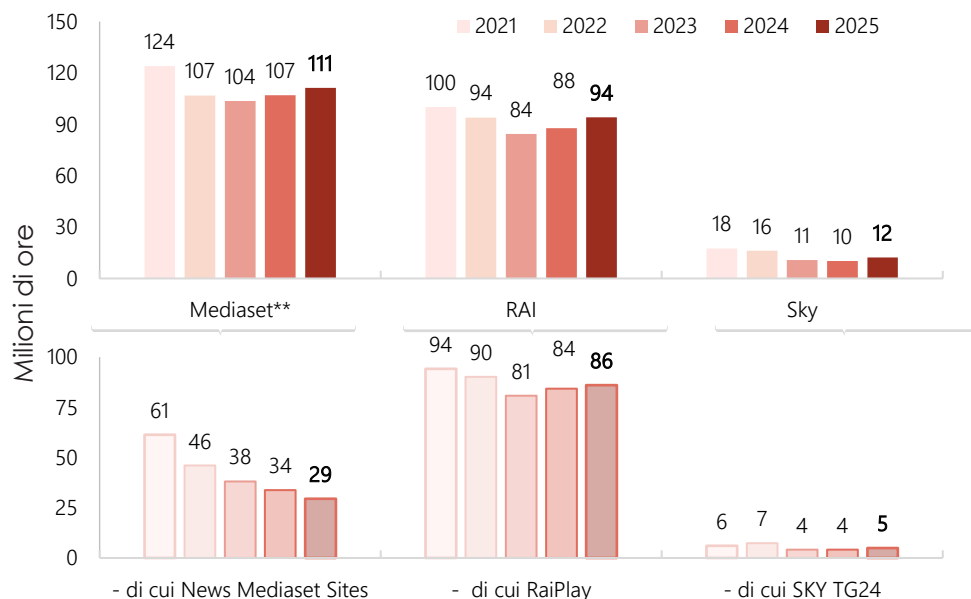
Nel grafico si riportano gli utenti unici della categoria costituita dai principali operatori che offrono in Italia servizi di video on demand prevalentemente gratuiti: MFE/Mediaset (Mediaset Infinity Sites e TGC.COM 24 Sites gen.20 - apr.22; Mediaset.it Sites da mag. 22); Rai (RaiPlay; Rai News, Rai 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 (VVVVVID.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 (WITTITV.IT).

Si fa presente che in ragione di scelte editoriali per alcuni siti e applicazioni (Mediaset Infinity Sites; Warner Bros. Discovery) non è possibile incorporare 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.

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



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

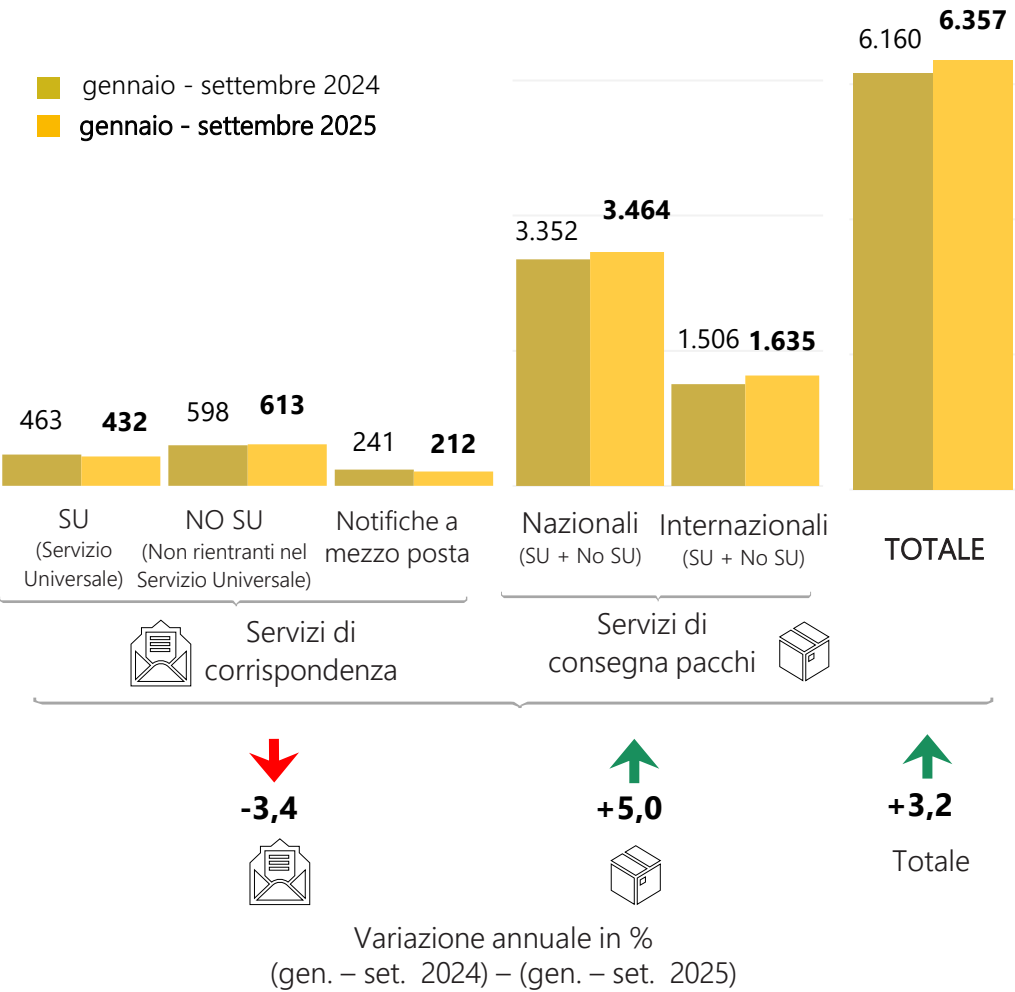
** Le ore complessive per MFE/Mediaset sono quelle relative ai siti/App della componente Mediaset.it Sites in ragione di scelte editoriali da parte dell'operatore che non consentono di scorporare il traffico dei servizi VOD a pagamento inclusa in Mediaset Infinity Sites. Quest'ultima componente da inizio 2025 ammonta in media a poco meno di 68 milioni di ore.

Fonte: elaborazioni Autorità su dati ComScore

3.1 SERVIZI POSTALI: ANDAMENTO DEI RICAVI

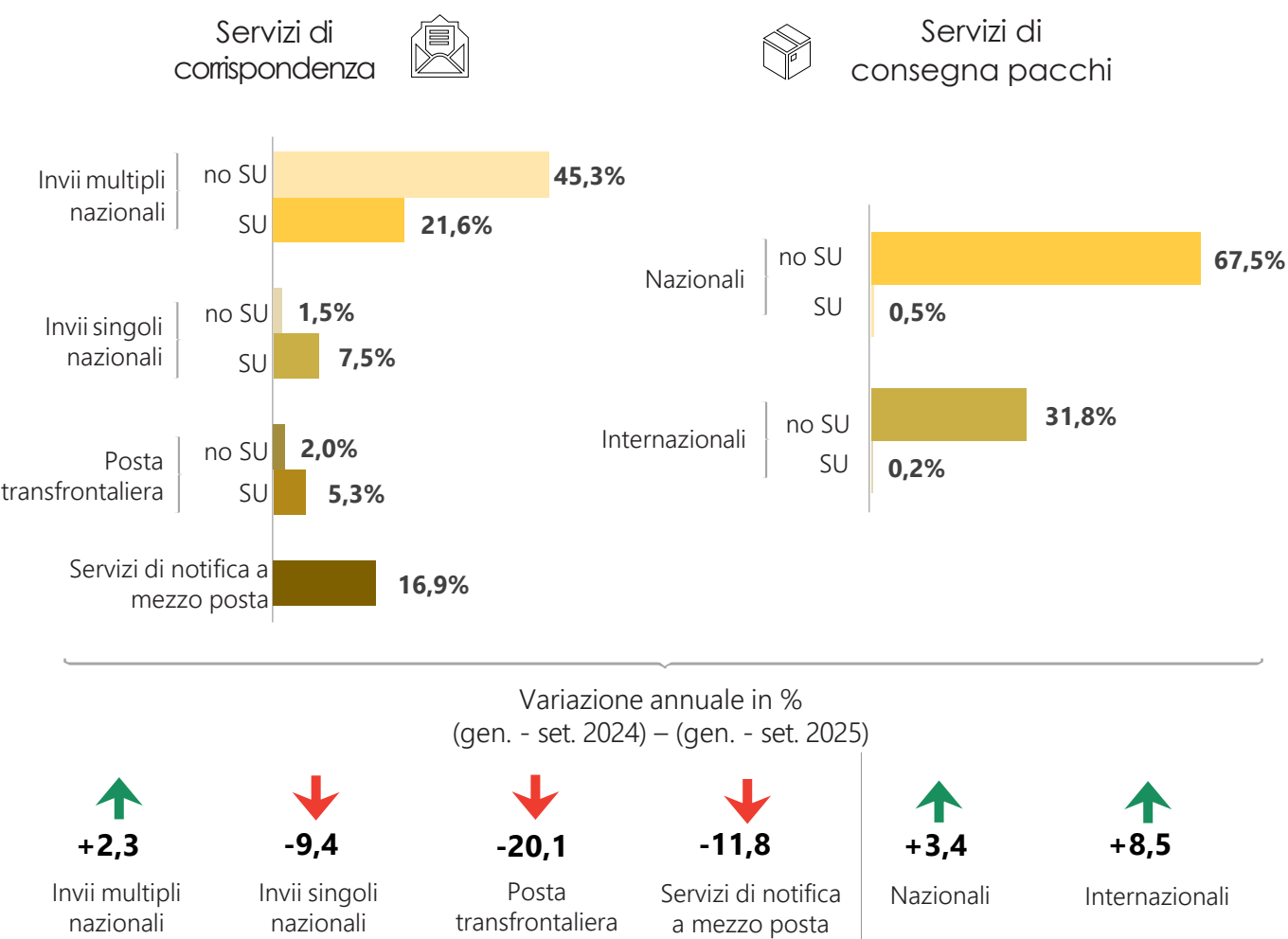
RICAVI CUMULATI DA INIZIO ANNO

MILIONI DI €



RIPARTIZIONE DEI RICAVI DA INIZIO ANNO (%)

(gennaio – settembre 2025)

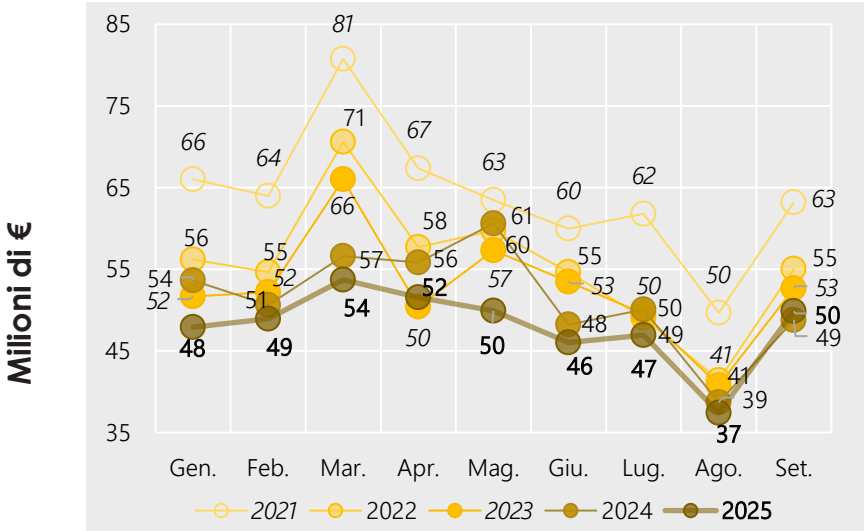


Nota: a seguito di riclassifiche effettuate dalle imprese i valori esposti non sono confrontabili con quanto corrispondentemente illustrato nelle precedenti versioni dell'Osservatorio
I dati esposti fanno riferimento ai seguenti operatori: Amazon Italia Transport S.r.l., BRT S.p.A., DHL Express Italy 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.

