

# OSSERVATORIO SULLE COMUNICAZIONI

N. 4/2019

## 1. Comunicazioni elettroniche

- ▶ 1.1 Rete fissa: accessi diretti complessivi
- ▶ 1.2 Rete fissa: accessi diretti per infrastruttura
- ▶ 1.3 Rete fissa: accessi broadband e ultrabroadband
- ▶ 1.4 Rete fissa: accessi broadband e ultrabroadband per volumi e velocità
- ▶ 1.5 Rete fissa: linee contrattualizzate degli operatori per velocità commercializzata
- ▶ 1.6 Rete mobile: linee complessive
- ▶ 1.7 Rete mobile: SIM «human» per tipologia di clientela
- ▶ 1.8 Rete mobile: SIM «human» per tipologia di contratto
- ▶ 1.9 Rete mobile: traffico dati
- ▶ 1.10 Portabilità del numero

## 2. Media

- ▶ 2.1 Media: TV
- ▶ 2.2 Media: Quotidiani
- ▶ 2.3 Media: Trend dei volumi nell'editoria quotidiana e periodica
- ▶ 2.4 Media: Internet

## 3. Servizi postali e corrieri espresso

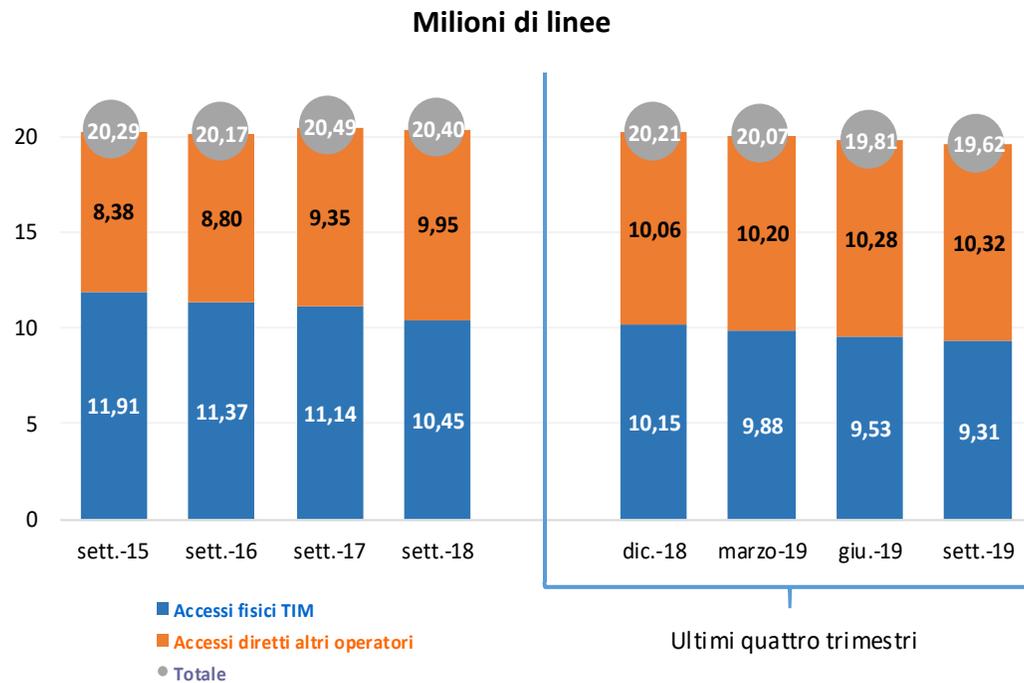
- ▶ 3.1 Servizi postali e corrieri espresso: andamento dei ricavi
- ▶ 3.2 Servizi postali e corrieri espresso: trend storico dei ricavi
- ▶ 3.3 Servizi postali e corrieri espresso: andamento dei volumi
- ▶ 3.4 Servizi postali e corrieri espresso: trend storico dei volumi
- ▶ 3.5 Servizi postali e corrieri espresso: quadro concorrenziale
- ▶ 3.6 Servizi postali e corrieri espresso: trend storico dei ricavi unitari (€)

## 4. I prezzi dei servizi di comunicazione

- ▶ 4.1 Prezzi: indici generali e altre utilities
- ▶ 4.2 Prezzi: telefonia fissa e mobile
- ▶ 4.3 Prezzi: quotidiani, periodici, TV e servizi postali
- ▶ 4.4 Prezzi: confronto internazionale

**NOTA:** i valori indicati nelle figure che seguono rappresentano elaborazioni e stime dell'Autorità su dati forniti dalle imprese e altre fonti. I dati raccolti sono aggiornati a settembre 2019. Le composizioni percentuali sono arrotondate automaticamente alla prima cifra decimale. Il totale dei valori percentuali così calcolati può risultare non uguale a 100. 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.

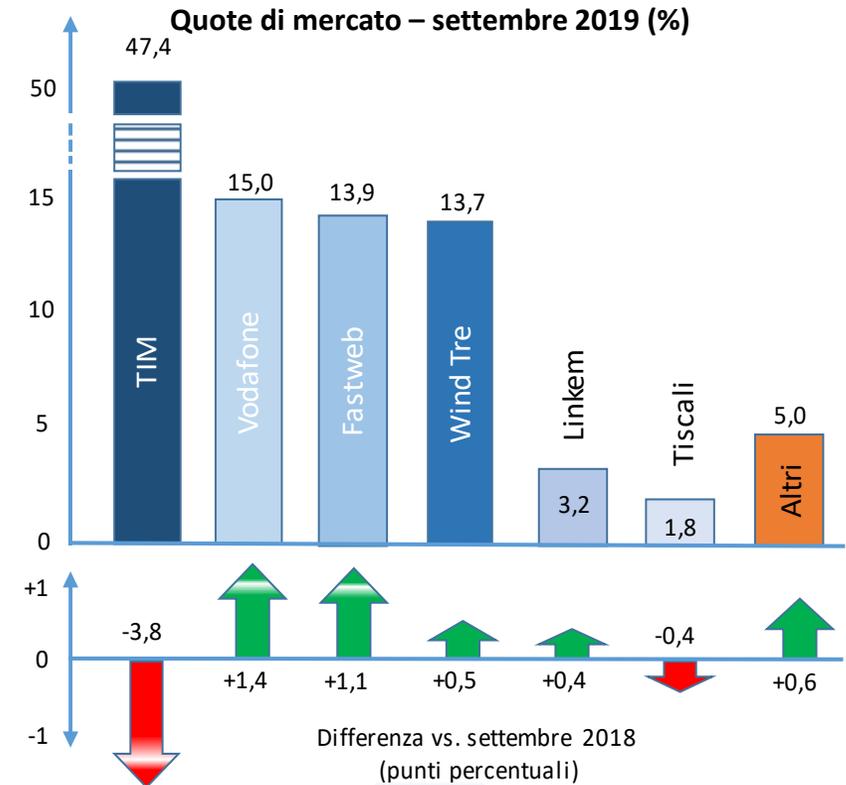
# 1.1 Rete fissa: accessi diretti complessivi



Nota: Sono compresi gli accessi fisici TIM, Full ULL, SLU, Vula, DSL Naked, WLR, Bitstream NGA, Fibra e FWA



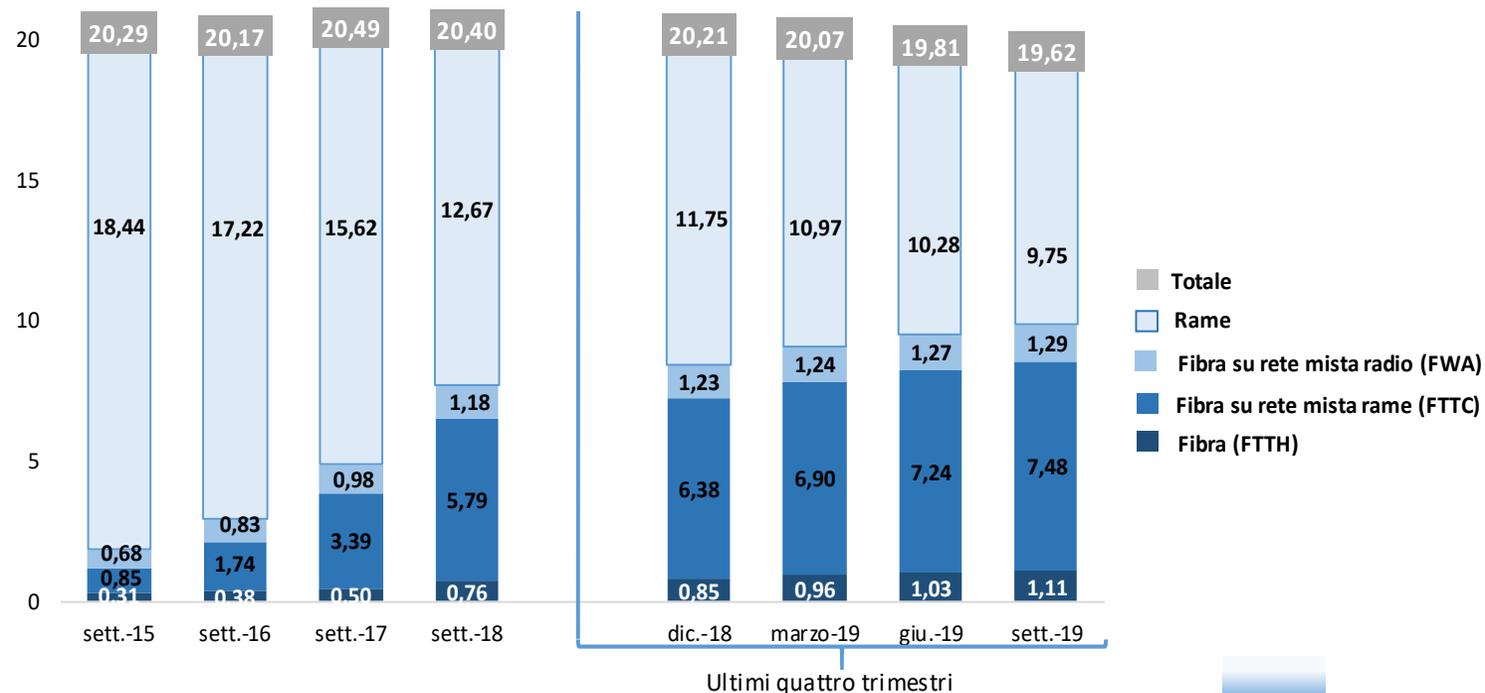
- Su base trimestrale, a fine settembre 2019, si registra una contrazione del numero complessivo di linee (-190 mila)
- Su base annua, la flessione complessiva è di **780** mila accessi
- TIM perde **1,15** milioni di linee, gli altri operatori ne guadagnano oltre **370** mila



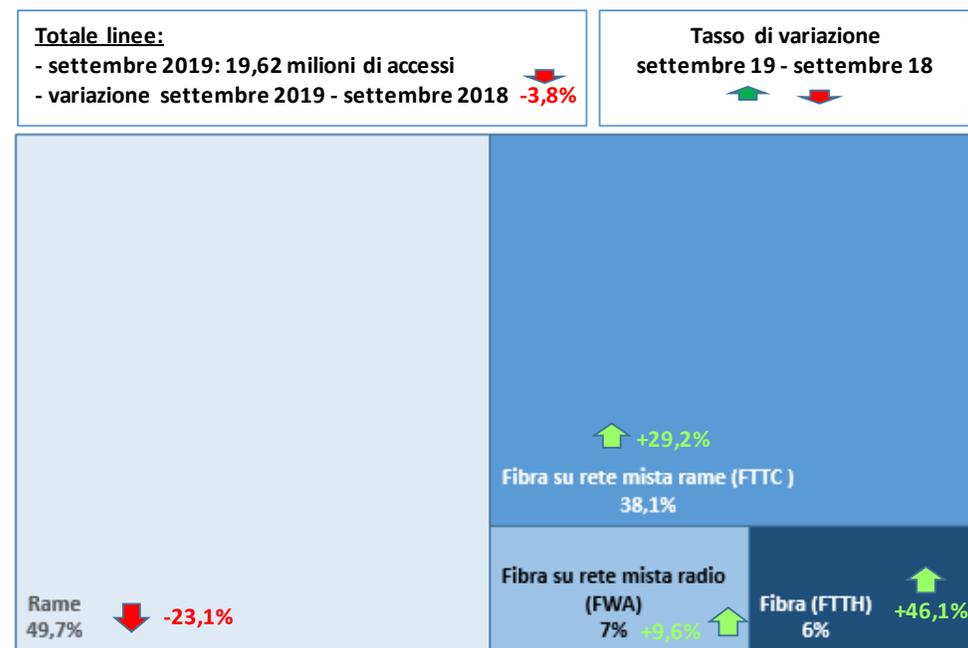
- La quota di mercato di TIM scende al **47,4%** (-3,8 p.p. su base annua)
- Vodafone si conferma secondo operatore di rete fissa con il **15%** delle linee (+1,4 p.p. su base annua)
- Con poco meno del **14%** seguono Fastweb e Wind Tre, entrambe in crescita, **+1,1** p.p. la prima, di **+0,5** p.p. la seconda

# 1.2 Rete fissa: accessi diretti per infrastruttura

Milioni di linee

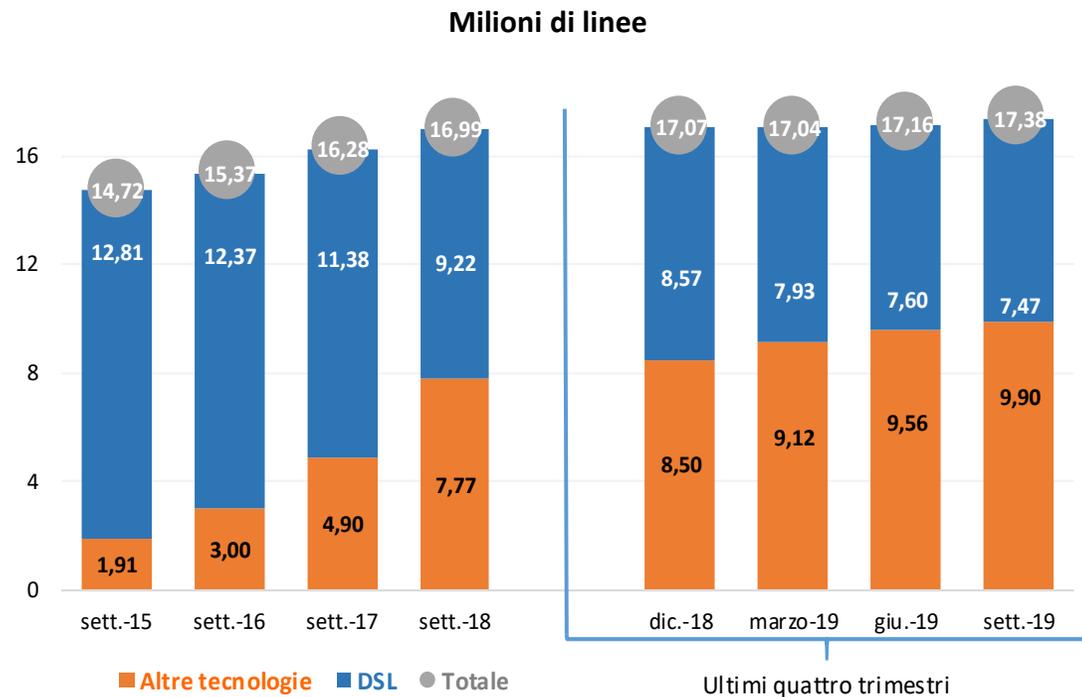


Ripartizione in % degli accessi per infrastruttura a settembre 2019 e variazioni rispetto a settembre 2018