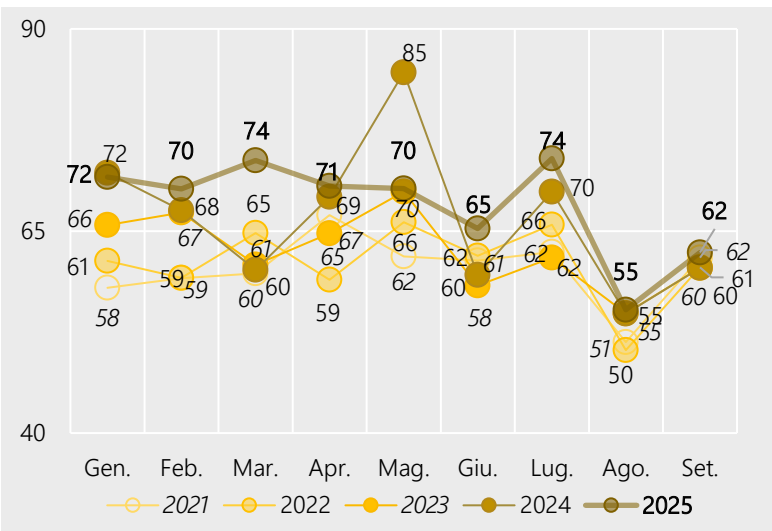
3.2 SERVIZI POSTALI: RICAVI DA SERVIZI DI CORRISPONDENZA (andamento mensile)



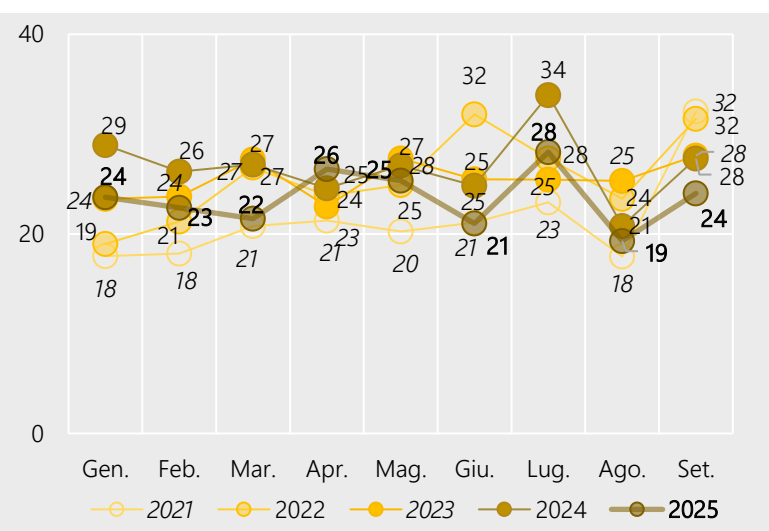
SERVIZIO UNIVERSALE



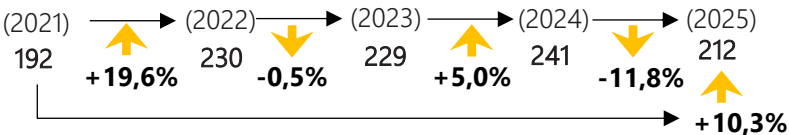
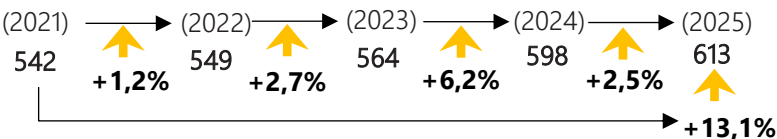
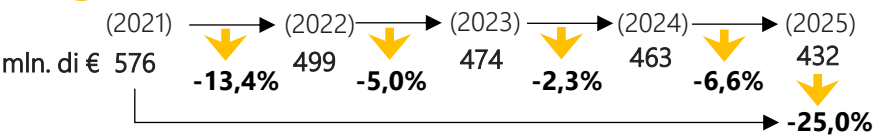
ALTRI SERVIZI (NO SU)



SERVIZI DI NOTIFICHE



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



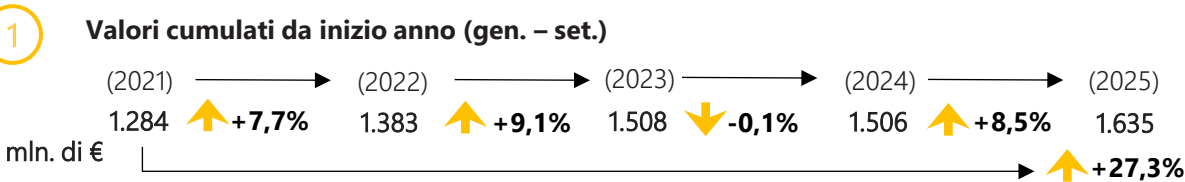
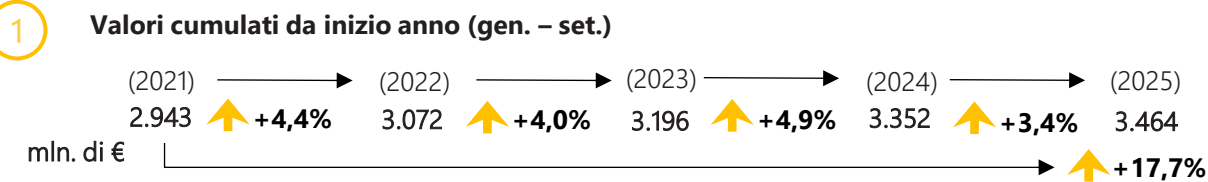
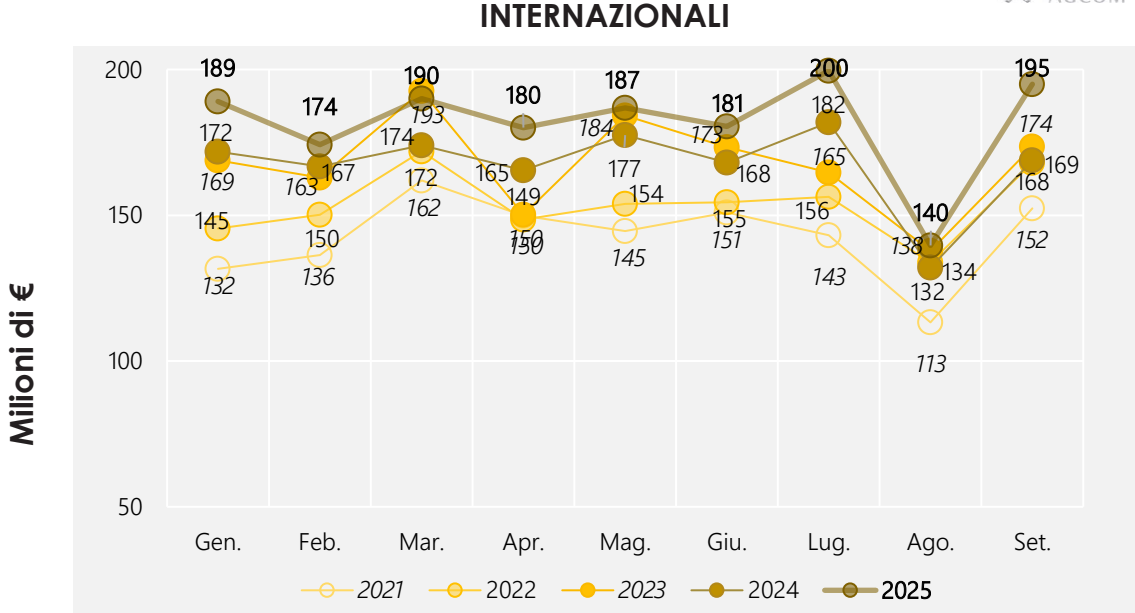
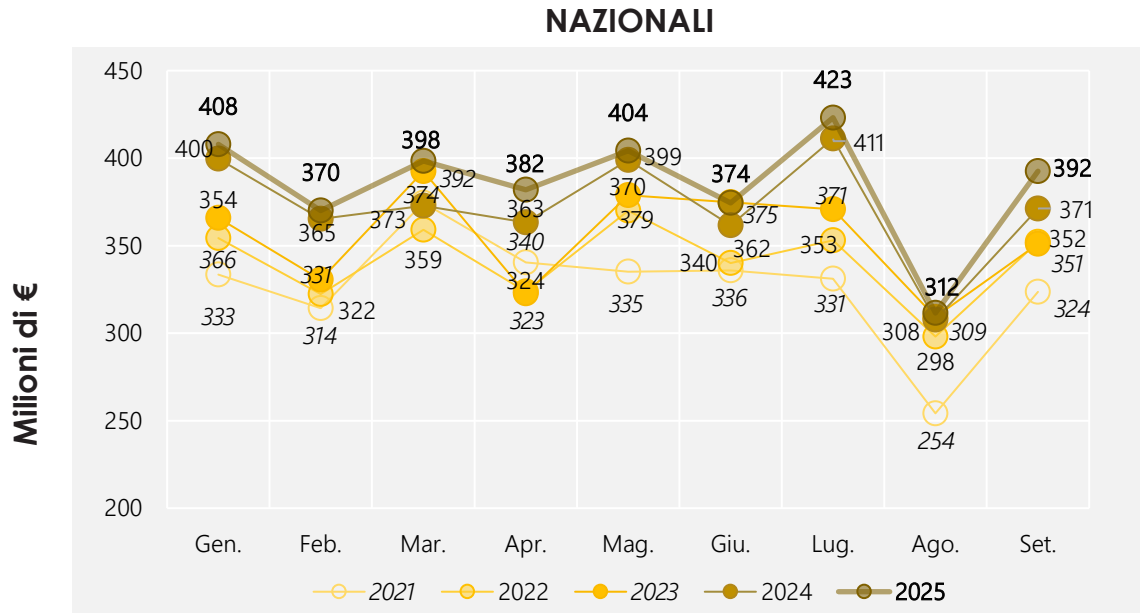
2 Confronto valori trimestrali (variazioni %)

	Annuale				Di periodo
	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

	Annuale				Di periodo
	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

	Annuale				Di periodo
	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

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



2 Confronto valori trimestrali (variazioni %)

	Annuale				Di periodo
	21/22	22/23	23/24	24/25	21/25
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

2 Confronto valori trimestrali (variazioni %)

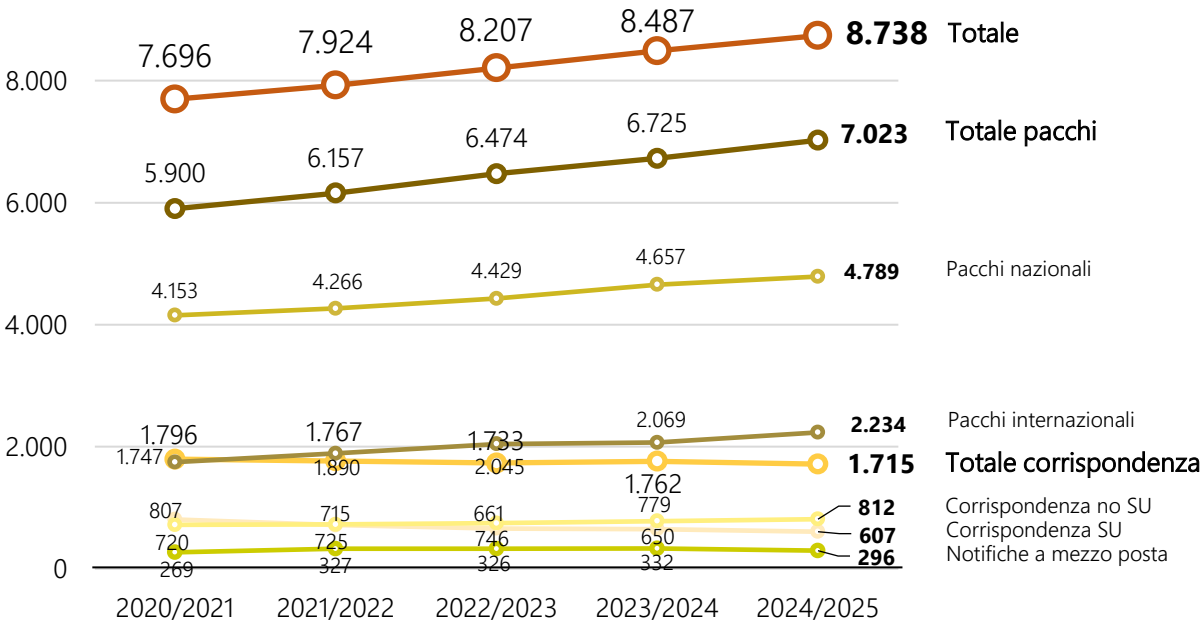
	Annuale				Di periodo
	21/22	22/23	23/24	24/25	21/25
Q 1 (gen.-mar.)	+8,8	+12,2	-2,3	+8,0	+28,7
Q 2 (apr.-giu.)	+2,6	+11,1	+0,7	+7,1	+22,9
Q 3 (lug.-set.)	+12,1	+3,9	+1,4	+10,6	+30,7

3.4 SERVIZI POSTALI: TREND STORICO DEI RICAVI



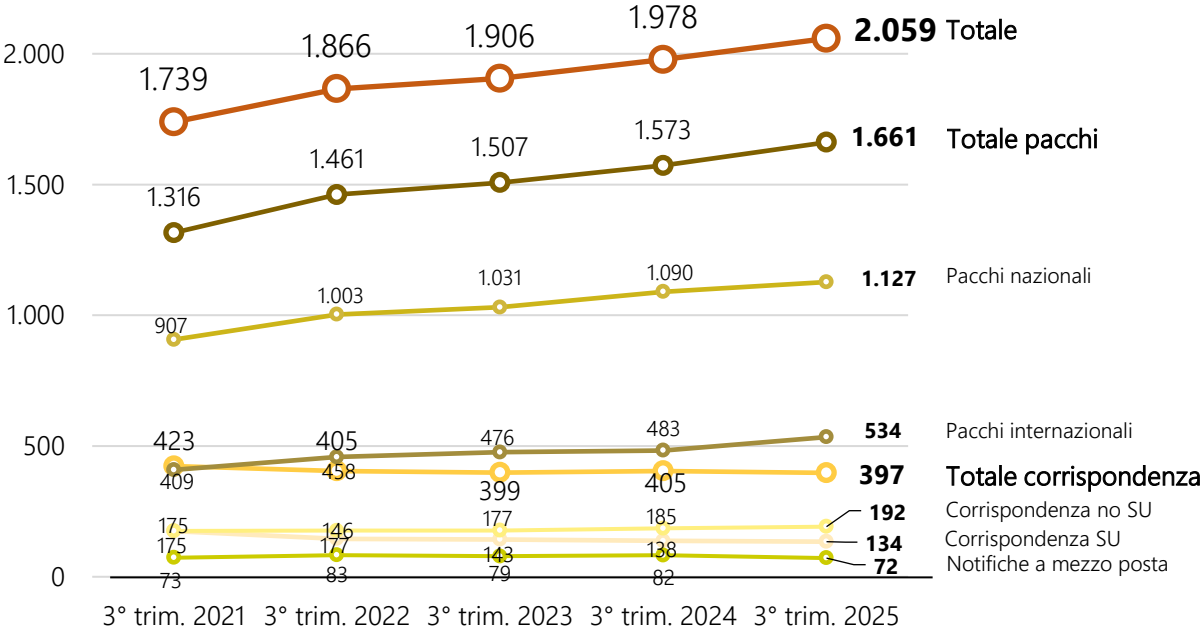
BASE ANNUALE (VALORI CUMULATI 12 MESI)

MILIONI DI €



BASE TRIMESTRALE

MILIONI DI €



Variazione in %

(2020/2021 – 2024/2025)

(2023/2024 – 2024/2025)

Totale:	+13,5	↑	+3,0	↑
Servizi di corrispondenza:	-4,5	↓	-2,6	↓
- Servizio Universale:	-24,8	↓	-6,6	↓
- No Servizio Universale:	+12,8	↑	+4,2	↑
- Notifiche a mezzo posta:	+10,1	↑	-10,9	↓
Servizi di consegna pacchi:	+19,0	↑	+4,4	↑
- Pacchi nazionali:	+15,3	↑	+2,8	↑
- Pacchi internazionali:	+27,9	↑	+8,0	↑

Variazione in %

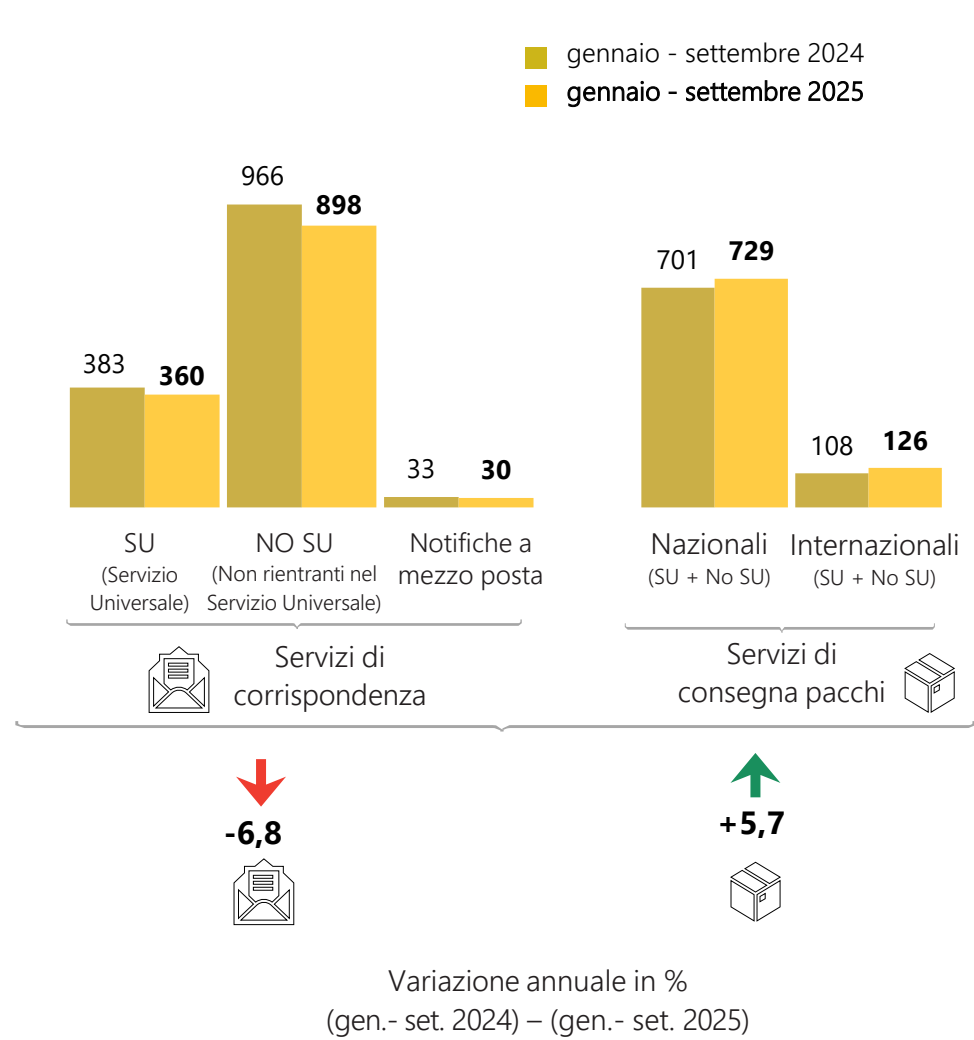
(3° trim. 2021 – 3° trim 2025)

(3° trim 2024 – 3° trim. 2025)

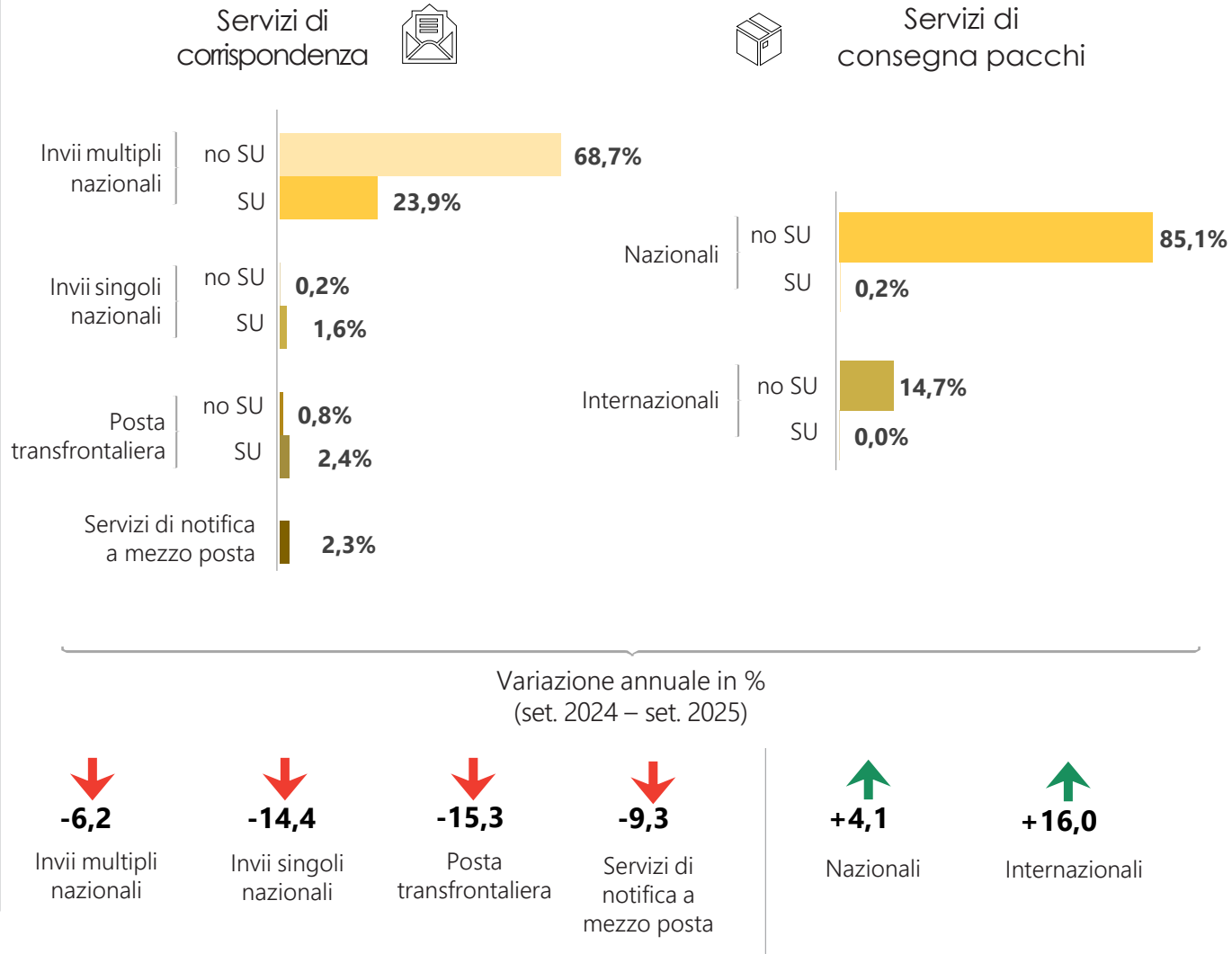
Totale:	+18,4	↑	+4,1	↑
Servizi di corrispondenza:	-6,1	↓	-1,9	↓
- Servizio Universale:	-23,2	↓	-2,4	↓
- No Servizio Universale:	+9,2	↑	+3,5	↑
- Notifiche a mezzo posta:	-2,2	↓	-13,0	↓
Servizi di consegna pacchi:	+26,3	↑	+5,6	↑
- Pacchi nazionali:	+24,3	↑	+3,4	↑
- Pacchi internazionali:	+30,7	↑	+10,6	↑