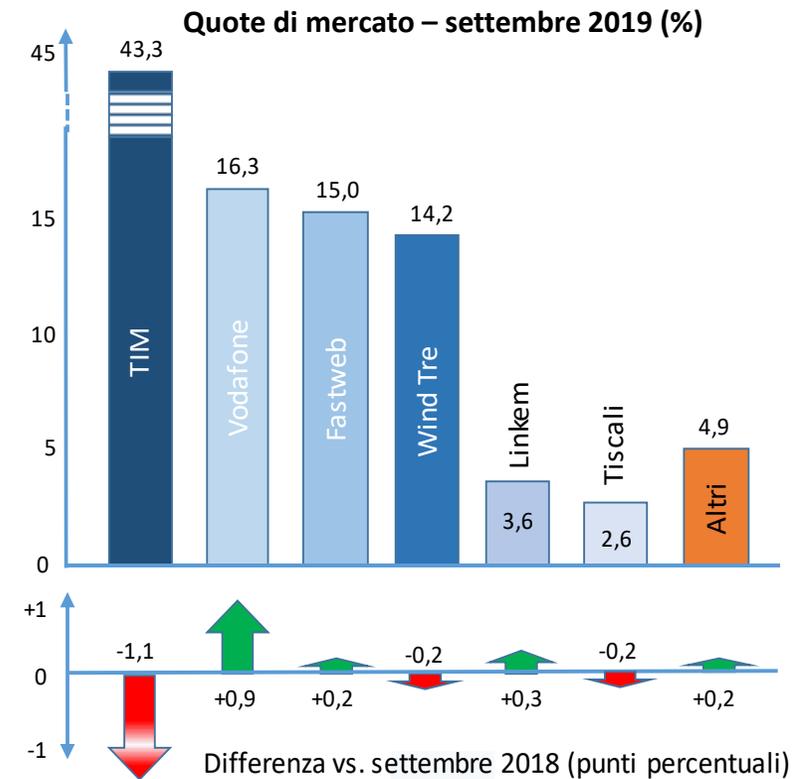


- Continua il trend di riduzione degli accessi attraverso la rete in rame di TIM: **-23,1%** su base annua, e **-47,1%** rispetto ad inizio periodo (settembre 2015)
- Il peso delle tradizionali linee in rame per la prima volta scende sotto il **50%** degli accessi complessivi
- I servizi offerti utilizzando accessi con tecnologia FTTC (fibra su rete mista rame) crescono in un anno del **29,2%**, grazie all'aumento dei servizi wholesale di TIM
- Gli accessi in fibra (FTTH) hanno superato **1,1** milione di unità (**+350** mila accessi su base annua), grazie in particolare alla crescita dei servizi offerti da Open Fiber e ai processi di migrazione verso soluzioni di accesso FTTH proposte da TIM
- Nell'intero periodo osservato, il peso delle linee FTTC + FTTH è passato dal **5,8** al **43,7%** degli accessi complessivi
- Crescono anche gli accessi FWA (**+9,6%** su base annua) che a fine settembre 2019 si attestano a **1,29** milioni di linee

# 1.3 Rete fissa: accessi broadband e ultrabroadband



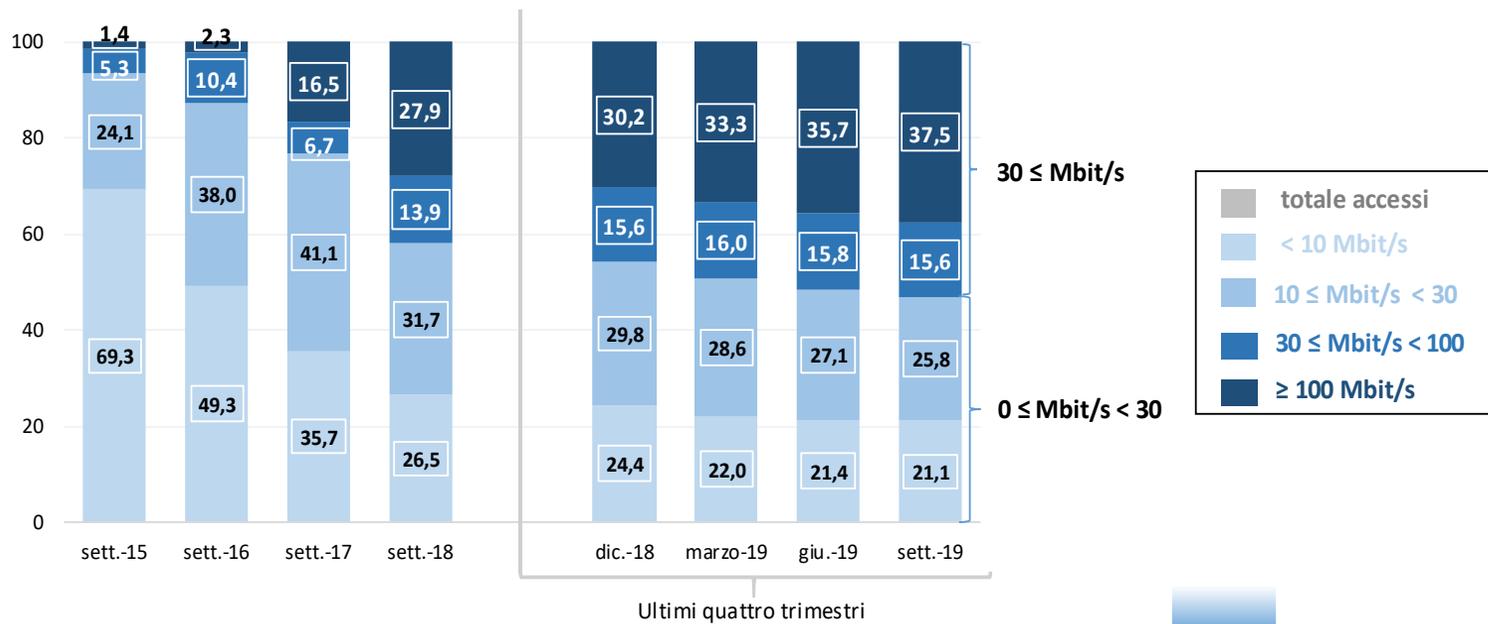
- Le linee broadband sfiorano i **17,4** milioni di accessi, con un aumento su base annua di **380** mila unità; anche la variazione su base trimestrale è positiva (**+220** mila accessi)
- Le linee DSL diminuiscono di **1,75** milioni di unità su base annua, attestandosi a **7,47** milioni di accessi, mentre le linee broadband che utilizzano altre tecnologie (**9,90** milioni a settembre 2019) aumentano di **2,13** milioni di unità, e rappresentano il **57%** delle linee a larga banda complessive



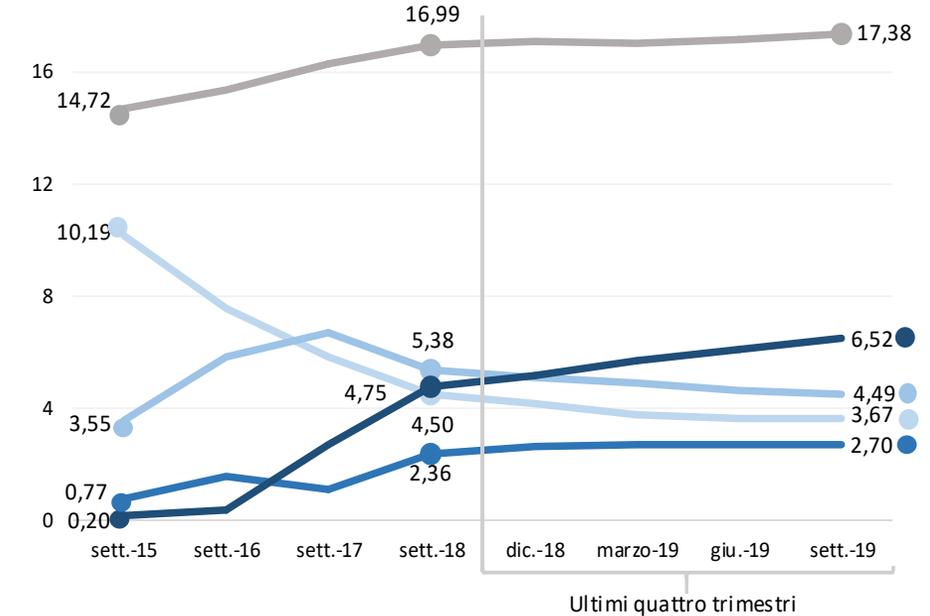
- La quota di mercato di TIM, pari al **43,3%**, si riduce di **1,1** p.p. su base annua, ma mostra una sostanziale stabilità nell'ultimo trimestre (**+0,1** p.p.)
- Vodafone con il **16,3%**, in crescita di **0,9** p.p.,
- Seguono Fastweb con il **15,0%** e Wind Tre con il **14,2%**, in leggera crescita la prima (**+0,2** p.p.) e in lieve flessione la seconda (**-0,2** p.p.)

# 1.4 Rete fissa: accessi broadband e ultrabroadband per volumi e velocità

Accessi per classi di velocità (%)



Accessi per classi di velocità (milioni)

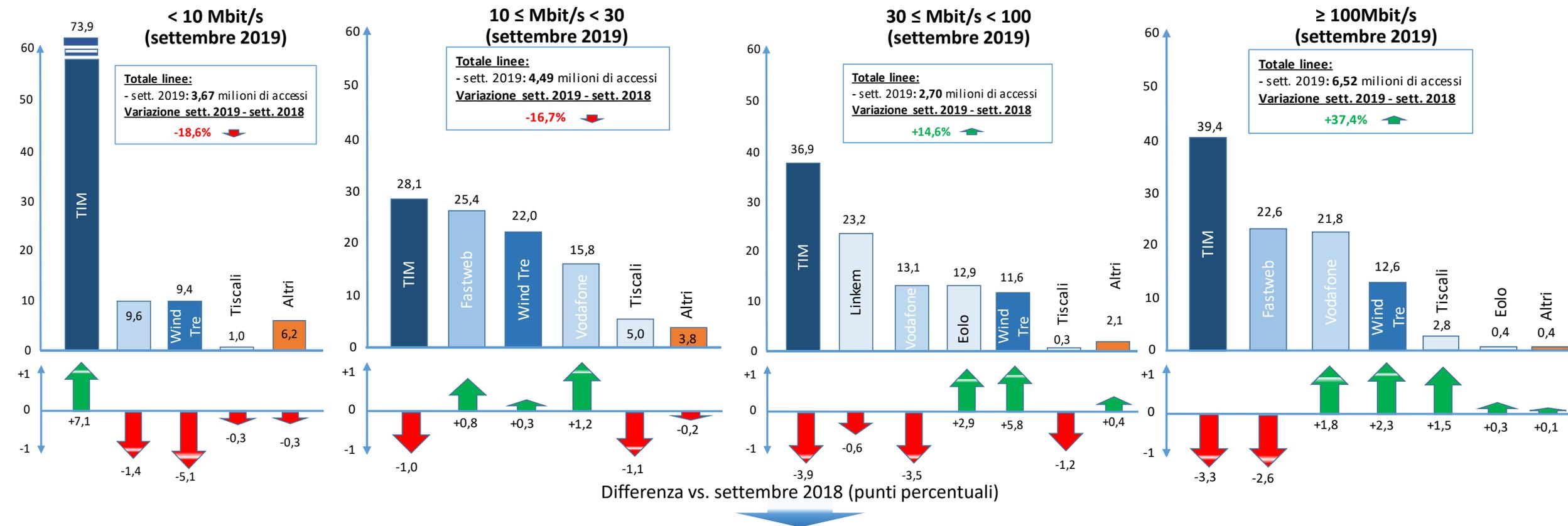


- A settembre 2019, il peso degli accessi con velocità maggiore o uguale a 30Mbit/s supera il **53%** del totale delle linee broadband e ultrabroadband, con una crescita su base annuale del **29,8%** pari a **2,12** milioni di accessi (**+380** mila unità nell'ultimo trimestre)
- Su base annua (settembre 2018 - settembre 2019), gli accessi con velocità maggiore di 100 Mbit/s aumentano di **1,77** milioni di unità per un totale di **6,52** milioni di accessi (**+390** mila unità nel trimestre)
- Gli accessi con velocità compresa tra 30 fino a 100 Mbit/s sono cresciuti di **340** mila linee per un totale, a settembre 2019, di **2,70** milioni di accessi
- Le linee con velocità compresa tra 10 e 30 Mbit/s si sono ridotte di **0,9** milioni di unità, per un totale di **4,49** milioni di linee pari al **25,8%** del totale
- Gli accessi con velocità inferiore ai 10 Mbit/s sono diminuiti di **0,84** milioni e rappresentano il **21,1%** delle linee broadband complessive (pesavano per circa il **70%** ad inizio periodo, settembre 2015)

NOTA: a seguito di riclassifiche operate dalle imprese di entità anche non marginale (in particolare da Tim e Wind Tre) nell'allocatione degli accessi per classe di velocità commerciale, i dati esposti non sono confrontabili quanto indicato in precedenza



# 1.5 Rete fissa: linee contrattualizzate degli operatori per velocità commercializzata



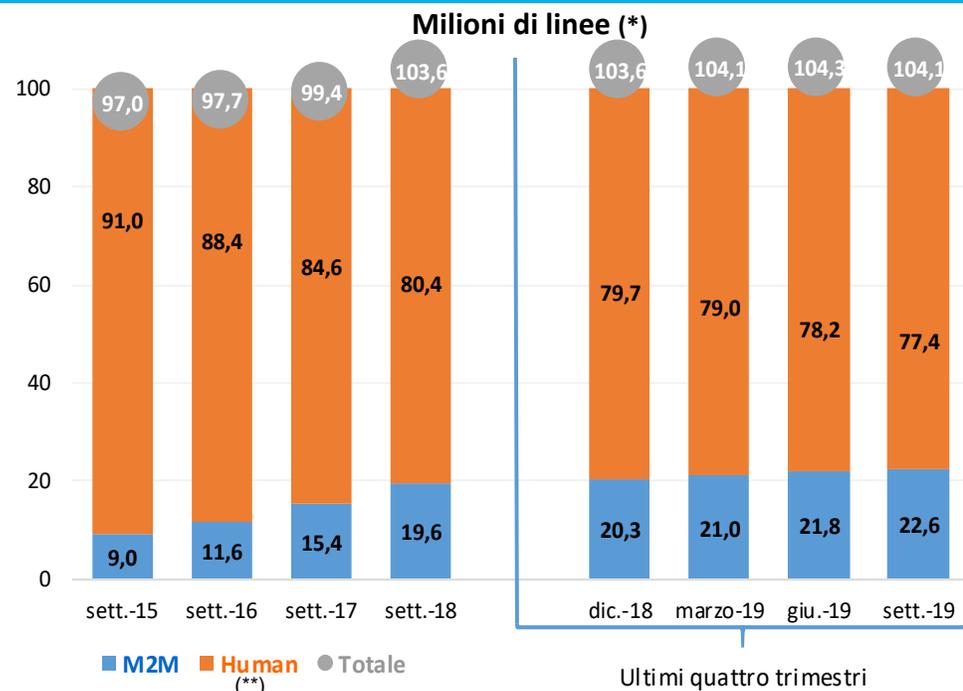
Differenza vs. settembre 2018 (punti percentuali)

- Nel segmento con velocità fino a 10 Mbit/s, la quota di TIM supera nettamente il **70%**, conseguenza della pregressa presenza «storica» nei servizi a larga banda e del progressivo mutamento nel «mix» delle prestazioni degli accessi
- Per quanto riguarda gli accessi con velocità 10 ≤ Mbit/s < 30, TIM ha una quota del **28,1%**, seguita da Fastweb (**25,4%**) e da Wind Tre (**22,0%**)
- Nella classe di velocità 30 ≤ Mbit/s < 100, TIM, grazie alla migrazione verso soluzioni FTTC, si attesta al **36,9%**, seguito da Linkem e Vodafone
- Per quanto riguarda gli accessi con velocità superiori a 100 Mbit/s, TIM risulta il primo operatore, con il **39,4%**, seguito da Fastweb, con il **22,6%**, e da Vodafone (**21,7%**)

NOTA: coerentemente con quanto indicato nelle specifiche della reportistica comunitaria (analoghe a quanto previsto dall'OCSE, «Digital Economy Outlook 2020»), i dati fanno riferimento alle velocità commercializzate contrattualmente dalle imprese  
 NOTA: a seguito di riclassifiche operate dalle imprese (in particolare da Tim e Wind Tre) di entità anche non marginale nell'allocazione degli accessi per classe di velocità commerciale, i dati esposti non sono confrontabili quanto indicato nei precedenti numeri dell'osservatorio



# 1.6 Rete mobile: linee compressive

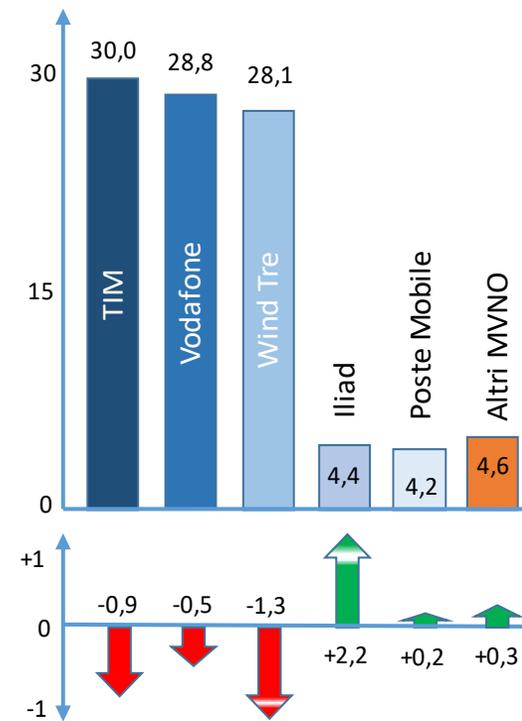


- Su base annua, le linee compressive registrano un incremento di **0,5** milioni di unità, dovuto alla progressiva diffusione delle sim «M2M» (*machine to machine*) le quali aumentano di **3,3** milioni di unità
- Su base trimestrale, le sim «solo voce» e «voce + dati» (sim «human») si riducono di **0,9** milioni, mentre in un anno flettono di **2,7** milioni
- Le offerte «low cost» di «Kena Mobile» e «ho.» (gruppi TIM e Vodafone) hanno superato nel complesso **2,6** milioni di clienti (**+0,75** milioni da inizio anno)

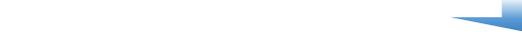
(\*) - I dati degli operatori TIM e Vodafone includono le linee delle società controllate al 100%, rispettivamente Kena mobile e VEI (che offre servizi di telefonia mobile denominati ho.)

(\*\*) - Sim che effettuano traffico «solo voce» o «voce e dati», incluse le sim «solo dati» con interazione umana (es: chiavette per PC, sim per tablet ecc.)

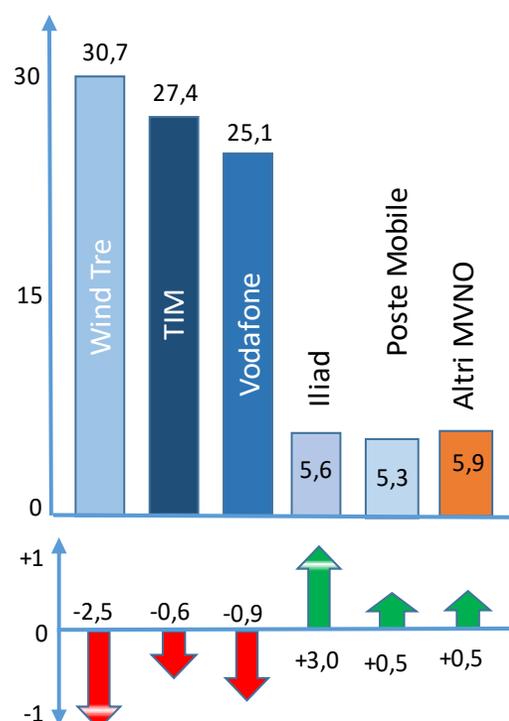
**Sim compressive - settembre 2019 (%)**



**Differenza vs. settembre 2018 (punti percentuali)**



**Sim «Human» - settembre 2019 (%)**



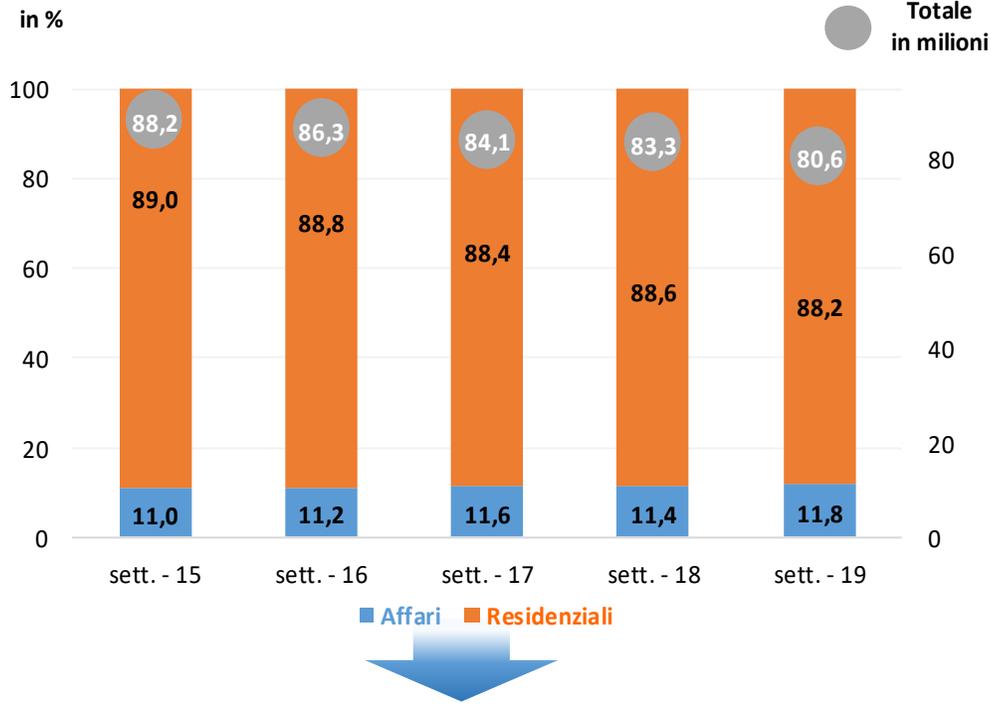
**Differenza vs. settembre 2018 (punti percentuali)**



- Con riferimento alle **sim compressive**, TIM, pur se in flessione, si conferma market leader, con il **30%**; a poca distanza seguono Vodafone e Wind Tre
- Iliad e Poste Mobile detengono quote significativamente inferiori, rispettivamente del **4,4%** (**+2,2 p.p.**) e del **4,2%** (**+0,2 p.p.**)
- Con riguardo al segmento «**human**» Wind Tre, pur rimanendo il principale operatore con il **30,7%** delle linee, vede la propria quota diminuire di **2,5 p.p.**

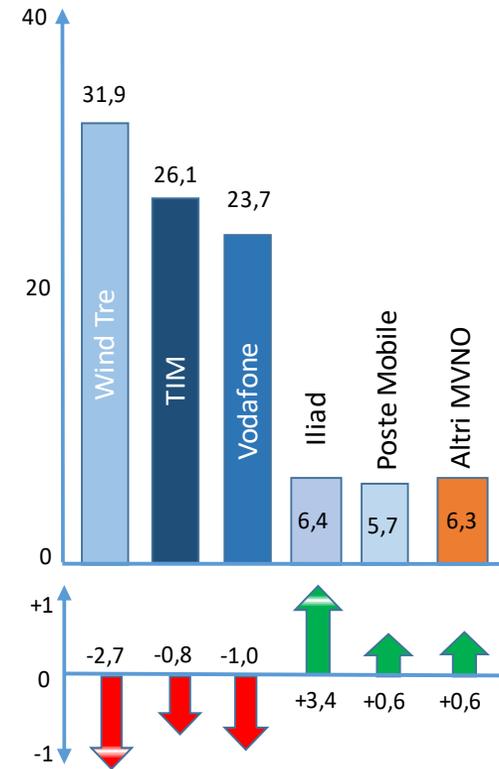
# 1.7 Rete mobile: SIM «human» per tipologia di clientela

Sim per tipologia di clientela

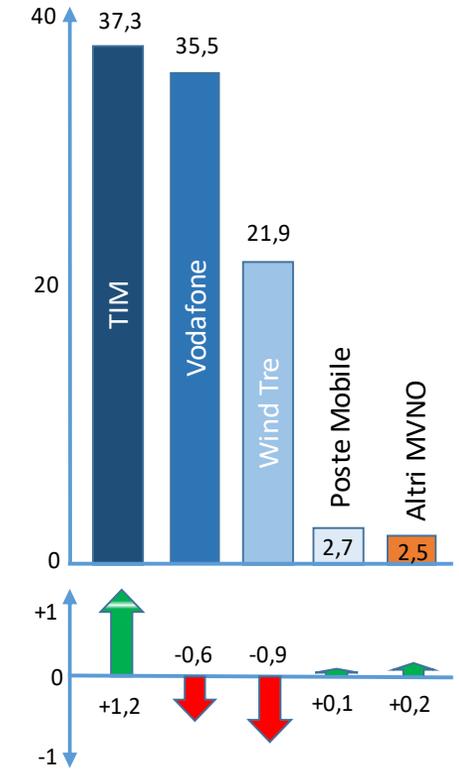


- Su base annua, le utenze **residenziali**, che rappresentano l'**88,2%** delle linee (pari a **71,1** milioni di sim), segnano una diminuzione di **2,69** milioni; l'ingresso sul mercato di Iliad (**6,4%** del mercato) non ha controbilanciato la riduzione complessiva
- Le utenze **affari**, che ammontano all'**11,8%** (pari a **9,5** milioni di sim), restano sostanzialmente stabili, sia nell'ultimo anno, sia nell'intero periodo considerato
- Viceversa, nel quinquennio le utenze **residenziali** si riducono sensibilmente (**-7,5** milioni di unità)

Sim residenziali – settembre 2019 (%)



Sim affari – settembre 2019 (%)

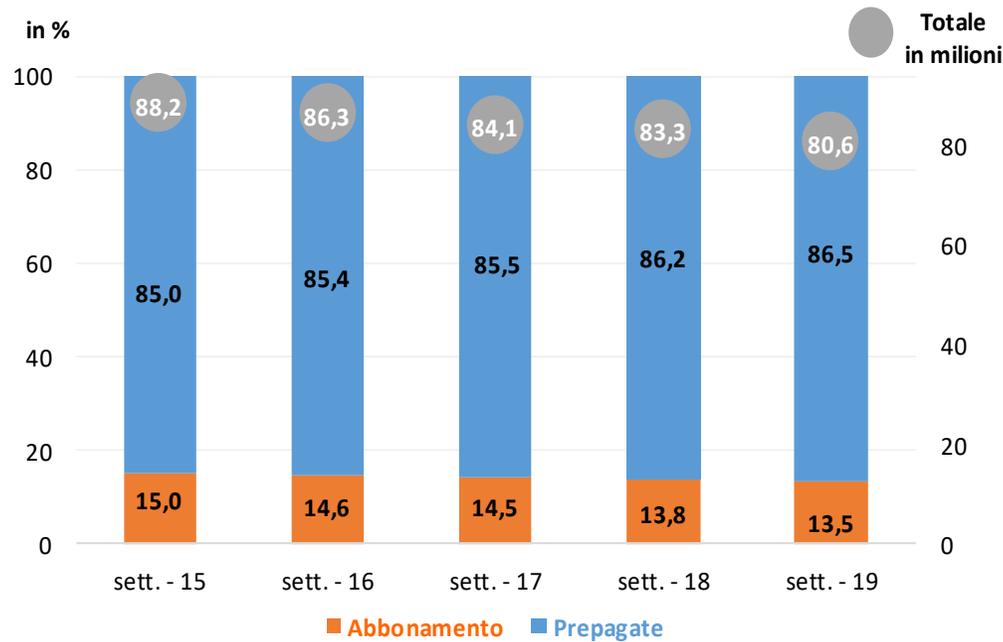


Differenza vs. settembre 2018 (punti percentuali)

- Nel segmento **residenziale**, Wind Tre, pur confermandosi leader con il **31,9%**, perde **2,7** p.p.
- Analogamente si riducono le quote di TIM e Vodafone, secondo e terzo operatore, mentre Iliad raggiunge il **6,4%** (**+3,4** p.p.)
- Nell'utenza **affari**, si osservano variazioni di più contenuta entità nell'assetto concorrenziale

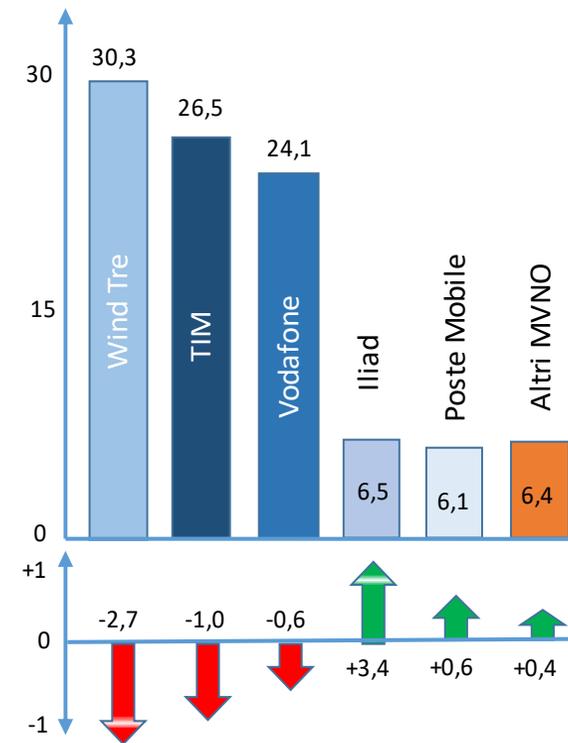
# 1.8 Rete mobile: SIM «human» per tipologia di contratto

Sim per tipologia di contratto

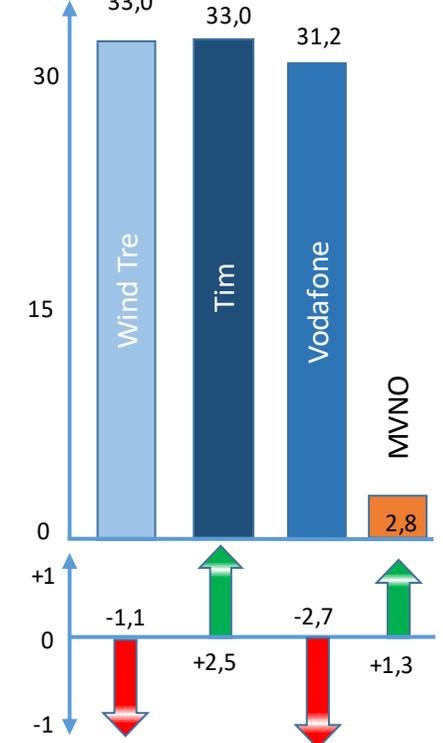


- A settembre 2019, l'**86,5%** della customer base (**69,7** milioni di sim) utilizza schede **prepagate**; in termini assoluti, su base annua, queste si sono ridotte di **2,1** milioni di unità (**-5,3** milioni nel periodo considerato)
- Le linee in **abbonamento**, pari al **13,5%** delle sim (**13,5** milioni di sim), registrano una flessione di **0,6** milioni di unità in un anno (**-2,3** milioni nel periodo considerato)

Sim prepagate - settembre 2019 (%)



Sim in abbonamento - settembre 2019 (%)

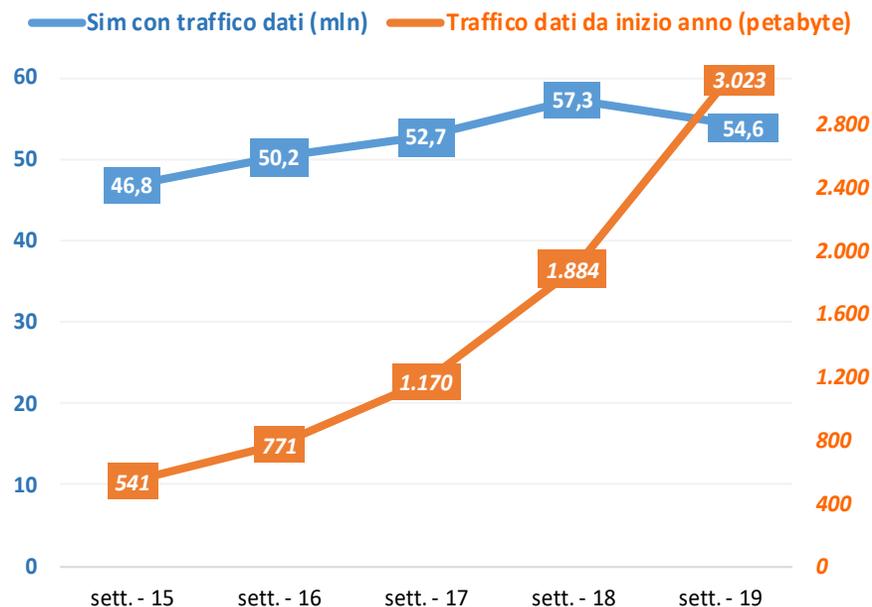


Differenza vs. settembre 2018 (punti percentuali)

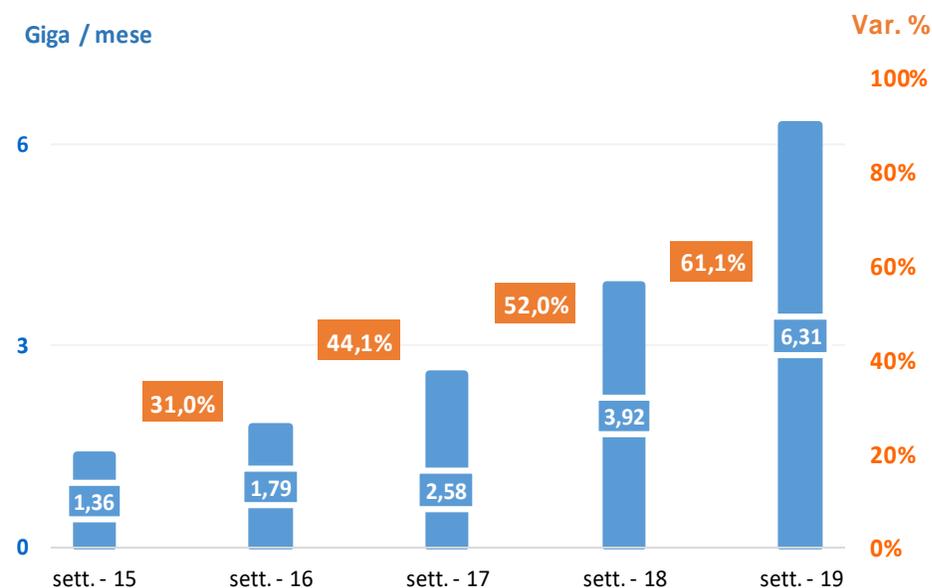


- Nel segmento delle **prepagate**, pur in flessione di **2,7** p.p., Wind Tre si conferma *leader* con una quota del **30,3%**; riduzioni si osservano anche per Tim (**-1,0** p.p.) e Vodafone (**-0,6** p.p.), mentre Iliad, in crescita, raggiunge il **6,5%**
- Nel segmento **abbonamenti**, Tim e Wind Tre risultano rappresentare entrambe il **33%** del segmento di mercato, seguite da vicino da Vodafone (**31,2%**)