3.5 SERVIZI POSTALI: ANDAMENTO DEI VOLUMI

VOLUMI COMPLESSIVI DA INIZIO ANNO
MILIONI DI INVII



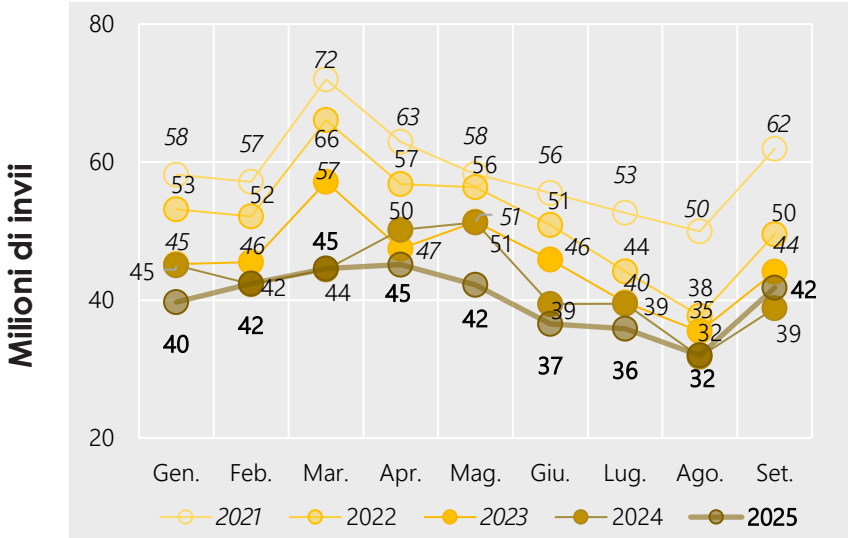
RIPARTIZIONE DEI VOLUMI DA INIZIO ANNO (%)
(gennaio - settembre 2025)



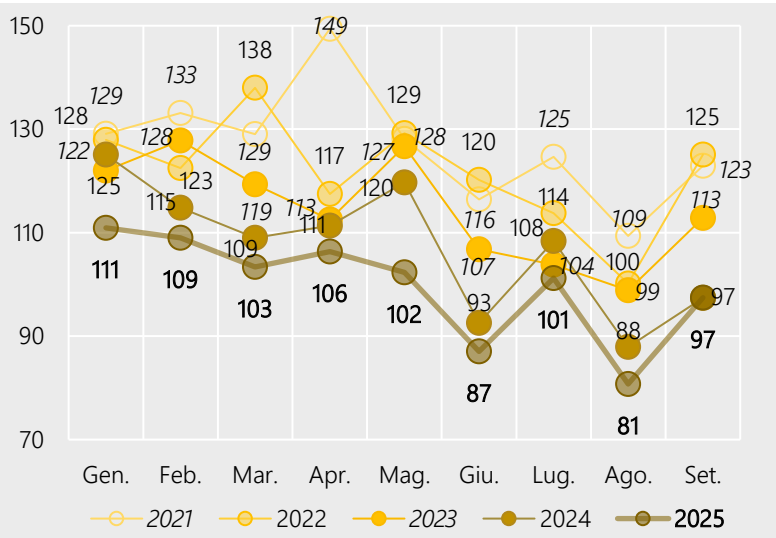
3.6 SERVIZI POSTALI: VOLUMI DA SERVIZI DI CORRISPONDENZA (andamento mensile)



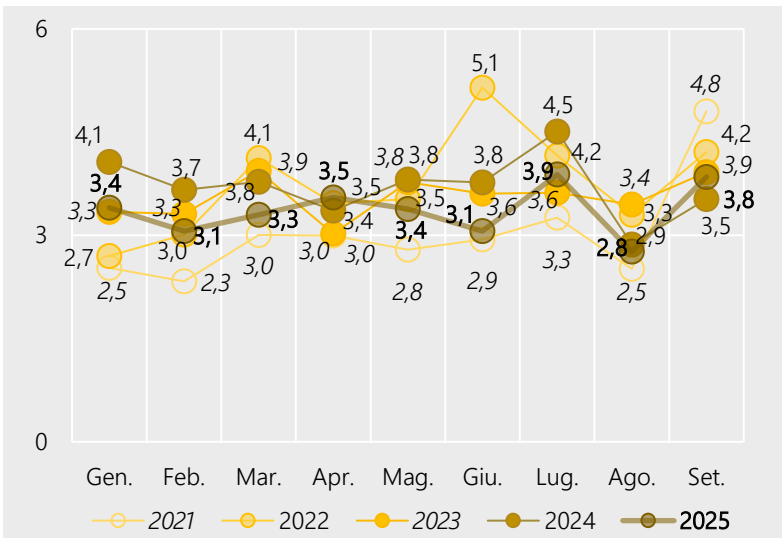
SERVIZIO UNIVERSALE



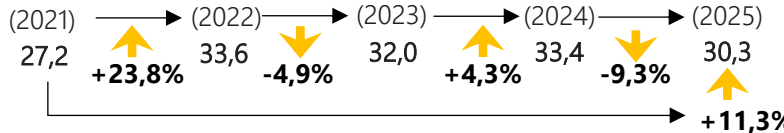
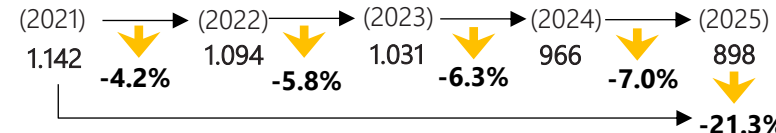
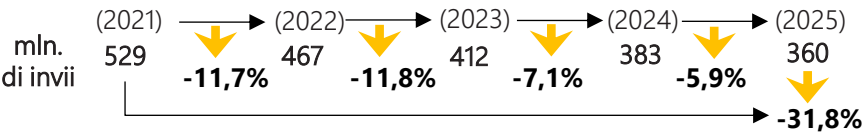
ALTRI SERVIZI (NO SU)



SERVIZI DI NOTIFICHE



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



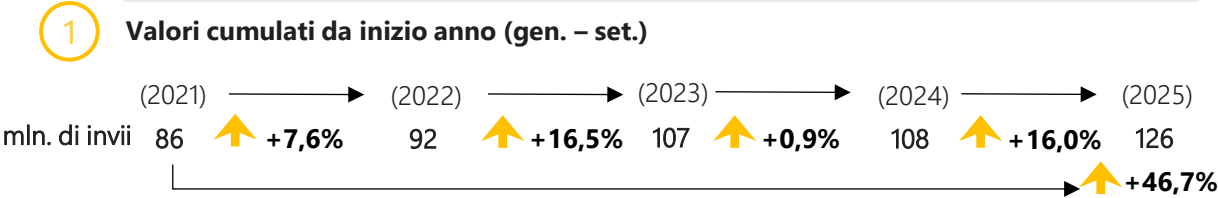
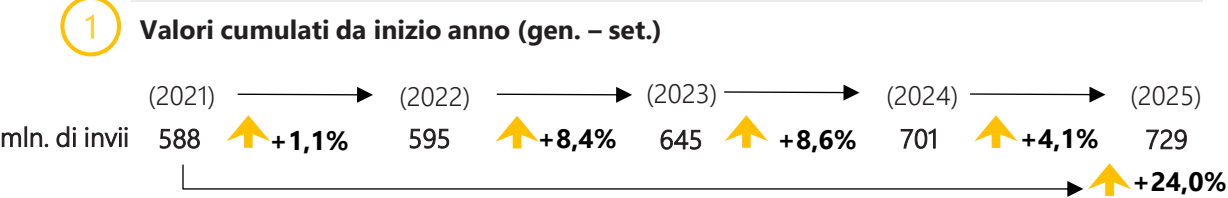
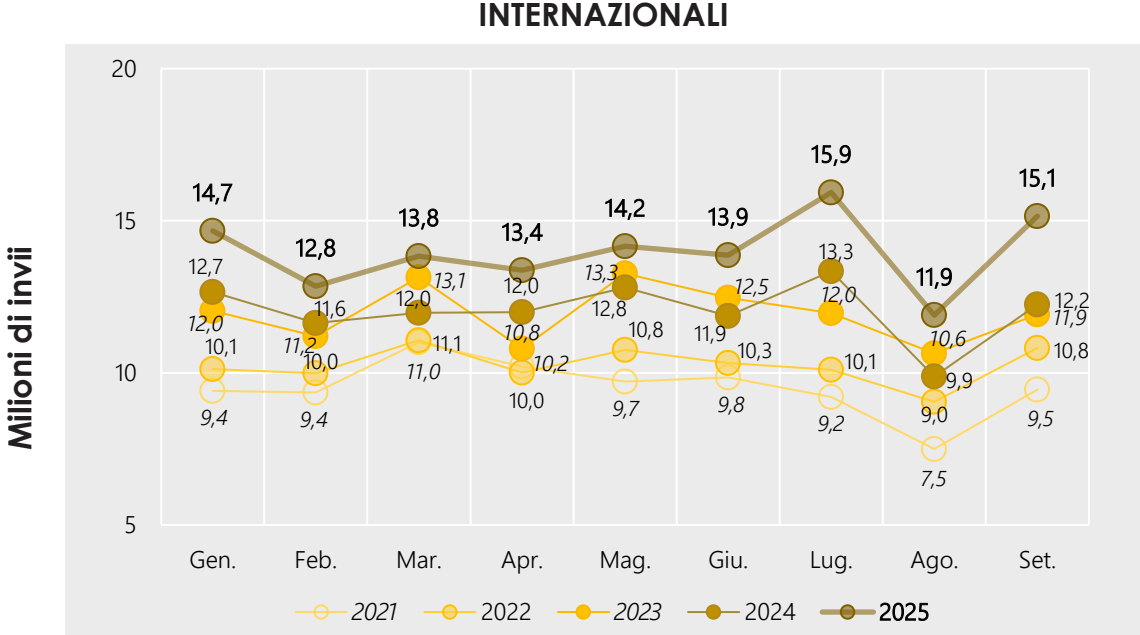
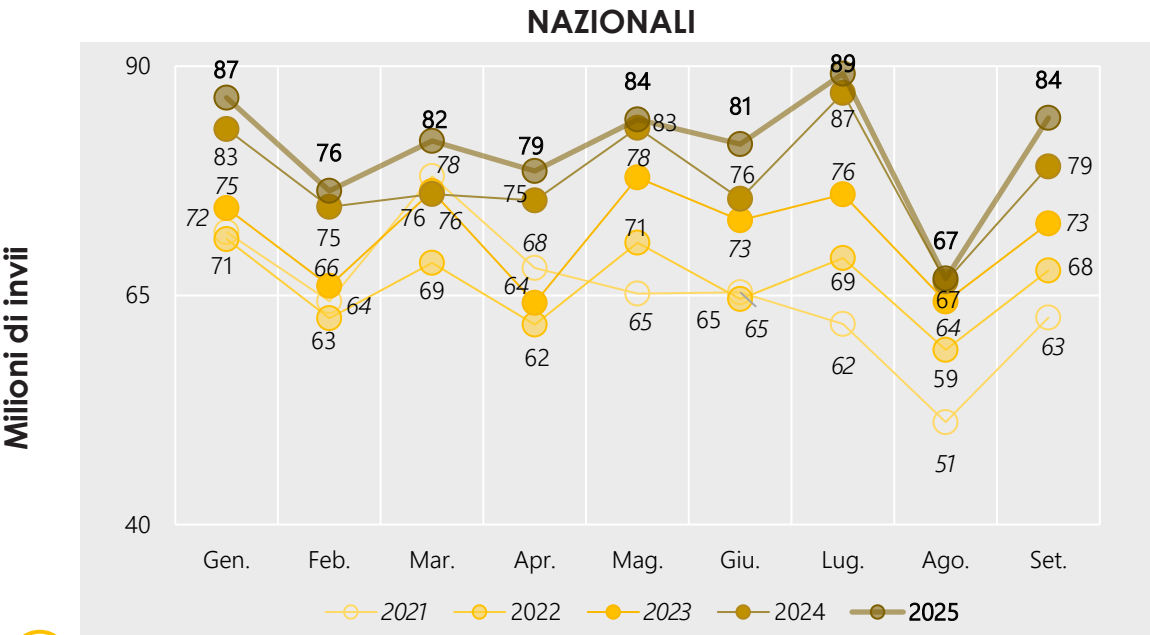
2 Confronto valori trimestrali (variazioni %)