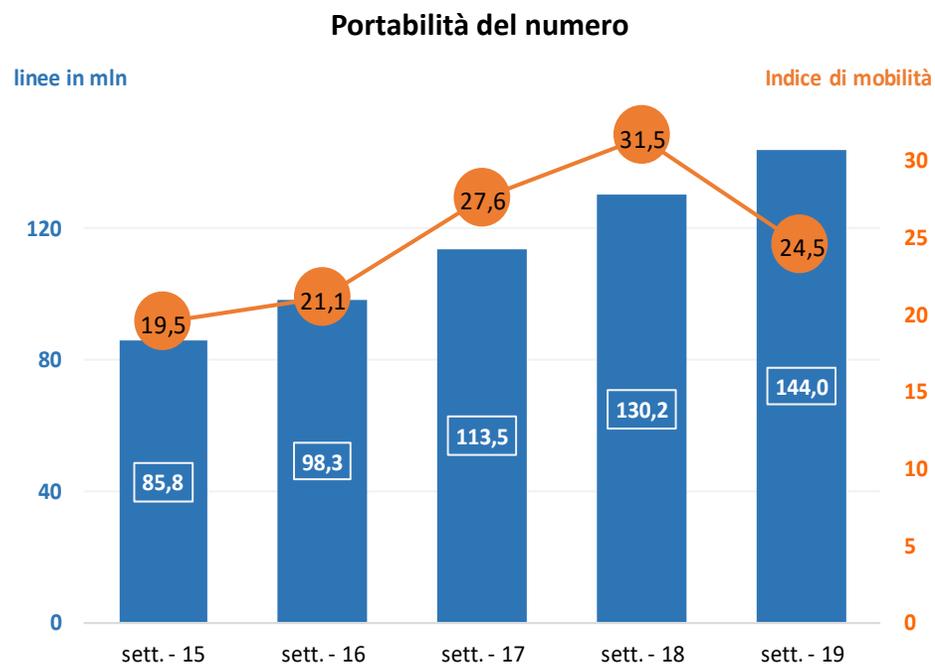
### Volume traffico dati



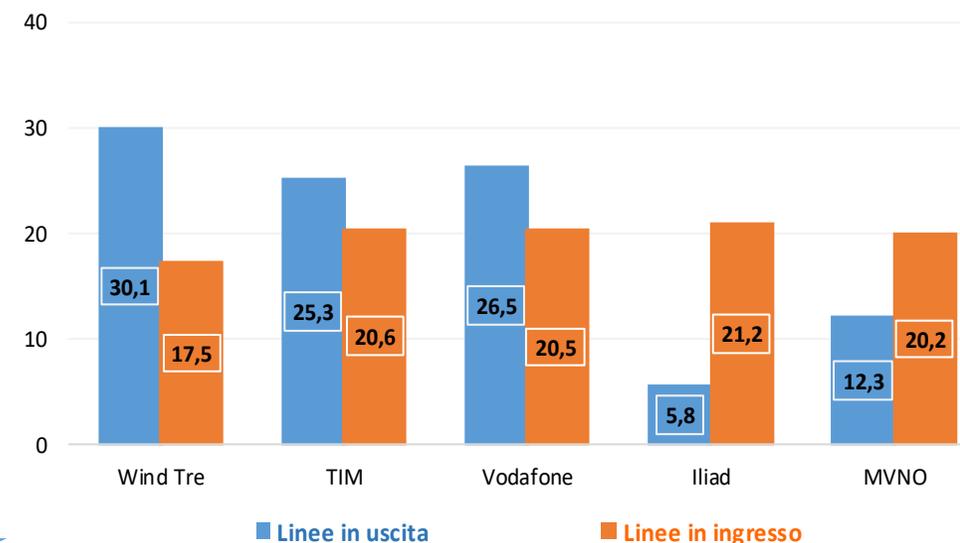
### Traffico unitario mensile (GB/mese e var. %)



- Da settembre 2015, le sim che hanno svolto traffico dati sono passate dal **50%** al **70%** circa di quelle «human» complessive; su base annua il loro numero mostra una flessione che segue la tendenza generale del mercato
- Il traffico dati complessivo da inizio anno risulta in aumento del **60,4%** rispetto ai primi nove mesi del 2018
- Su base annua, i consumi medi unitari mensili (**6,31** Giga/mese a settembre 2019) registrano una crescita superiore al **60%**



**Distribuzione in % per linee di ingresso e di uscita – settembre 2019**  
(\*\*)



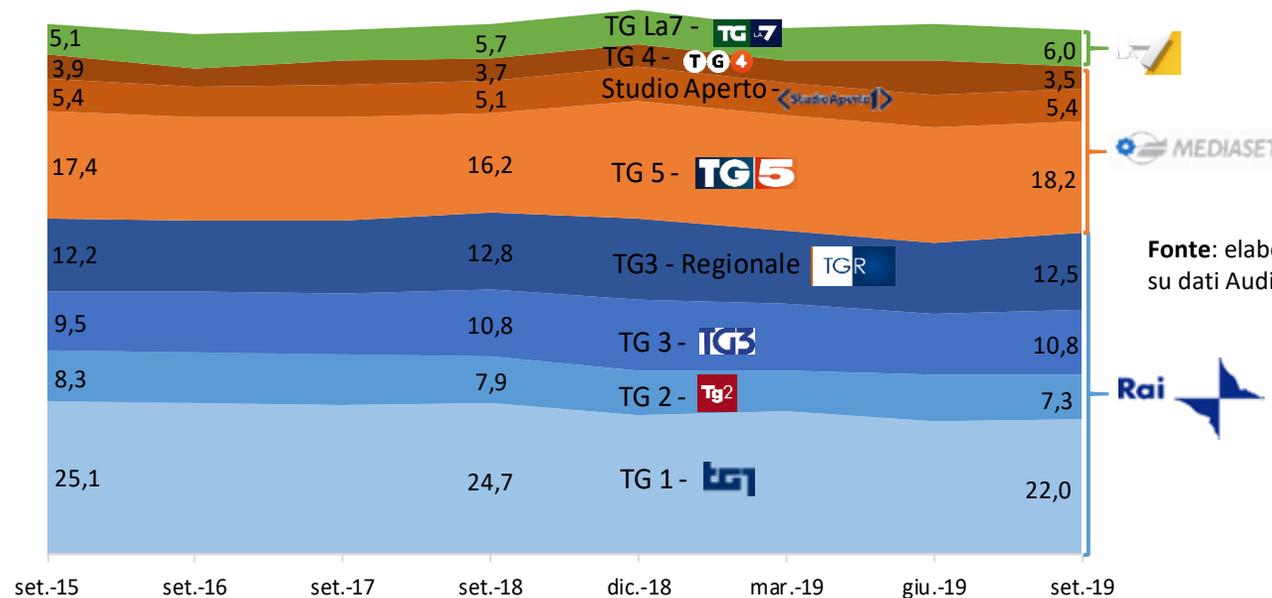
- A settembre 2019, il numero cumulato di operazioni di portabilità delle numerazioni mobili ha raggiunto i **144 milioni** di unità (**13,8 milioni** in un anno solare rispetto ai **16,7 milioni** del 2018)
- Con riferimento agli ultimi dodici mesi, il saldo tra operazioni «recipient» e «donating» risulta negativo per Wind Tre (**-1.738 mila** unità), Vodafone (**-831 mila** unità) e Tim (**-649 mila** unità), a favore sostanzialmente del nuovo entrante Iliad (**+2.123 mila** unità) e degli operatori MVNO (**+1.095 mila** unità)
- L'*indice di mobilità* (\*) a settembre 2019 risulta pari al **24,5%**, in discesa rispetto a quello registrato nello stesso periodo dello scorso anno, ricollocandosi su valori intermedi a quelli precedenti settembre 2018

(\*) - Rapporto dato dalle linee mobilitate da inizio anno (donate e acquisite) e la corrispondente *customer base* media complessiva (al netto delle «M2M»)

(\*\*) - I dati di Tim e Vodafone includono rispettivamente quelli di Kena Mobile e ho.

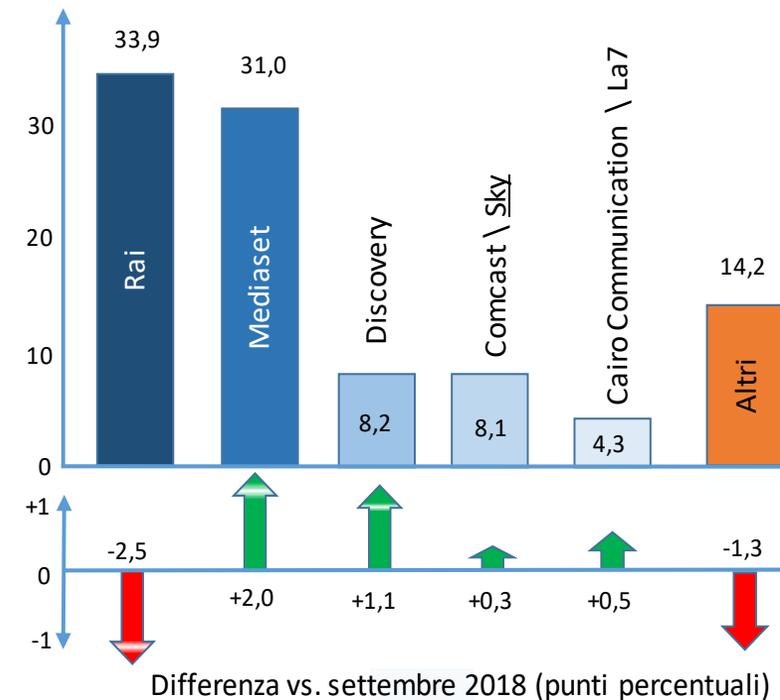
# 2.1 Media: TV

**Evoluzione delle audience (%) delle edizioni serali dei principali Tg nel giorno medio (settembre 2015 - settembre 2019)**



Fonte: elaborazioni Autorità su dati Auditel(Nielsen)

**Quote di ascolto nel giorno medio nel mese di settembre 2019 (%)**

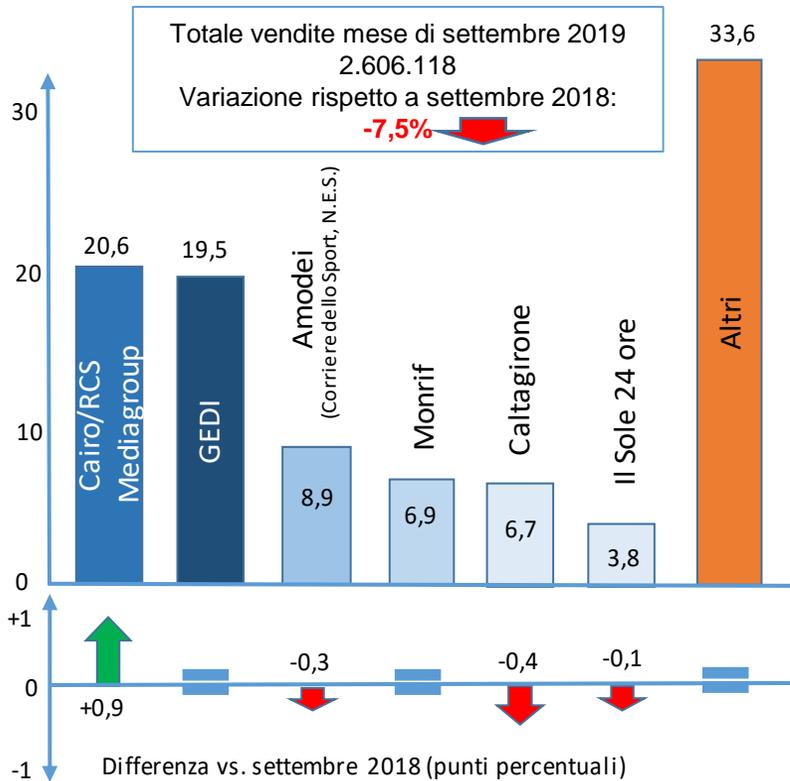


- Nonostante la contrazione della propria quota di ascolti (-2,7 p.p. da settembre 2018) il Tg1 sera continua a mantenere la propria leadership
- Per gli altri tg della Rai si registrano delle share in lieve contrazione (-0,3 p.p. per Tg3 Regionale e -0,6 p.p. per Tg2) o costanti (Tg3)
- Il Tg5 della sera, seguito da 3,7 milioni di telespettatori, ottiene su base annua una performance positiva (+2 p.p. di share).
- Crescono le quote sugli ascolti totali del Tg La7 e di Studio Aperto (+0,3 p.p.) mentre si riduce quella del Tg4 (-0,2 p.p.)

- Rai, con 3,2 milioni di telespettatori giornalieri medi, mantiene la leadership nonostante la contrazione della propria share (-2,5 p.p su base annua)
- Al secondo posto Mediaset, con 2,9 milioni di telespettatori giornalieri medi, registra una performance positiva (+2 p.p di share)
- Crescono le quote di Discovery (+1,1 p.p.), Sky (+0,3 p.p.) e Cairo Communication (+0,5 p.p.)

## 2.2 Media: Quotidiani

Distribuzione delle vendite per gruppi editoriali (% – settembre 2019)

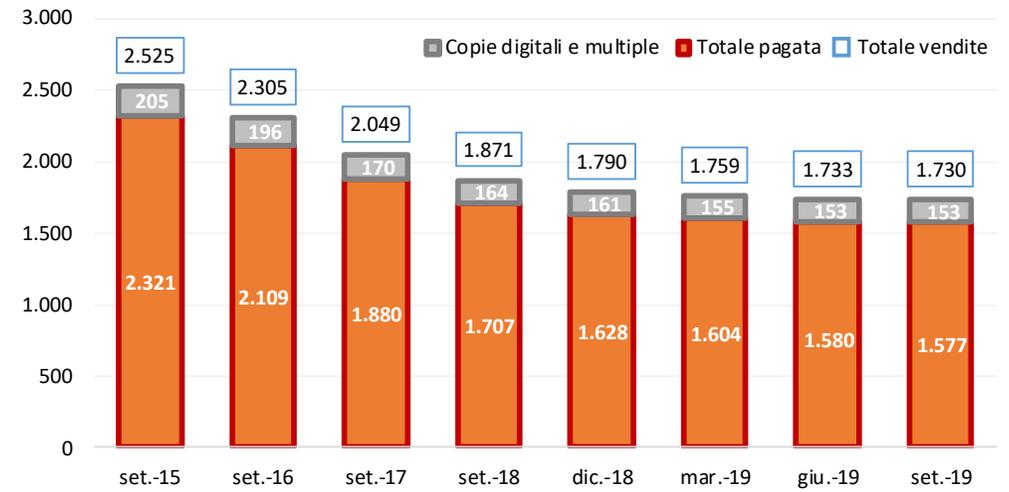


**Nota:** la distribuzione è calcolata sul totale vendite cartacee e digitali, inteso come somma del totale pagata e delle copie digitali, copie multiple con un prezzo maggiore del 30% rispetto alla versione cartacea, come rilevato da ADS.

Il totale delle vendite di copie del settore nei mesi di giugno è stimato sulla base dei dati raccolti annualmente dall'Autorità sull'intero universo di riferimento.

**Fonte:** elaborazioni Autorità su dati ADS e IES/Agcom

Distribuzione delle vendite giornaliere dei maggiori gruppi editoriali per tipologia di vendita (in migliaia – settembre 2019)



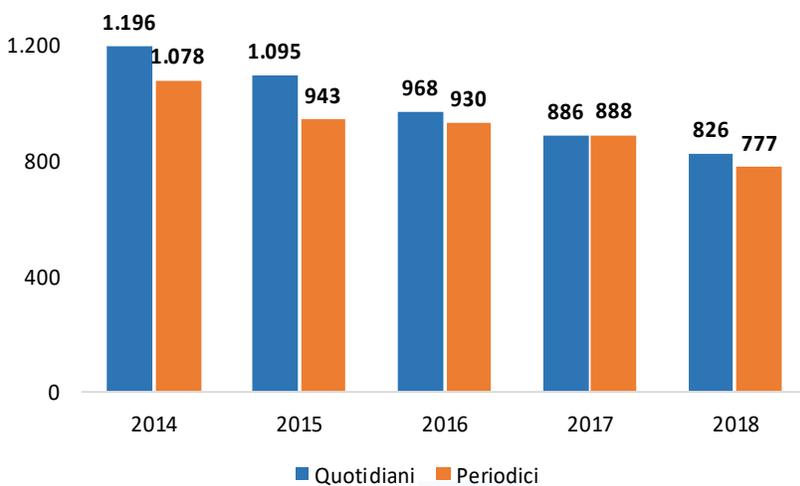
**Nota:** l'evoluzione del totale vendite, del totale pagata e delle copie digitali e multiple dei primi 7 editori di quotidiani è calcolata sulla base delle rilevazioni condotte da ADS. La totale pagata è intesa come somma delle copie vendute tramite i canali di vendita previsti dalle disposizioni di legge, dalle altre vendite e dagli abbonamenti pagati. Le copie digitali e quelle multiple sono considerate solo se il loro prezzo è maggiore del 30% rispetto a quello della versione cartacea.

- A settembre 2019, le copie vendute (cartacee e digitali) dei quotidiani registrano un'ulteriore contrazione (-212 mila unità su base annua)
- Cresce in un anno la quota di Cairo/RCS Mediagroup (+0,9 p.p.) mentre il peso degli altri operatori risulta costante o in contrazione

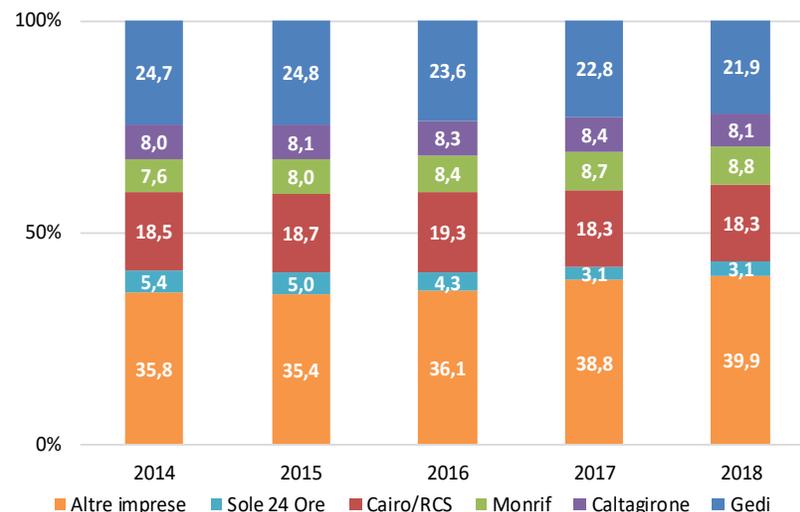
- Continua il *trend* decrescente delle copie cartacee dei principali editori di quotidiani (-32% da settembre 2015, -8% da settembre 2018)
- Anche per le vendite di copie digitali dei quotidiani si registra una contrazione (-25% da settembre 2015, -7% da settembre 2018)
- Le copie digitali dei quotidiani rappresentano circa il 9% delle vendite complessive



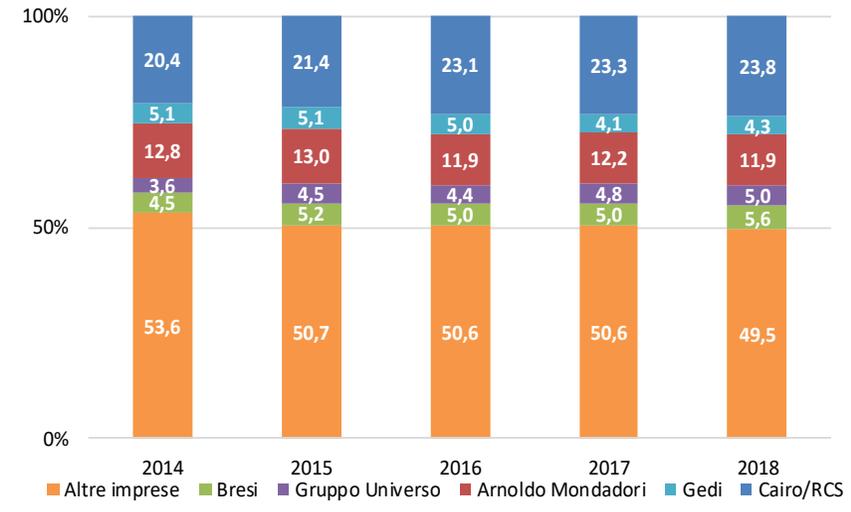
Copie vendute (mln) (\*\*)



Editoria quotidiana (in % copie vendute) (\*\*\*)



Editoria periodica (in % copie vendute) (\*\*\*)



Fonte: elaborazioni Autorità su dati Informativa Economica di Sistema (IES)

- Tra il 2014 e il 2018, la riduzione media annua delle copie complessivamente vendute nell'editoria quotidiana è dell'**8,9%** (-31% nell'intero periodo)
- Risultati analoghi si osservano anche per il complesso dell'editoria periodica (-7,9% medio annuo, -27,9% nel periodo complessivo)
- Nel 2018, per la prima volta, il numero di copie vendute dei periodici ha superato quello dei quotidiani

- Nel 2018, in termini di copie vendute, il principale soggetto presente nel segmento dell'editoria quotidiana è il gruppo GEDI (**21,9%**), seguito dal gruppo Cairo Communication (**18,3%**) e da Monrif e Caltagirone (rispettivamente con l'**8,8%** e l'**8,1%**)
- Il comparto dell'editoria periodica per sua natura è caratterizzato da una maggiore pluralità di soggetti, con le imprese minori che rappresentano circa il **50%** dei volumi: i principali operatori nel segmento sono il gruppo Cairo (**23,8%**) seguito da Mondadori (**11,9%**), mentre più staccati, con una quota tra il **4** e il **5%**, risultano altri operatori (Bresi, Gruppo Universo e Gedi)

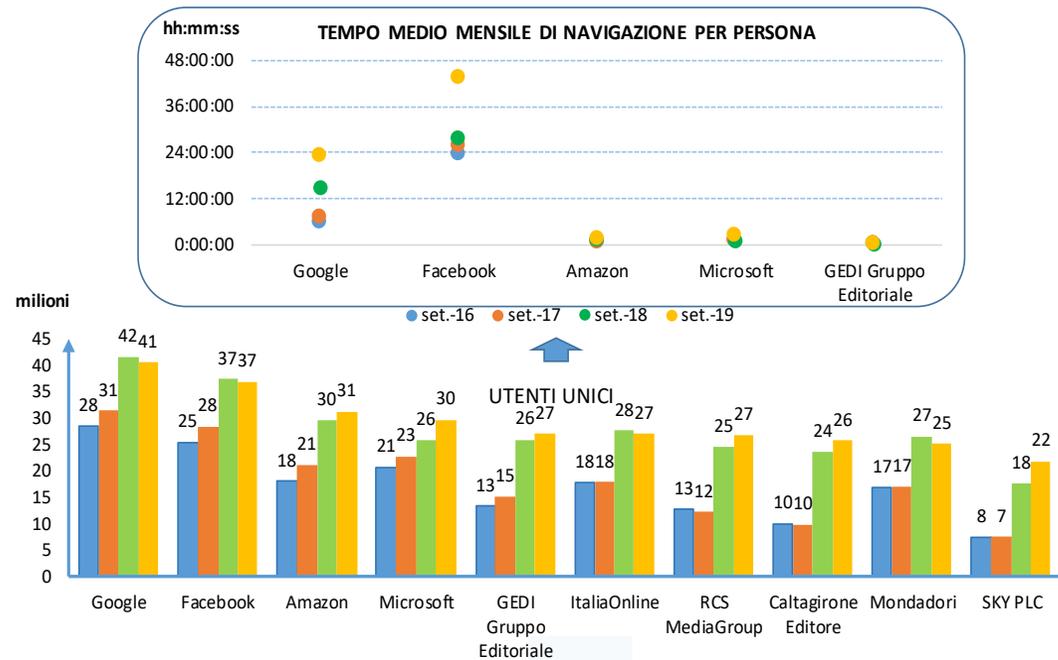
(\*) - I dati hanno natura censuaria e non sono pertanto direttamente comparabili con analoghe analisi di derivazione campionaria

(\*\*) - I valori indicati fanno riferimento alle copie cartacee

(\*\*\*) - La serie storica, per garantire la confrontabilità dei valori esposti, è costruita «a parità di perimetro», con particolare attenzione alle operazioni societarie che hanno interessato il Gruppo Cairo/RCS Mediagroup e GELE/Itedi

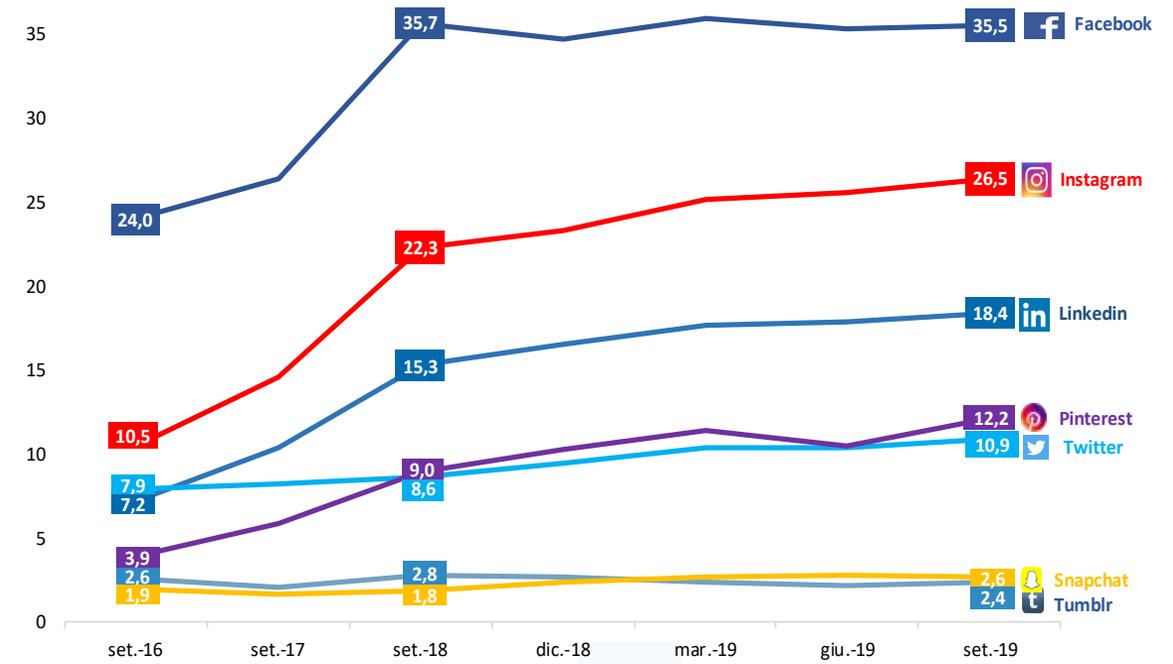


**Audience dei principali operatori per utenti unici e tempo medio mensile di navigazione (settembre 2016 - settembre 2019, %)**



Fonte: elaborazioni Autorità su dati Audiweb (\*)

**Audience dei principali dei principali Social Network per utenti unici (settembre 2016 - settembre 2019, %)**



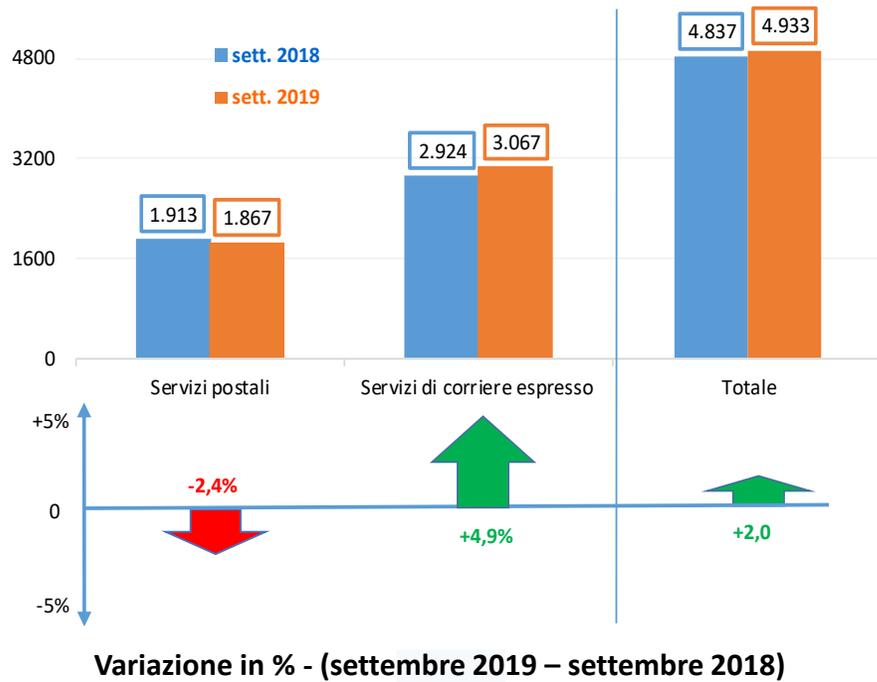
- Google, leader per utenti unici (41 milioni, pari al 68% della popolazione) registra una contrazione delle proprie audience su base annua (-2,8%)
- Analogo andamento (-1,1% di utenti unici) si osserva per Facebook seguito da 37 milioni di utenti in media, pari al 62% degli italiani
- Amazon con audience in costante crescita è utilizzato dal 52% della popolazione
- Nel mese di settembre 2019, 41,6 milioni di utenti unici si sono collegati ad internet per circa 113 ore di navigazione per persona

- Nonostante la lieve contrazione su base annua, Facebook, seguito da oltre 35,5 milioni di utenti unici, conferma la propria leadership
- Al secondo posto, Instagram (gruppo Facebook), utilizzato da 26,5 milioni di navigatori, continua il trend crescente
- Il social network professionale LinkedIn raggiunge 18,4 milioni di utenti unici che rappresentano il 44% dei navigatori nel mese
- Continua l'andamento positivo della total audience per i restanti social network, con la sola eccezione di Snapchat

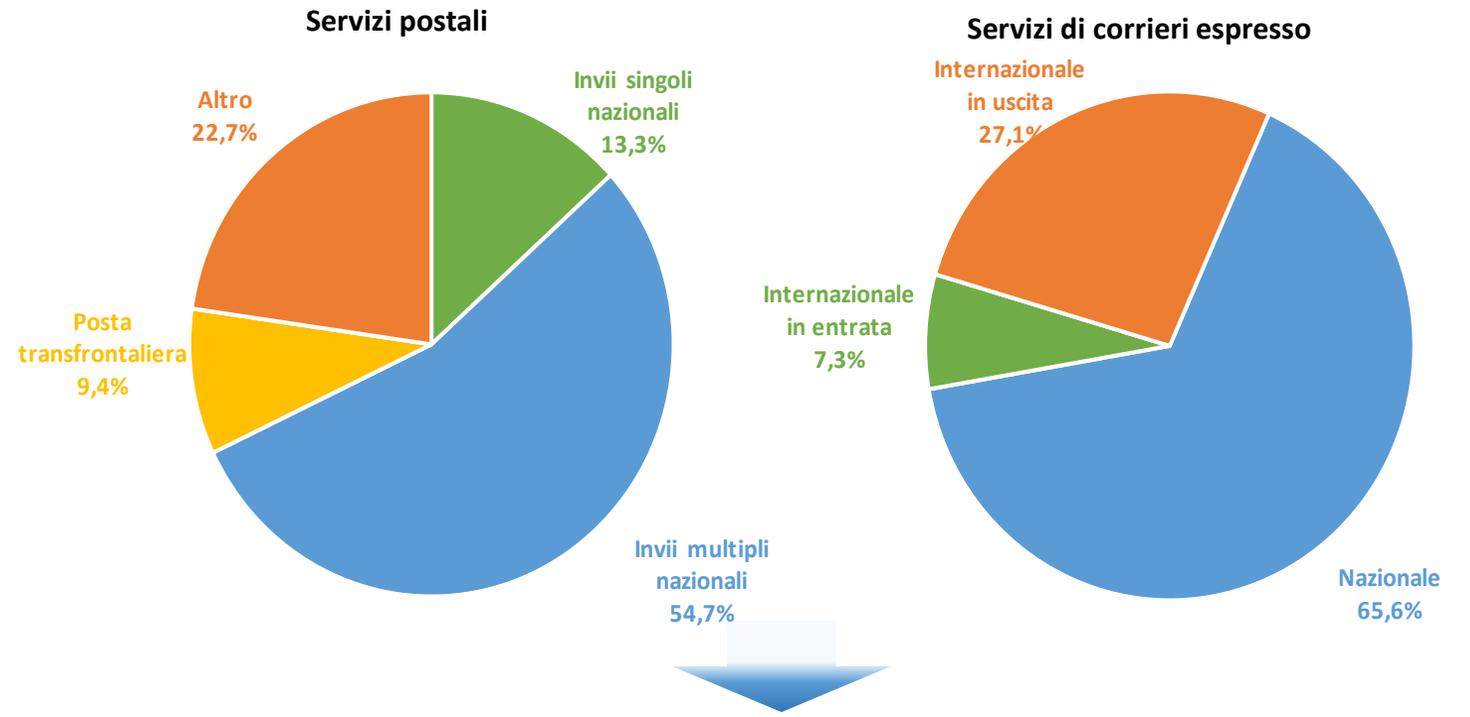
(\*) - Da marzo 2018, il sistema Audiweb ha adottato una nuova metodologia