	Annuale				Di periodo
	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

	Annuale				Di periodo
	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

	Annuale				Di periodo
	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

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



2 Confronto valori trimestrali (variazioni %)

	Annuale				Di periodo
	21/22	22/23	23/24	24/25	21/25
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

2 Confronto valori trimestrali (variazioni %)

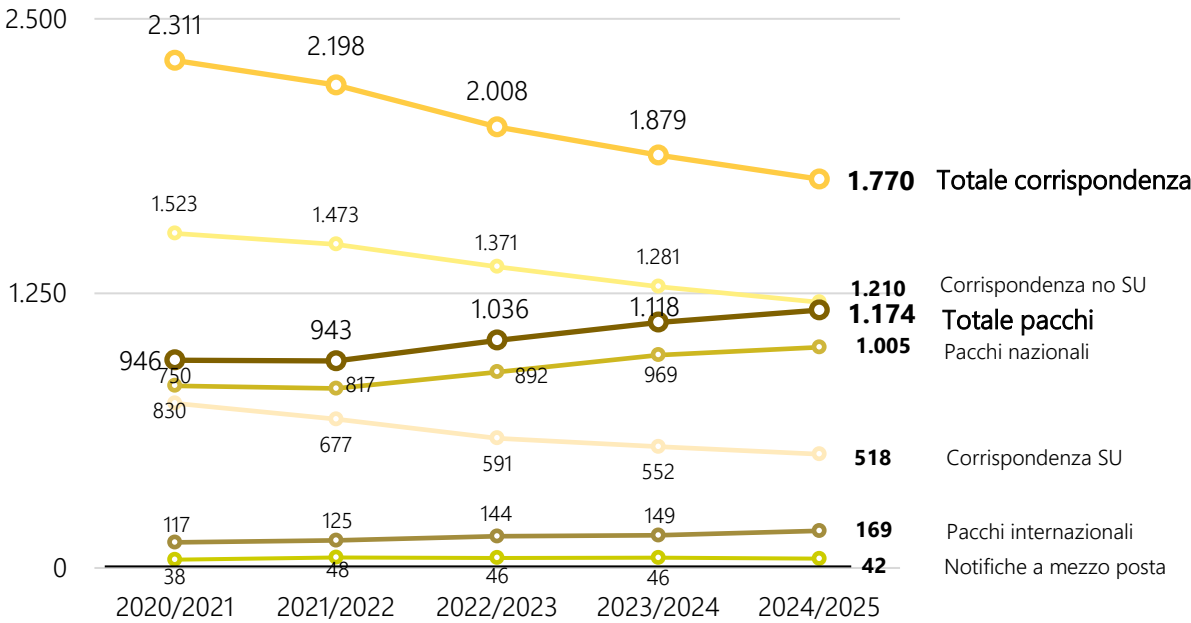
	Annuale				Di periodo
	21/22	22/23	23/24	24/25	21/25
Q 1 (gen.-mar.)	+4,7	+16,7	-0,3	+14,0	+38,9
Q 2 (apr.-giu.)	+4,4	+17,5	+0,4	+12,9	+39,1
Q 3 (lug.-set.)	+14,5	+15,2	+2,7	+21,2	+64,3

3.8 SERVIZI POSTALI: TREND STORICO DEI VOLUMI



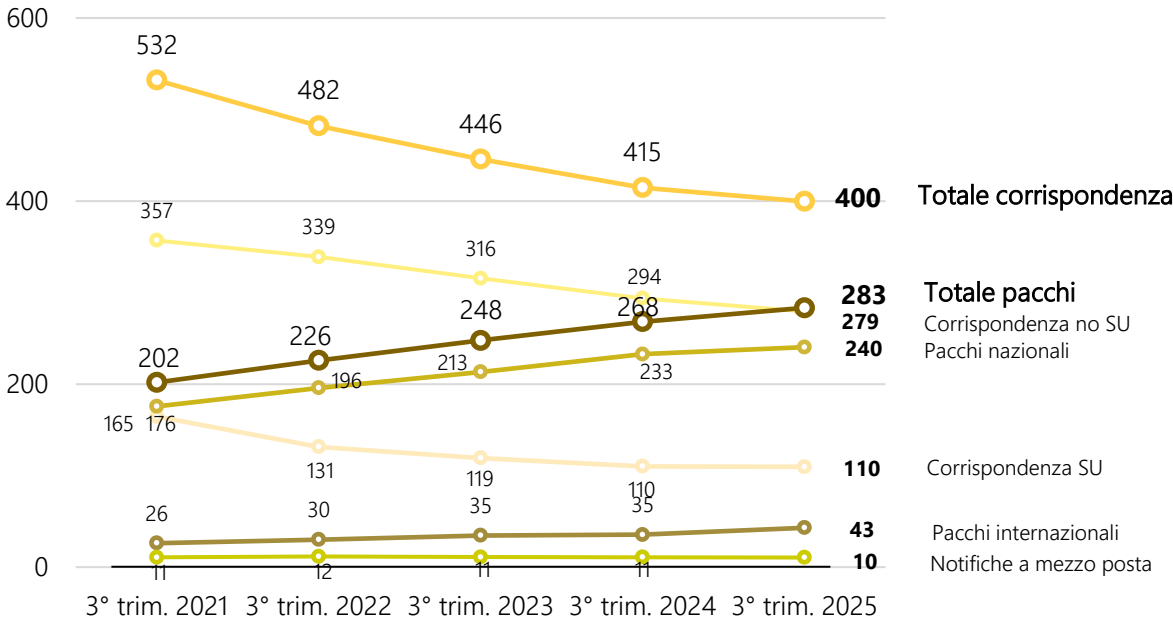
BASE ANNUALE (VALORI CUMULATI 12 MESI)

MILIONI DI INVII



BASE TRIMESTRALE

MILIONI DI INVII



	Variazione in % (2020/21 – 2024/25)		Variazione in % (2023/24 – 2024/25)	
Servizi di corrispondenza:	-23,4	▼	-5,8	▼
- Servizio Universale:	-30,9	▼	-6,1	▼
- No Servizio Universale:	-20,6	▼	-5,6	▼
- Notifiche a mezzo posta:	+12,1	▲	-8,3	▼
Servizi di consegna pacchi:	+24,1	▲	+5,0	▲
- Pacchi nazionali:	+21,1	▲	+3,7	▲
- Pacchi internazionali:	+45,1	▲	+13,8	▲

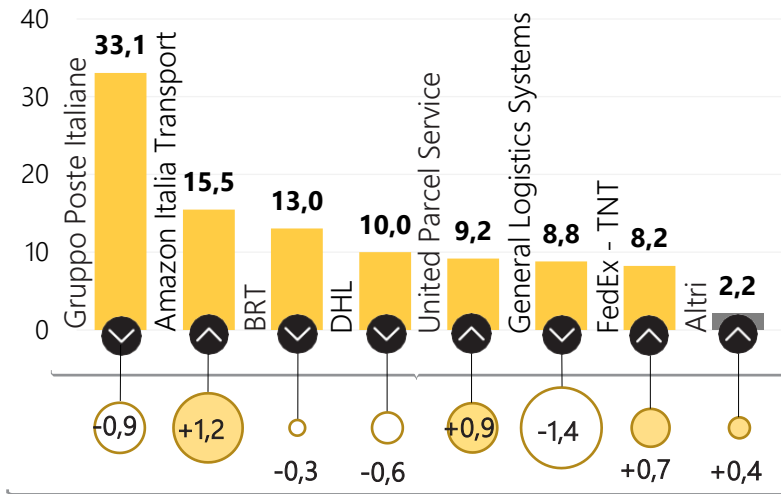
	Variazione in % (3° trim. 2021 – 3° trim 2025)		Variazione in % (3° trim. 2024 – 3° trim 2025)	
Servizi di corrispondenza:	-24,9	▼	-3,7	▼
- Servizio Universale:	-33,4	▼	-0,4	▼
- No Servizio Universale:	-21,7	▼	-4,9	▼
- Notifiche a mezzo posta:	-0,8	▼	-3,8	▼
Servizi di consegna pacchi:	+40,4	▲	+5,7	▲
- Pacchi nazionali:	+36,9	▲	+3,3	▲
- Pacchi internazionali:	+64,3	▲	+21,2	▲