# 3.1 Servizi postali e corrieri espresso: andamento dei ricavi

Ricavi da inizio anno (milioni di €) (\*)



Ripartizione dei ricavi (settembre 2019 in %)

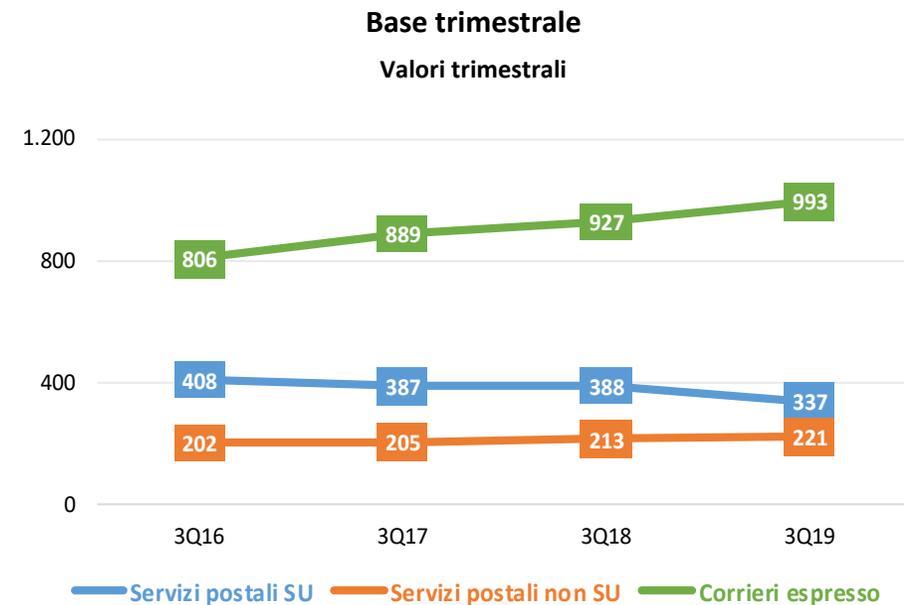
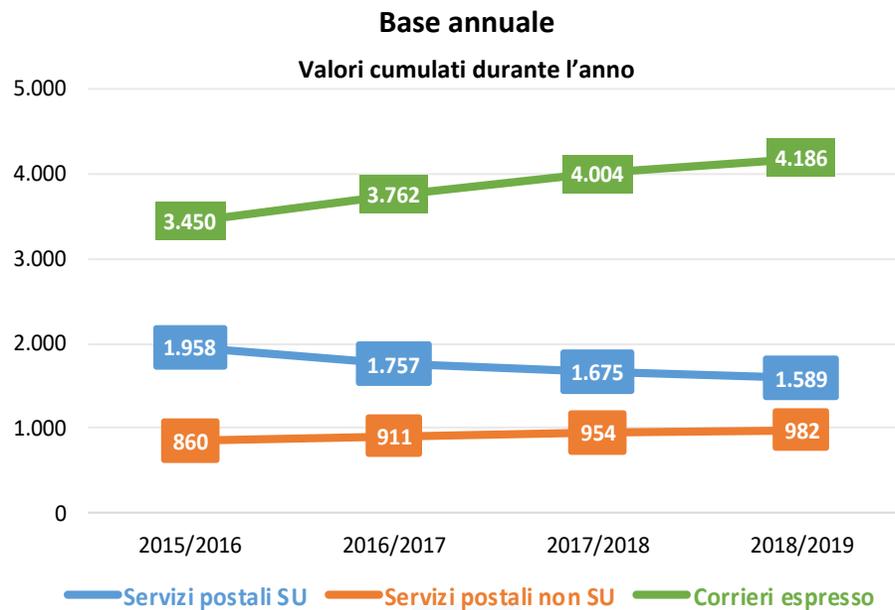


- Nei primi nove mesi del 2019, il comparto postale è cresciuto dell'**2%** rispetto al corrispondente periodo dello scorso anno
- Tale andamento è il frutto di una riduzione dei ricavi derivanti dai servizi postali (**-2,4%**) e di un aumento di quelli derivanti dai servizi di corriere espresso (**+4,9%**)

- Servizi postali: la principale componente di ricavo è rappresentata dagli «invii multipli nazionali» (**54,7%**) che mostrano una flessione del **2,4%**
- Gli invii singoli nazionali pesano per il **13,3%** ma, nell'ultimo anno, risultano in flessione del **20,3%**
- In crescita del **7,5%** la componente dei ricavi ascrivibile agli altri servizi, in gran parte rappresentati dai servizi di «notifica a mezzo posta»
- Corrieri espresso: oltre il **65%** dei ricavi è rappresentato da quelli provenienti dai servizi con mittente e destinatario nazionali che risultano in crescita del **5,4%**
- Le consegne internazionali (da/verso l'Italia) crescono del **3,9%**

(\*) - I dati a seguito di possibili riclassifiche operate dalle imprese (o nel numero delle aziende rappresentate) potrebbero non essere direttamente confrontabili con quanto eventualmente indicato in precedenza. I risultati consolidati non mutano ovviamente la sostanza dei trend illustrati nella presente e nelle successive slide relative al settore. Si segnala inoltre che i dati consolidati non comprendono, tra le informazioni di base, quelle relative alle attività svolte da Amazon

## 3.2 Servizi postali e corrieri espresso: trend storico dei ricavi (milioni di €)



- Nel complesso, le risorse del comparto crescono del **7,8%** nell'intero periodo considerato (settembre 2015- settembre 2019)

### Servizi postali:

- i ricavi dei servizi postali inclusi nel Servizio Universale (SU) si riducono del **18,9%**, mentre crescono del **14,3%** quelli non inclusi

### Corrieri espresso:

- aumentano del **21,3%** le risorse economiche dei corrieri espresso

- Nell'ultimo trimestre, le risorse del settore, crescono dell'**1,5%** rispetto al 2018 e del **9,6%** rispetto al terzo trimestre 2016

### Servizi postali:

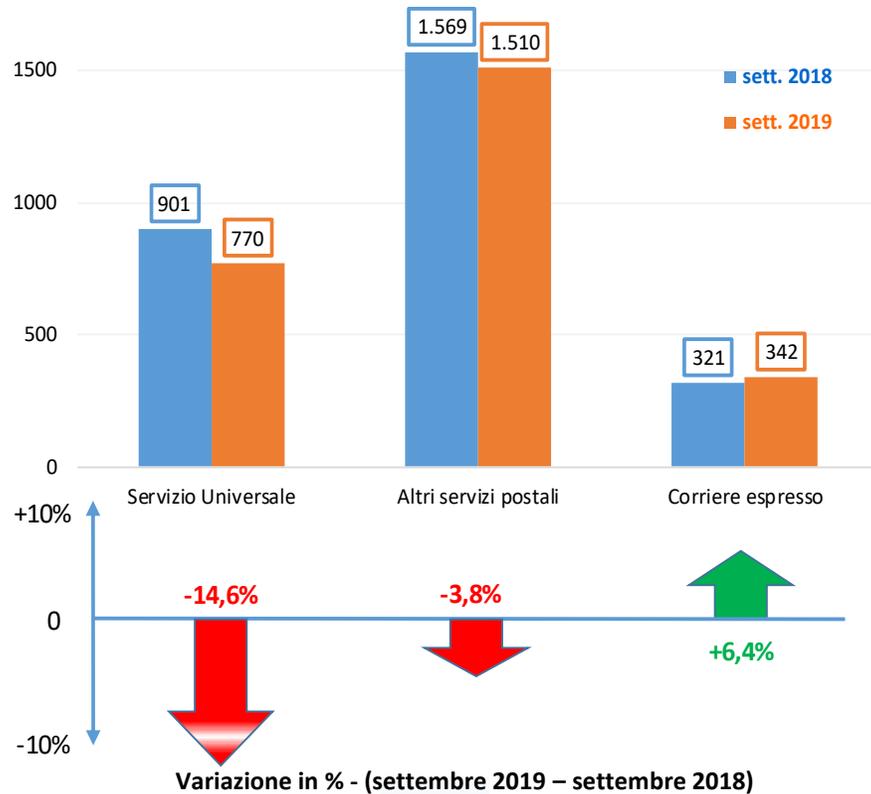
- nel periodo considerato, i ricavi si riducono dell'**8,4%**, con quelli ascrivibili ai servizi postali soggetti a SU in riduzione del **17,4%**, mentre quelli non inclusi in crescita del **9,6%**

### Corrieri espresso:

- la crescita dei ricavi trimestrali è del **23,3%** (+**7,1%** rispetto al terzo trimestre 2018)

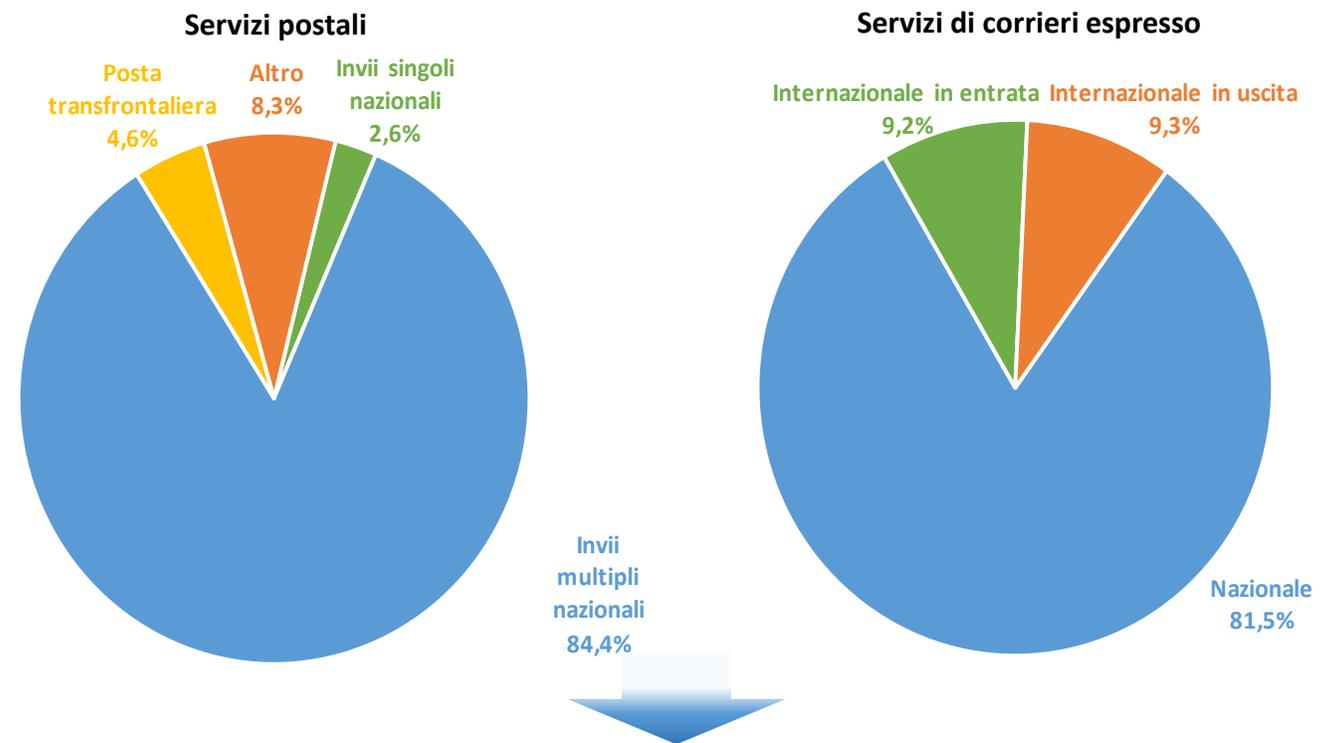
# 3.3 Servizi postali e corrieri espresso: andamento dei volumi

### Volumi da inizio anno (milioni di unità)



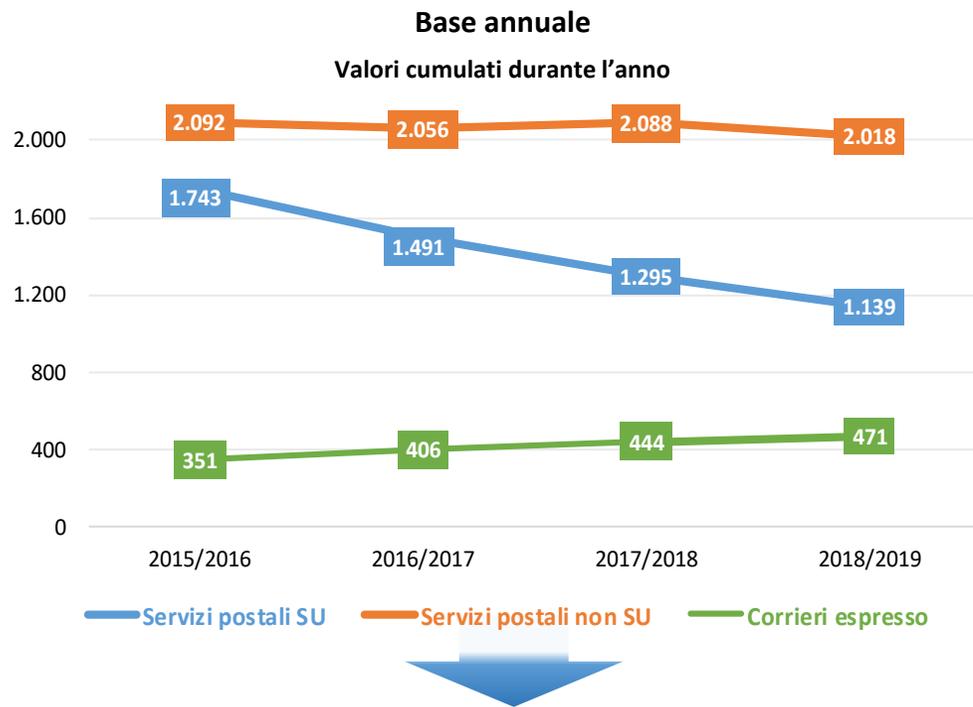
- I volumi del settore si riducono, da inizio anno, del **6,1%**
- Tale risultato è ascrivibile a una flessione dei volumi dei servizi compresi nel Servizio Universale (-14,6%) e degli altri servizi postali (-3,8%), mentre i servizi di corriere espresso mostrano un aumento del **6,4%**

### Ripartizione dei volumi (settembre 2019 in %)



- Servizi postali: gli invii multipli nazionali, rappresentati in larga parte dalla consegna delle comunicazioni relative a bollette e servizi finanziari, risultano di gran lunga la componente principale dei volumi (poco meno dell'**85%**)
- Tale categoria risulta in flessione (-7,7% su base annua), anche a causa della progressiva diffusione della gestione online di questa tipologia di servizi
- Corriere espresso: crescono (+7,1%) le attività su base nazionale (che rappresentano oltre l'**80%** del totale); l'aumento dei servizi basati sulla consegna o sulla ricezione verso/da paesi esteri è valutabile nel **+3,5%**

# 3.4 Servizi postali e corrieri espresso: trend storico dei volumi (milioni di unità)

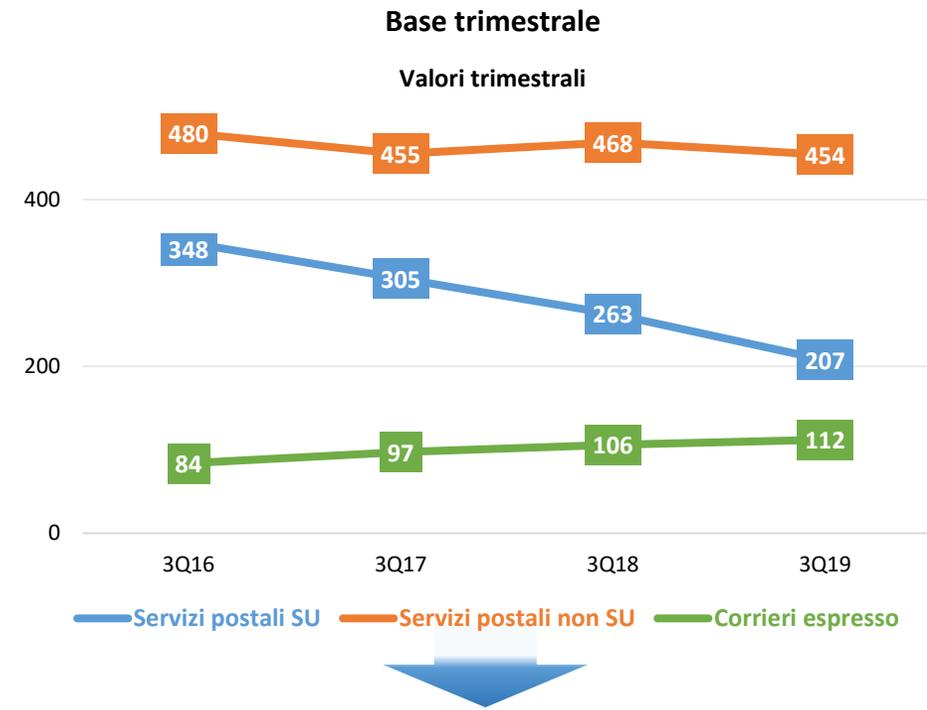


## Servizi postali:

- negli ultimi quattro anni, i volumi dei servizi postali inclusi nel SU si riducono del **34,6%** (da **1.743** milioni a **1.139** milioni di unità circa) mentre rimangono sostanzialmente stabili quelli non inclusi nel Servizio Universale (poco sopra i **2** miliardi di unità)

## Corrieri espresso:

- aumentano del **34,3%** i volumi dei corrieri espresso che passano da circa **350** a **470** milioni di pacchi movimentati durante l'anno



## Servizi postali:

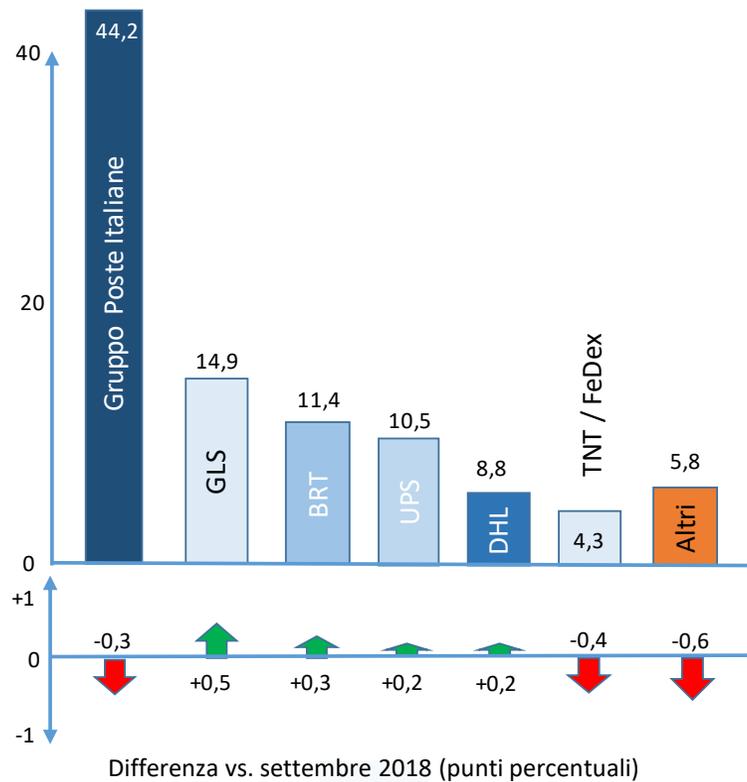
- nel periodo osservato si registra una flessione media dei volumi superiori al **20,0%**, derivante soprattutto dalla riduzione (**-40,4%**) dei servizi soggetti a SU

## Corrieri espresso:

- tra il terzo trimestre 2016 e il corrispondente trimestre del 2019, i volumi crescono del **33,9%**, e, nel terzo trimestre del 2019, i pacchi movimentati risultano pari a **112** milioni di unità (**+5,6%** rispetto al corrispondente valore del 2018)

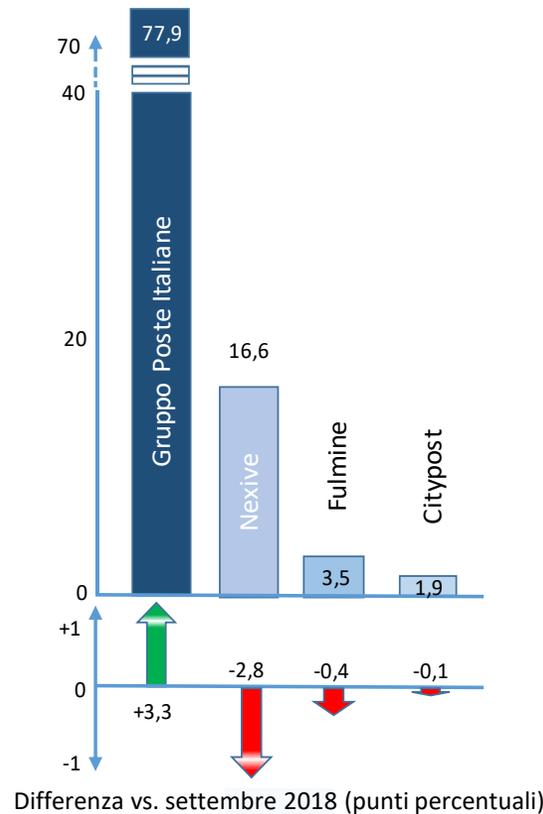
# 3.5 Servizi postali e corrieri espresso: il quadro concorrenziale(\*)

### Settore postale (comprensivo dei corrieri espresso)



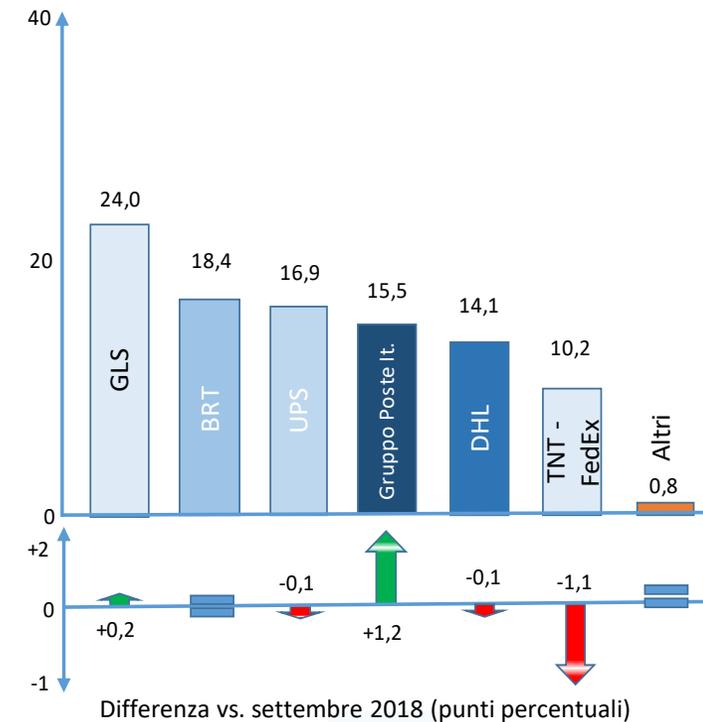
- Il gruppo Poste italiane è leader del settore con oltre il **44%**, in flessione di **0,3** p.p. rispetto allo scorso anno
- GLS, DHL, BRT, UPS e TNT-FedEx pesano congiuntamente per circa il **50%** e su base annua mostrano nel complesso un aumento di **0,8** p.p.

### Servizi postali non rientranti nel Servizio Universale



- Nella filiera dei servizi postali in concorrenza, Poste Italiane, stante la sua presenza storica, si conferma leader del segmento
- Poste Italiane detiene, infatti, il **77,9%**; segue Nexive con il **16,6%**

### Corrieri espresso

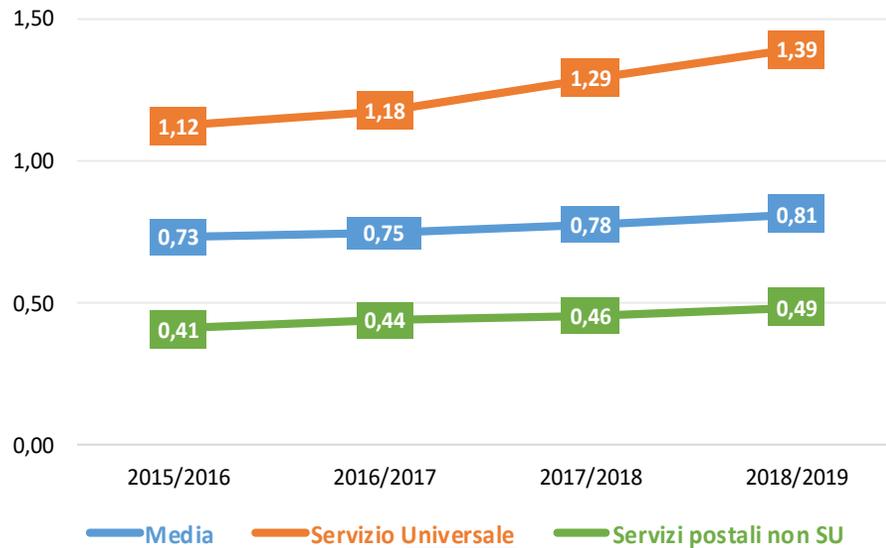


- Tra le imprese considerate, il principale soggetto è GLS (**23,8%**), seguito da BRT (al **18,2%**)
- Leggermente più staccato si trova UPS (**16,8%**)
- Il gruppo Poste Italiane (**15,4%**) supera di poco DHL (**14%**)

(\*) - A seguito di riclassifiche operate da alcune imprese, i dati esposti non sono omogenei (e quindi non direttamente confrontabili) con quanto in precedenza indicato relativamente al primo semestre del 2019 (Osservatorio n.3/2019)

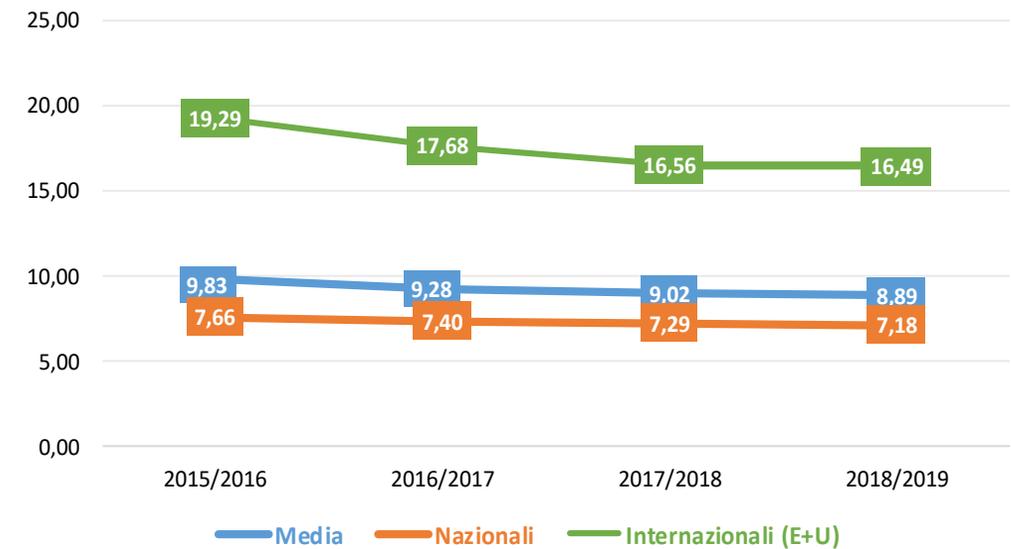
# 3.6 Servizi postali e corrieri espresso: trend storico dei ricavi unitari (in €)

### Servizi postali (\*)



- I ricavi unitari sono cresciuti nel periodo considerato del **10,8%** e risultano, nell'ultimo anno, in media pari a **0,81€**
- I ricavi unitari relativi ai servizi che rientrano nel SU sono superiori alla media (**1,39€**)
- Relativamente agli altri servizi postali, i ricavi unitari (**0,49 €**) risultano inferiori a quelli medi di settore, seppure in crescita del **18,5%** nel periodo osservato

### Corriere espresso(\*)

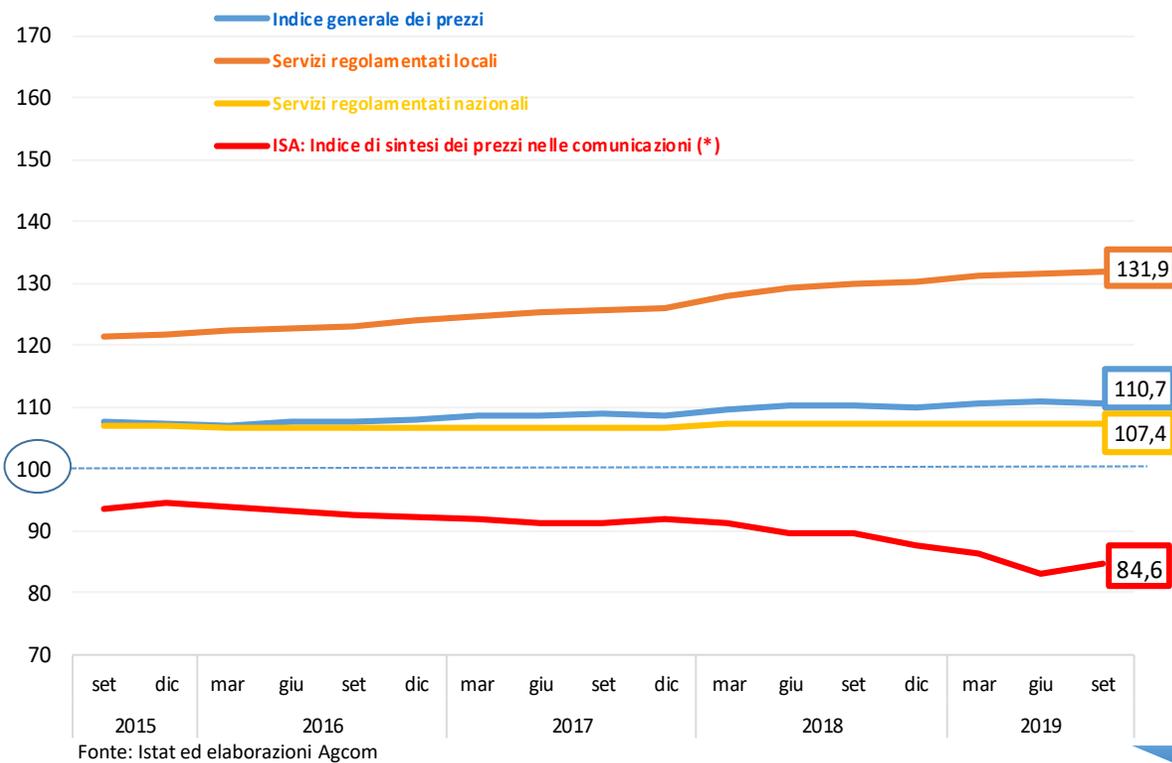


- I ricavi unitari si sono ridotti dal 2015 del **9,6%** e per gli ultimi dodici mesi, in media, risultano pari a **8,89€**
- Gli introiti unitari relativi alle consegne sul territorio nazionale sono pari a **7,2€**, in riduzione del **6,2%** sull'intero periodo considerato
- I ricavi unitari relativi ai pacchi internazionali registrano una consistente riduzione (da **19,29€** nel 2015/2016 a **16,49€** nel 2018/2019) pari al **14,5%**
- Si rileva una consistente differenziazione tra il valore dei ricavi medi unitari della movimentazione dei pacchi provenienti dall'estero (**6,94€**) e quello dei ricavi «in uscita» (circa **26,06€**)