3.9 SERVIZI POSTALI: IL QUADRO CONCORRENZIALE

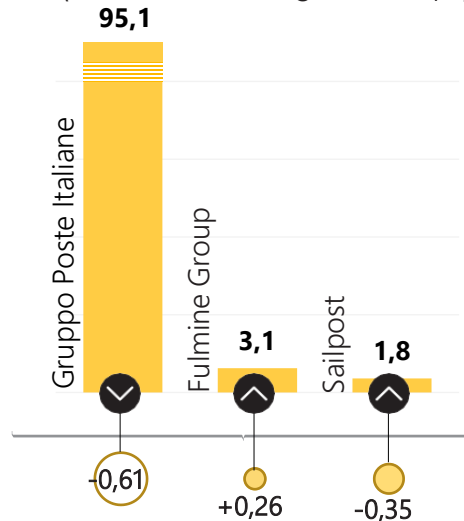


GENNAIO – SETTEMBRE 2025, IN % DEI RICAVI TOTALI (Servizio Universale + Servizio non Universale)

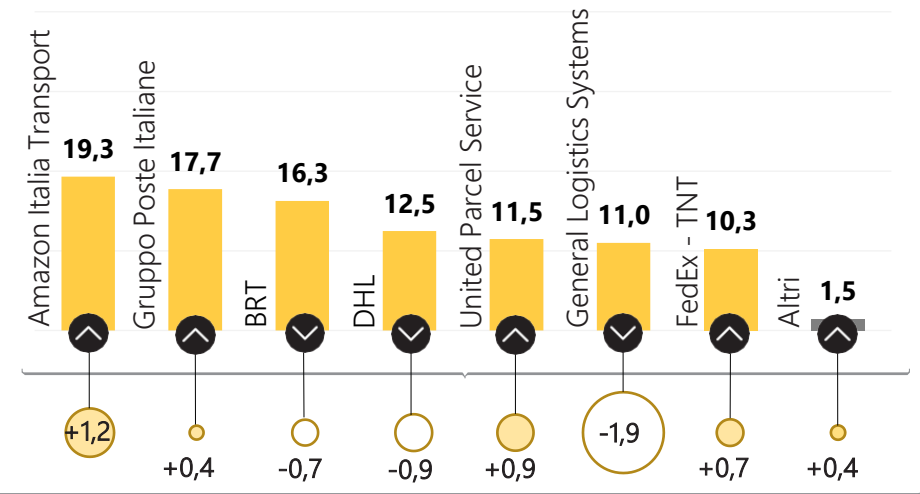
SERVIZI DI CORRISPONDENZA E CONSEGNA PACCHI



SERVIZI DI CORRISPONDENZA
(includono invii singoli e multipli)



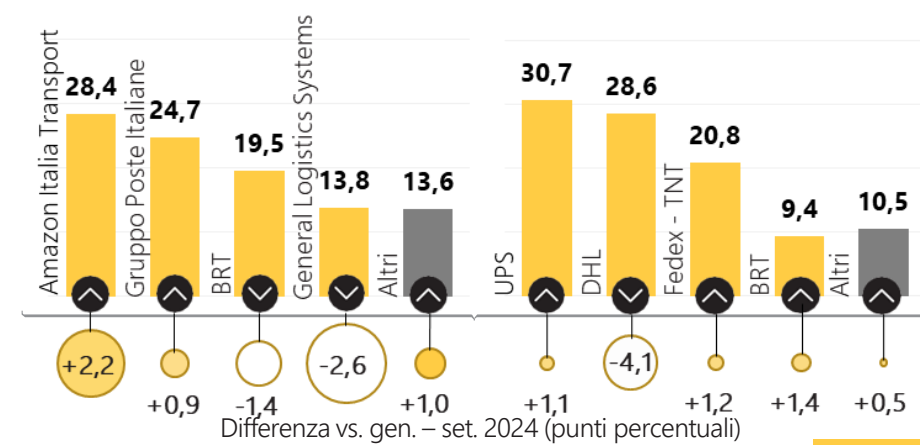
SERVIZI DI CONSEGNA PACCHI
(includono nazionali e internazionali)



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

-di cui nazionali

-di cui internazionali



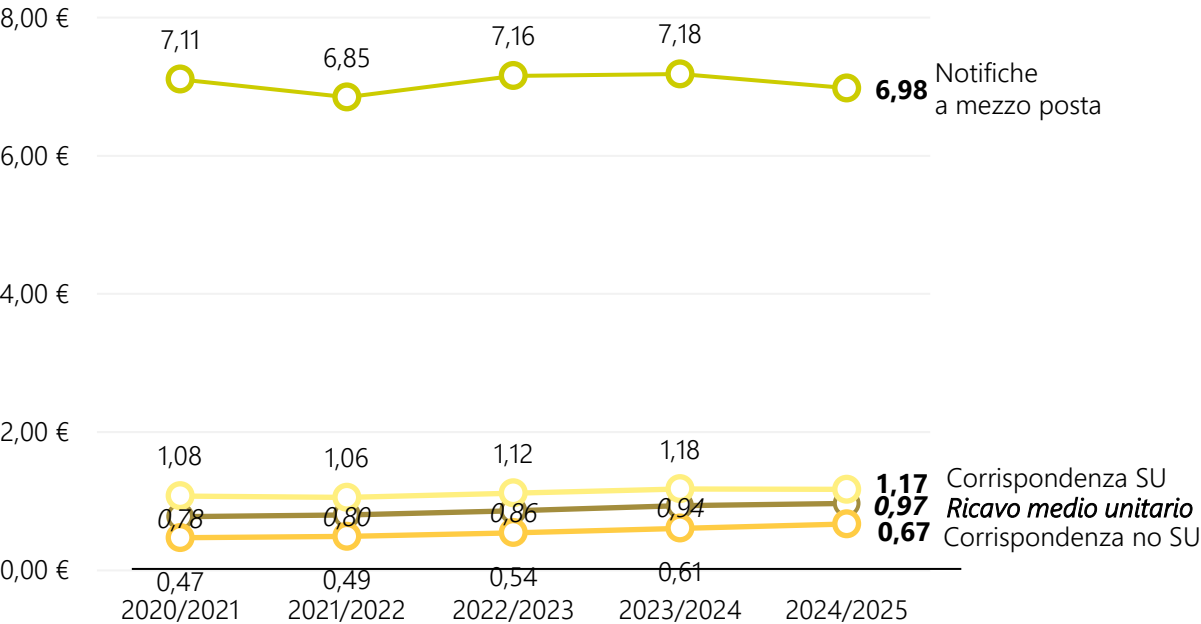
Differenza vs. gen. – set. 2024 (punti percentuali)

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.

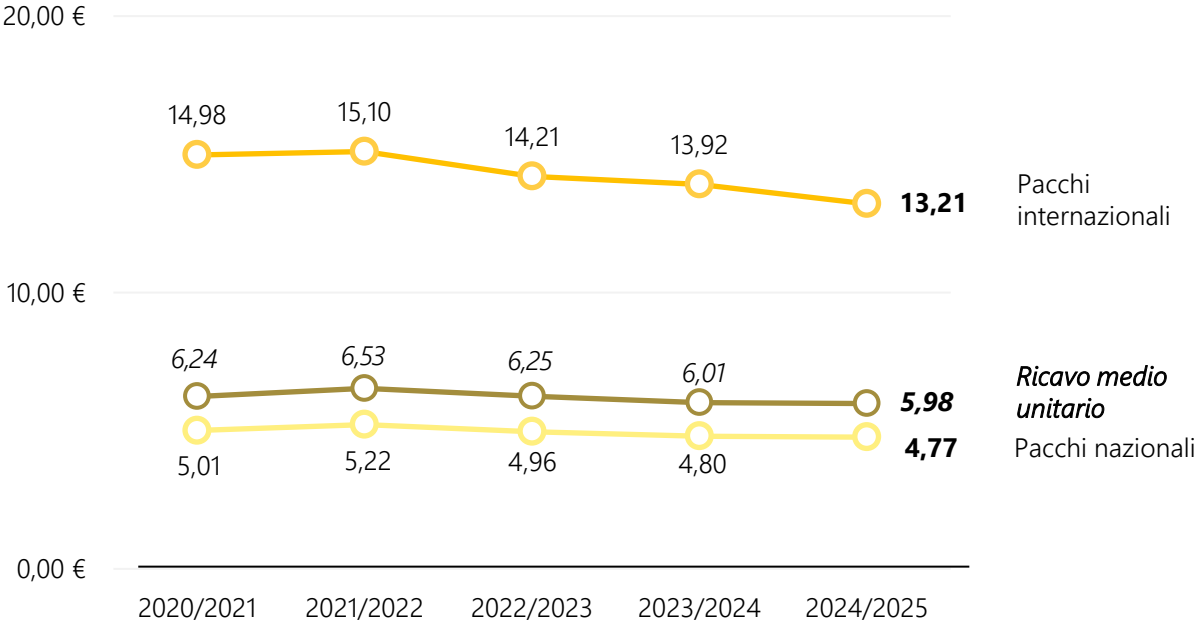
3.10 SERVIZI POSTALI: TREND STORICO DEI RICAVI UNITARI (media degli ultimi 12 mesi)



SERVIZI DI CORRISPONDENZA



SERVIZI DI CONSEGNA PACCHI



Variazione in %

(2020/21 – 2024/25) (2023/24 – 2024/25)

Ricavo medio unitario:	+24,7	↑	+3,4	↑
Corrispondenza SU:	+8,8	↑	-0,5	↓
Corrispondenza no SU:	+42,0	↑	+10,4	↑
Notifiche a mezzo posta:	-1,8	↓	-2,8	↓

Variazione in %

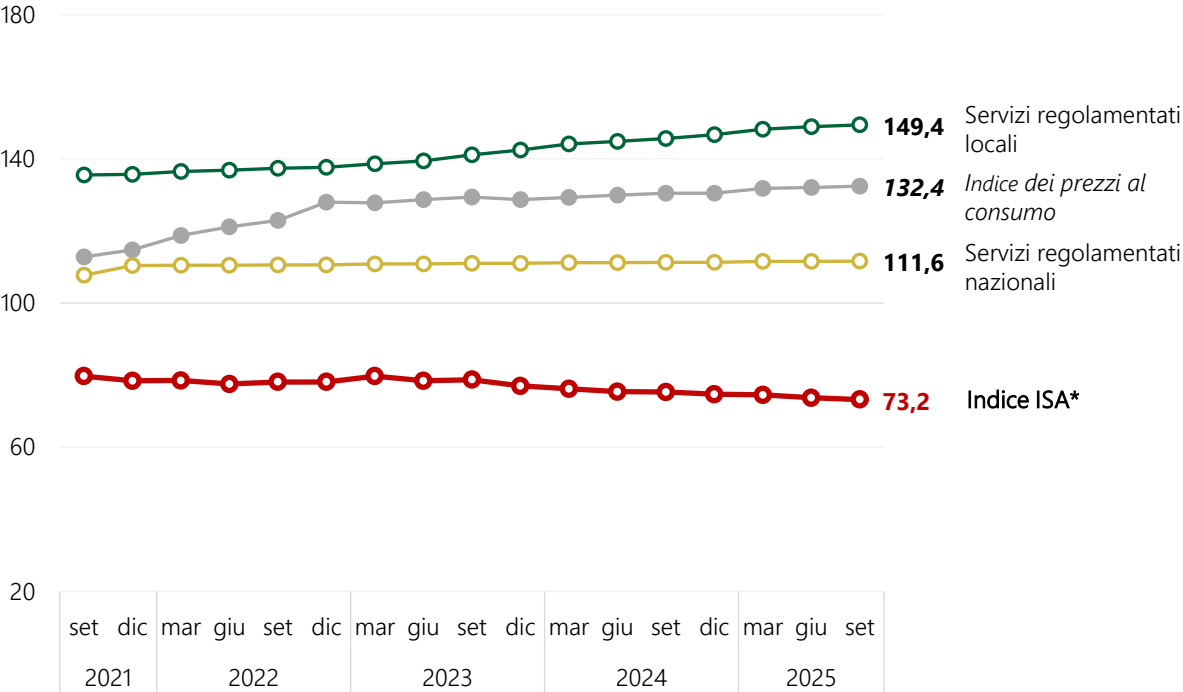
(2020/21 – 2024/25) (2023/24 – 2024/25)

Ricavo medio unitario:	-4,1	↓	-0,6	↓
Pacchi internazionali:	-11,9	↓	-5,1	↓
- SU:	+16,2	↑	+3,8	↑
- No SU:	-11,8	↓	-5,1	↓
Pacchi nazionali:	-4,8	↓	-0,8	↓
- SU:	+16,9	↑	+2,4	↑
- No SU:	-4,8	↓	-0,8	↓

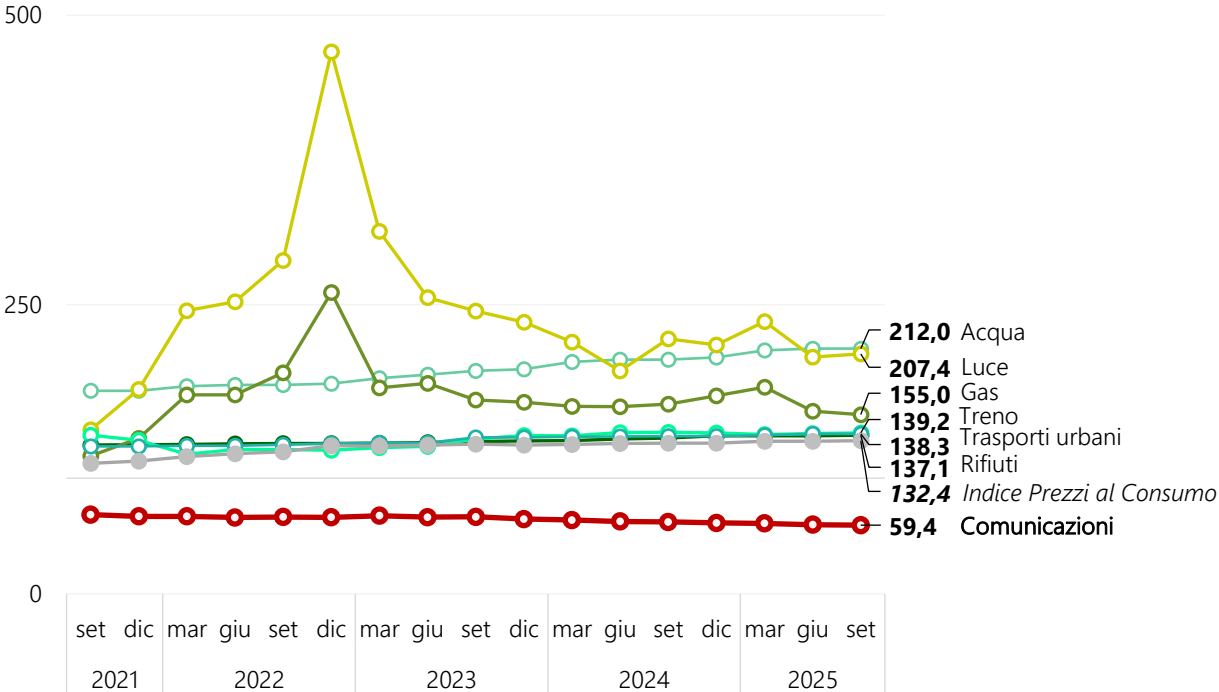
4.1 PREZZI: INDICI GENERALI E PRINCIPALI UTILITIES (2010=100)



INDICI PREZZI GENERALI



INDICI PREZZI UTILITIES



Fonte: Istat ed elaborazioni Agcom

	Variazione in %		Variazione in %	
	(2021 – 2025)		(2024 – 2025)	
ISA (Indice Sintetico Agcom):	-8,2	▼	-2,8	▼
Indice dei prezzi al consumo:	+17,4	▲	+1,5	▲
Servizi regolamentati locali:	+10,3	▲	+2,6	▲
Servizi regolamentati nazionali:	+3,6	▲	+0,3	▲

	Variazione in %		Variazione in %			Variazione in %		Variazione in %	
	(2021 – 2025)		(2024 – 2025)			(2021 – 2025)		(2024 – 2025)	
Acqua (04.4.1):	+20,8	▲	+4,7	▲	Treno (07.3.1):	+1,5	▲	-0,4	▼
Rifiuti (04.4.2):	+6,5	▲	+1,9	▲	Trasporti urbani (07.3.2.1.1):	+8,5	▲	+1,4	▲
Luce (04.5.1):	+46,3	▲	-5,9	▼	Comunicazioni (08):	-13,3	▼	-4,5	▼
Gas (04.5.2):	+30,0	▲	-5,5	▼					

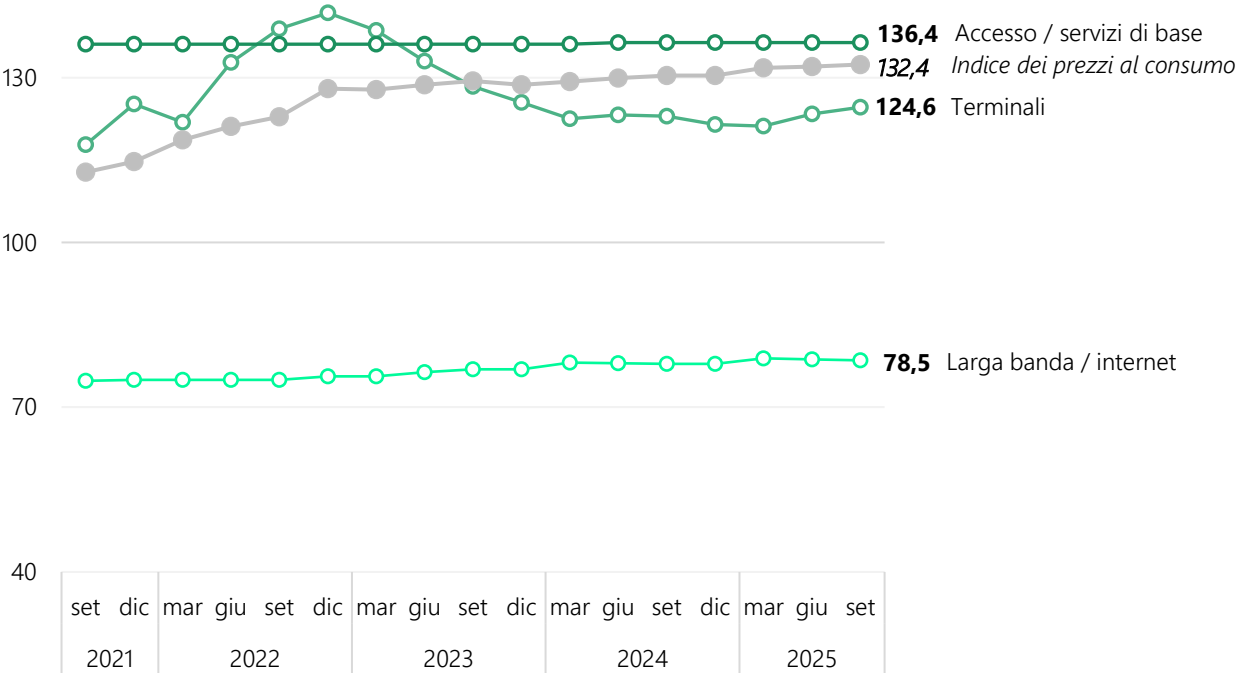
(*) Nota: l'Indice Sintetico Agcom (ISA) include i servizi postali, gli apparecchi ed i servizi per la telefonia fissa e mobile, il canone radiotelevisivo (fino a dicembre 2017), la pay tv, l'editoria quotidiana e periodica, per complessive 10 distinte voci.

(Codice COICOP - Classification of Individual Consumption by Purpose)

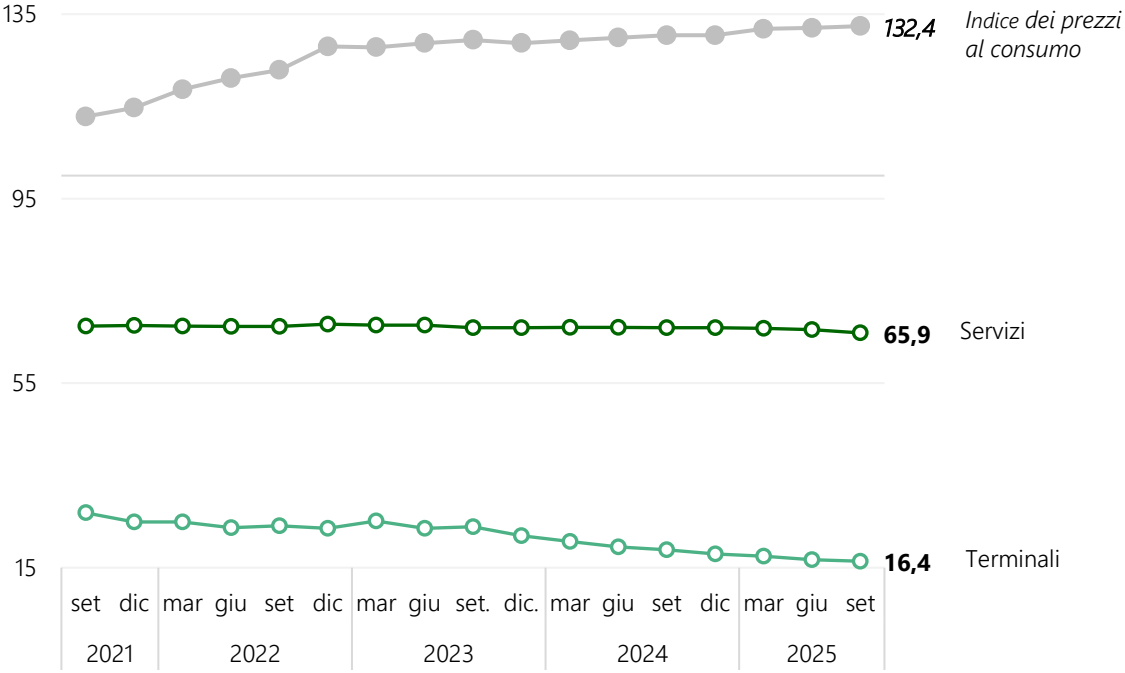
4.2 PREZZI: TELEFONIA FISSA E MOBILE (2010=100)



INDICI PREZZI TELEFONIA FISSA



INDICI PREZZI TELEFONIA MOBILE



Fonte: Istat ed elaborazioni Agcom

Variazione in %

	(2021 - 2025)	(2024 - 2025)
Accesso / servizi di base (08.3.0.1):	+0,2 ↑	= ↔
Terminali (08.2.0.1):	+5,8 ↑	+1,3 ↑
Larga banda / internet (08.3.0.3.0.07):	+4,9 ↑	+0,8 ↑

Variazione in %

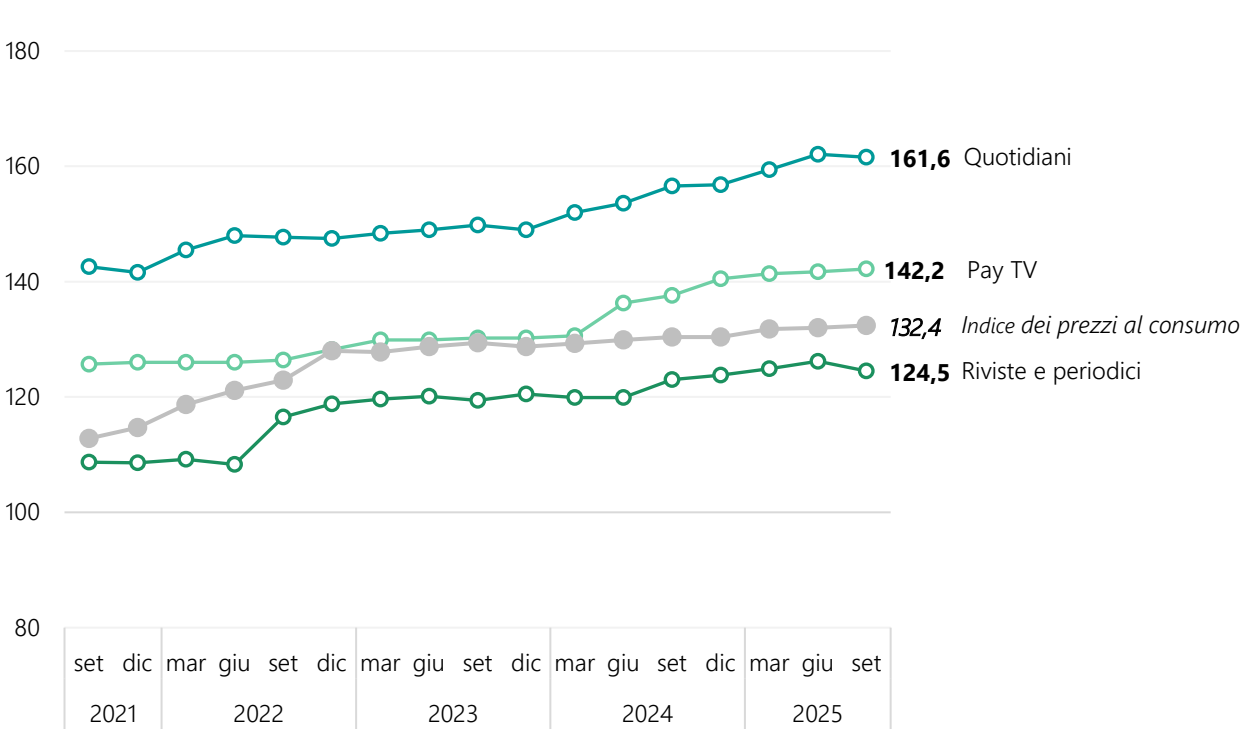
	(2021 - 2025)	(2024 - 2025)
Servizi (08.3.0.2):	-2,2 ↓	-1,6 ↓
Terminali (08.2.0.2):	-39,0 ↓	-13,2 ↓

(Codice COICOP - Classification of Individual Consumption by Purpose)

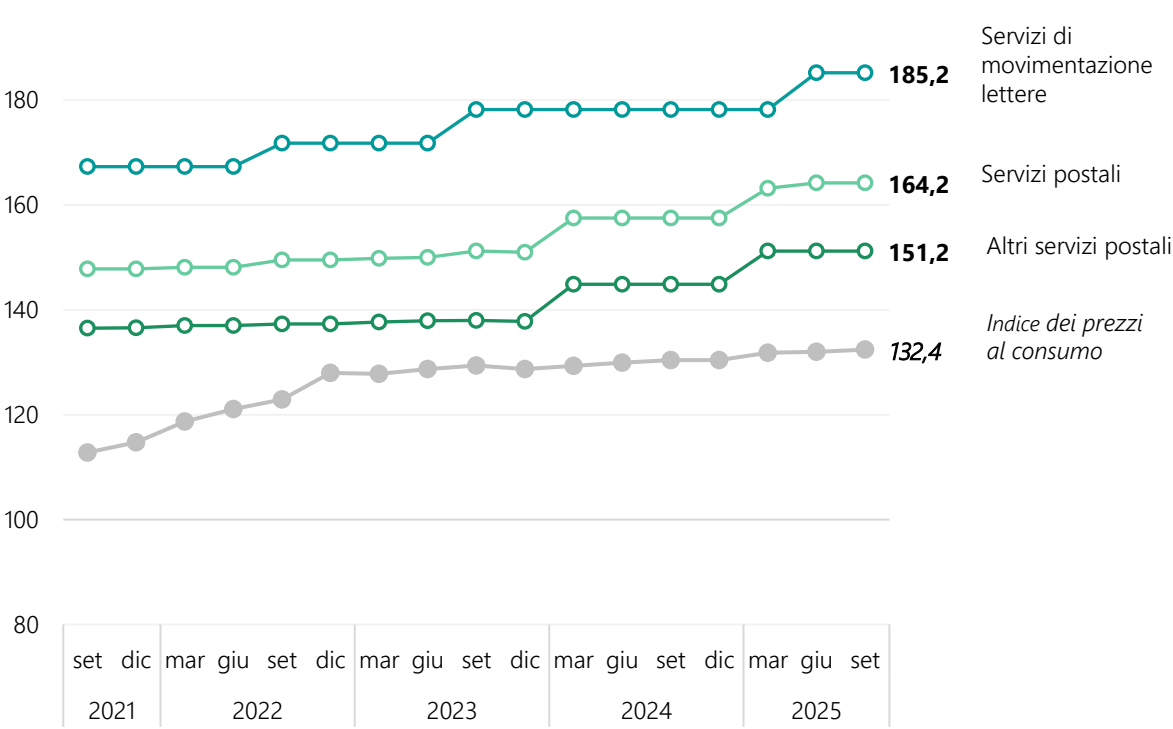
4.3 PREZZI: QUOTIDIANI, PERIODICI, TV E SERVIZI POSTALI (2010=100)



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):	+13,3	▲	+3,2	▲
Pay TV (09.4.2.3.0.02):	+13,1	▲	+3,3	▲
Riviste e periodici (09.5.2.2.0):	+14,5	▲	+1,2	▲

Variazione in %

(2021 - 2025) (2024 - 2025)

Servizi postali (08.1):	+11,1	▲	+4,3	▲
Servizi di movimentazione lettere (08.1.0.1.0.00):	+10,7	▲	+3,9	▲
Altri servizi postali (08.1.0.9.0.00):	+10,8	▲	+4,3	▲

(Codice COICOP - Classification of Individual Consumption by Purpose)

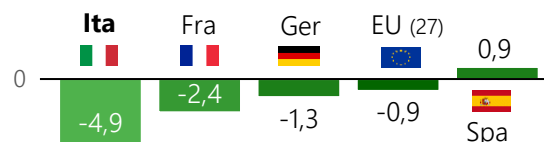
4.4 PREZZI: DINAMICHE IN EUROPA

COMUNICAZIONI ELETTRONICHE

(COICOP 08.2 - 08.3)

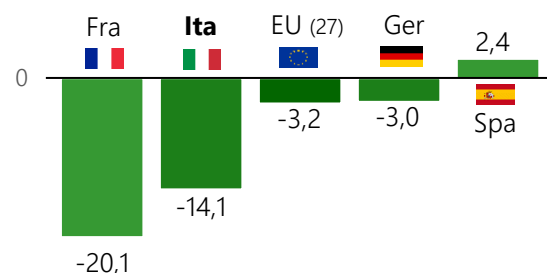
Variazione % (1 anno)

Set. 2024
-
Set. 2025



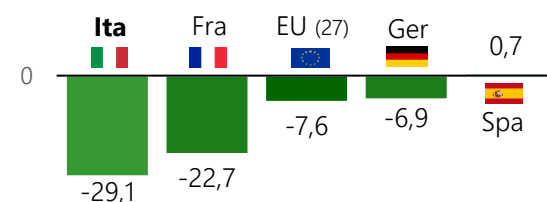
Variazione % (5 anni)

Set. 2021
-
Set. 2025



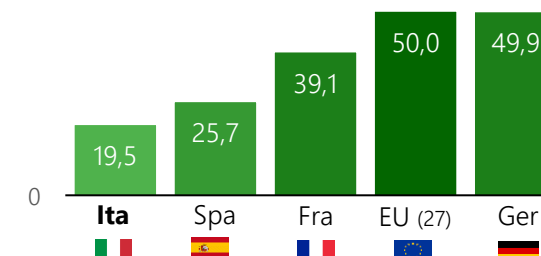
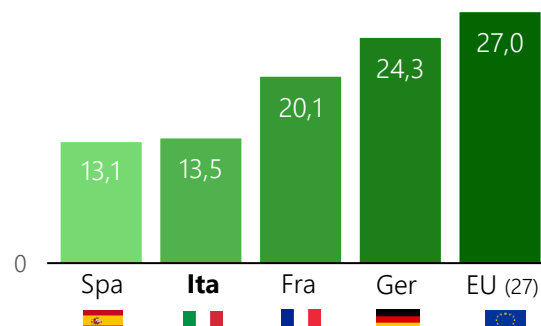
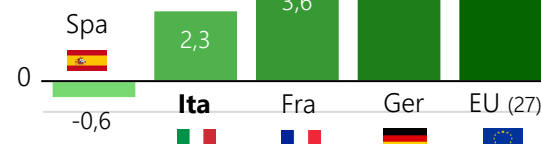
Variazione % (10 anni)

Set. 2016
-
Set. 2025



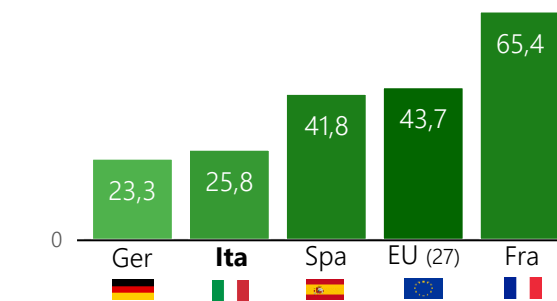
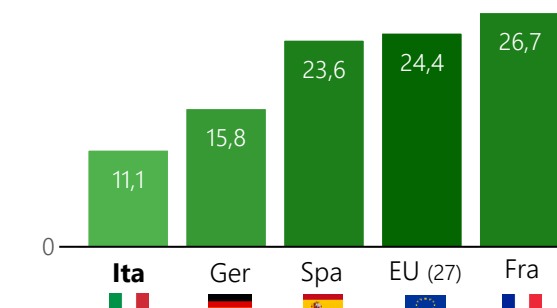
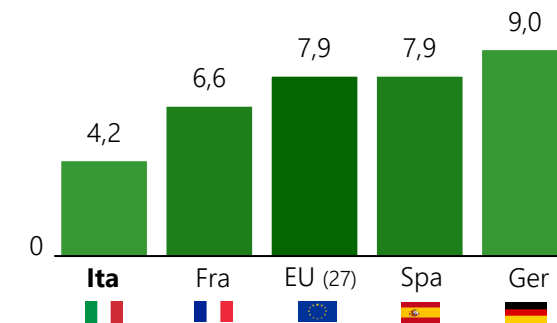
QUOTIDIANI E PERIODICI

(COICOP 09.5.2)



SERVIZI POSTALI

(COICOP 08.1)





OSSERVATORIO SULLE COMUNICAZIONI

N. 4/2025

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

Roma

Via Isonzo 21/b -00198

Napoli

Centro Direzionale Isola B5 -80143