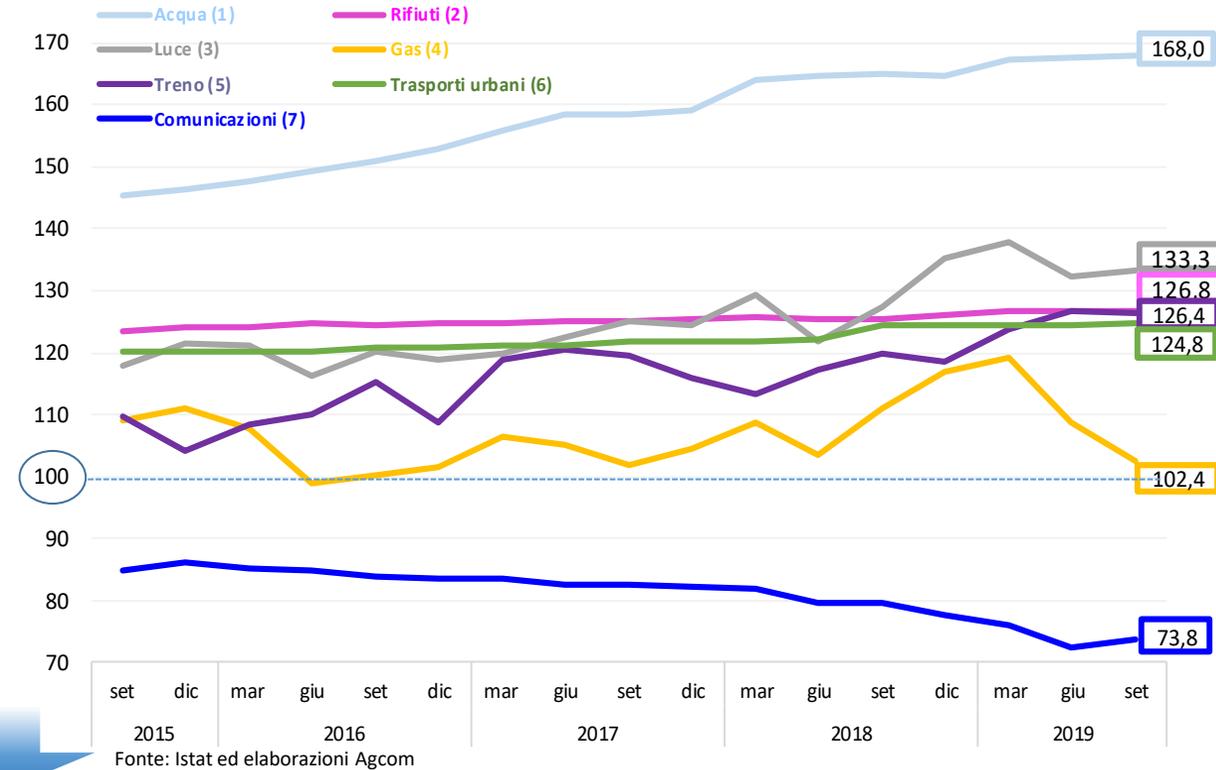
(\*) - Valori calcolati su base annuale relativamente agli ultimi 12 mesi solari di riferimento. Ad esempio i valori dell'anno «2018/2019» sono relativi ai valori cumulati dei trimestri 4T18-1T19-2T19-3T19

# 4.1 Prezzi: indici generali e principali utilities (2010=100)

### Indici prezzi generali



### Indici prezzi utilities

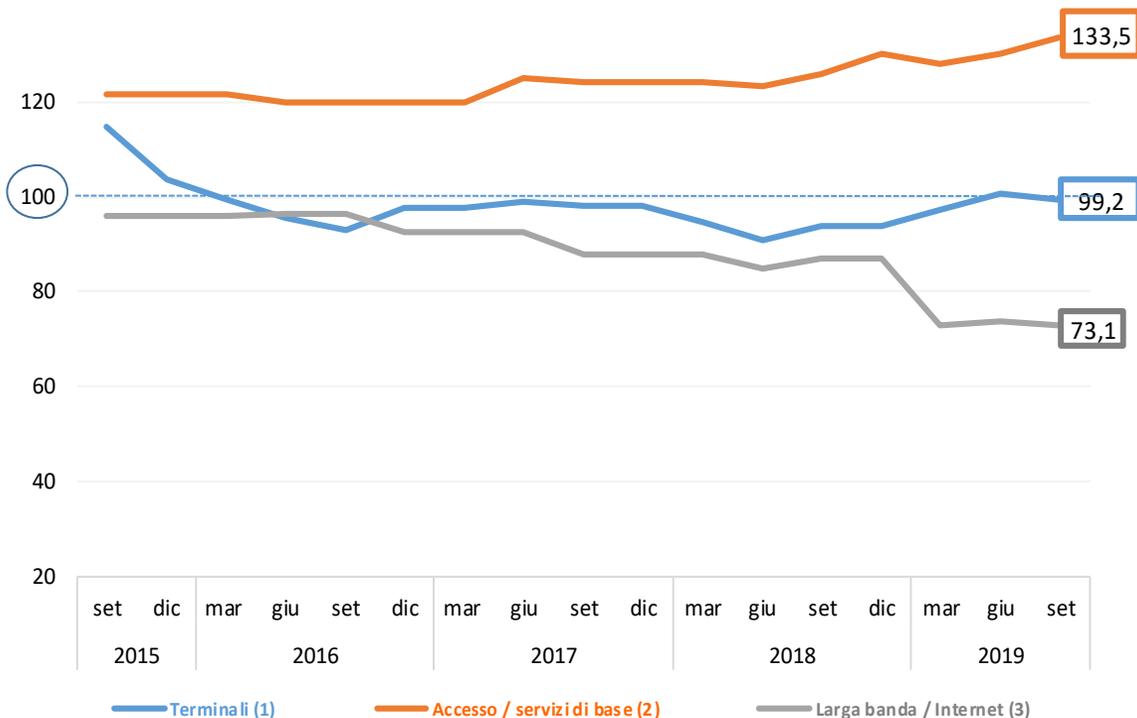


- Nel periodo considerato (3T2015-3T2019), l'ISA (Indice Sintetico Agcom)<sup>(\*)</sup>, l'indice dei prezzi dell'insieme dei prodotti e servizi di comunicazione, mostra una flessione del **9,6%** (-5,5% su base annua)
- I prezzi dei servizi regolamentati su base nazionale mostrano una dinamica lievemente inferiore rispetto a quella generale dei prezzi (**107,4 vs 110,7**)
- Al contrario, i prezzi dei servizi regolati a livello locale evidenziano un andamento significativamente superiore a quello medio (**131,9**)
- Tra le diverse utilities considerate, i servizi di comunicazione nel loro complesso sono gli unici a presentare un livello dei prezzi inferiore a quello del 2010

(\*) - Sono inclusi 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.

# 4.2 Prezzi: telefonia fissa e mobile (2010=100)

### Indici prezzi telefonia fissa

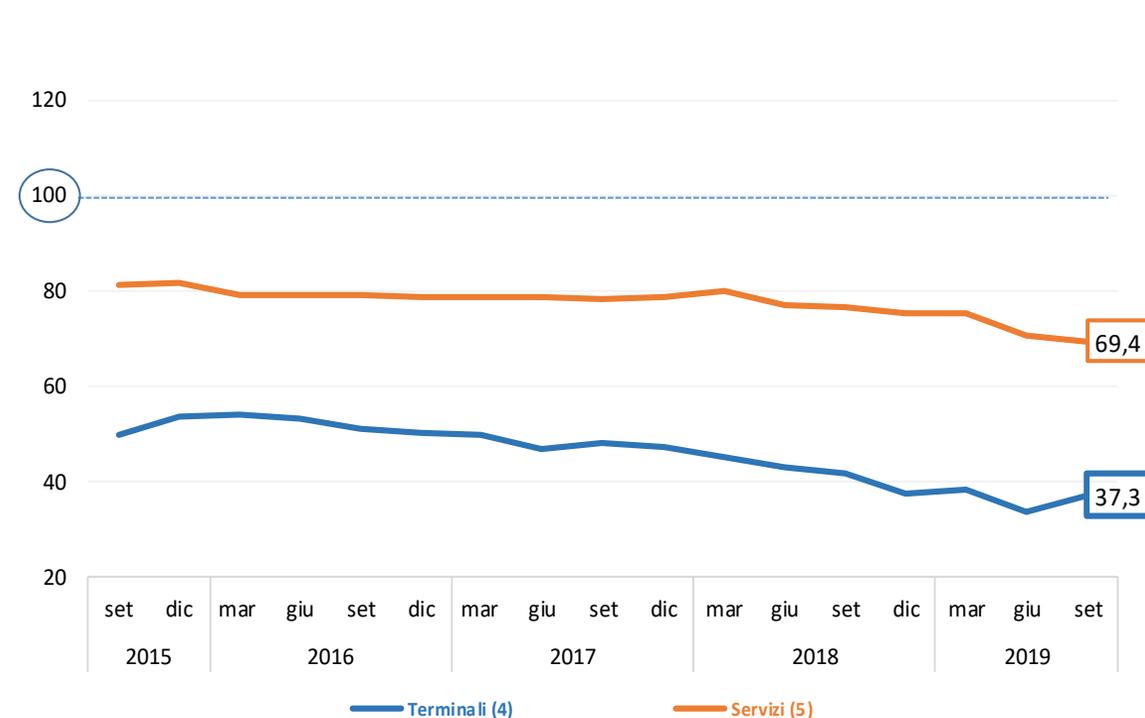


Fonte: Istat ed elaborazioni Agcom

Codici Istat servizi considerati:  
 (1) 08 20 10  
 (2) 08 30 10  
 (3) 08 30 30

- I prezzi dei servizi broadband risultano notevolmente inferiori a quelli di settembre 2015 e mostrano una decisa flessione anche su base annua (-15,8%)
- Risulta in crescita l'indice dei prezzi dei servizi di base e dell'accesso

### Indici prezzi telefonia mobile



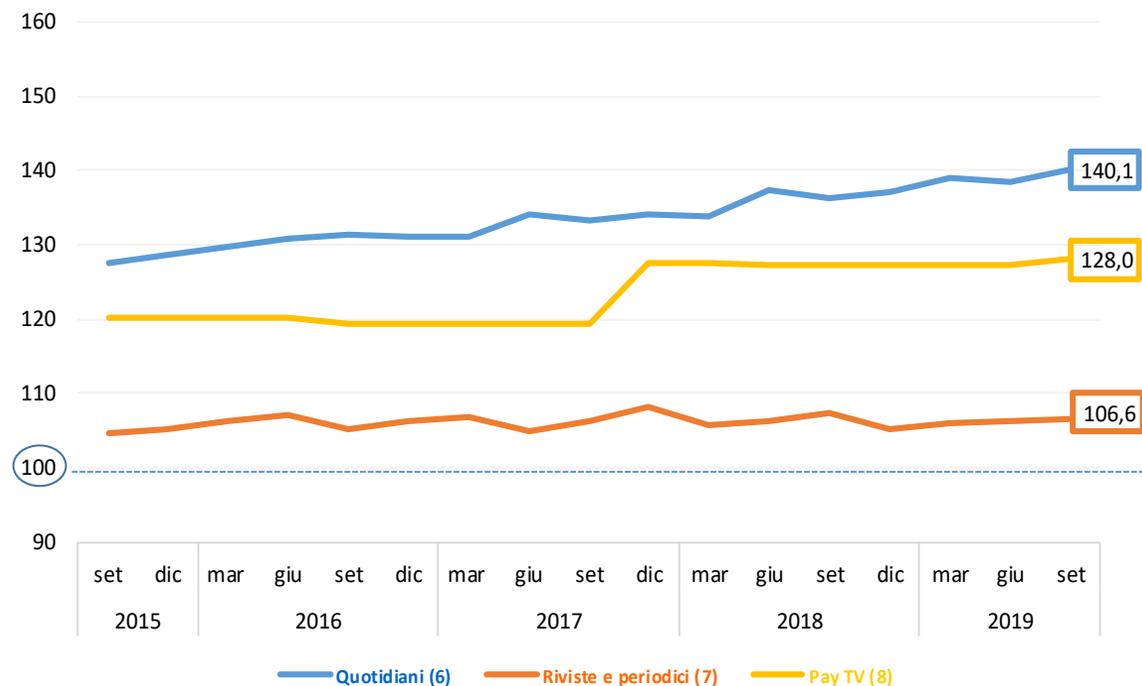
Fonte: Istat ed elaborazioni Agcom

Codici Istat servizi considerati:  
 (4) 08 20 20  
 (5) 08 30 20

- Su base annua i prezzi dei servizi mobili rilevati da Istat mostrano una riduzione (-9,5%) più moderata di quella registrata sull'intero periodo considerato (-14,7%)
- Analogo trend si registra per i prezzi dei terminali: una riduzione sull'intero periodo considerato (-24,9%), superiore a quella su base annua (-10,3%), anche se nell'ultimo trimestre è possibile notare una inversione di tendenza

# 4.3 Prezzi: quotidiani, periodici, TV e servizi postali (2010=100)

### Indici prezzi quotidiani, periodici e TV

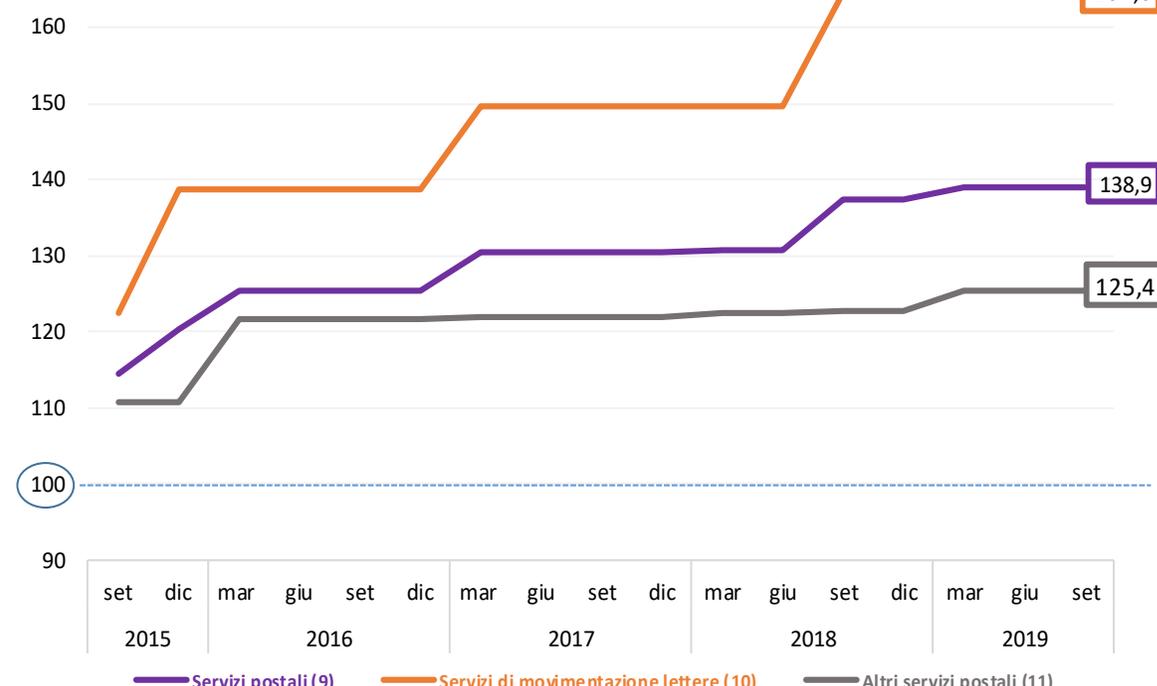


Fonte: Istat ed elaborazioni Agcom

Codici Istat servizi/prodotti considerati:  
 (6) 09 52 10  
 (7) 09 52 20  
 (8) 09 42 30

- In tutto il periodo considerato, si osserva un aumento dell'indice dei prezzi dell'editoria quotidiana pari al **9,8%**, assai più contenuto è quello dell'editoria periodica (**+1,8%**)
- Su base annuale, la crescita dell'indice dei prezzi è pari al **2,8%** per i quotidiani, allo **0,5%** per la pay tv, mentre i periodici segnano un lieve arretramento (**-0,7%**)

### Indici prezzi servizi postali



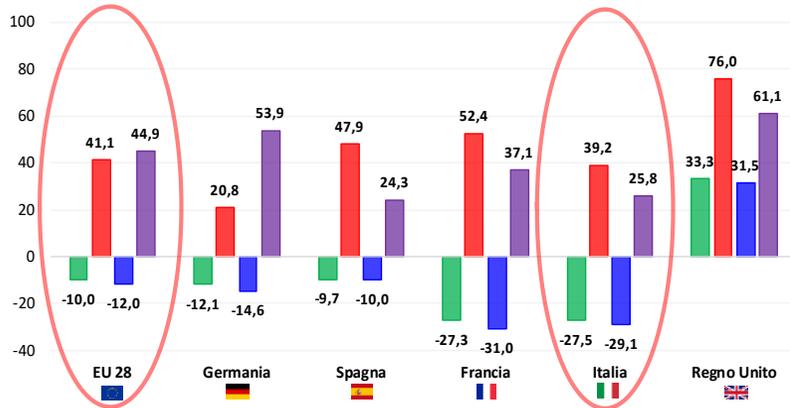
Fonte: Istat ed elaborazioni Agcom

Codici Istat servizi/prodotti considerati:  
 (9) 08 10 00  
 (10) 08.1.0.1.0.00  
 (11) 08.1.0.9.0.00

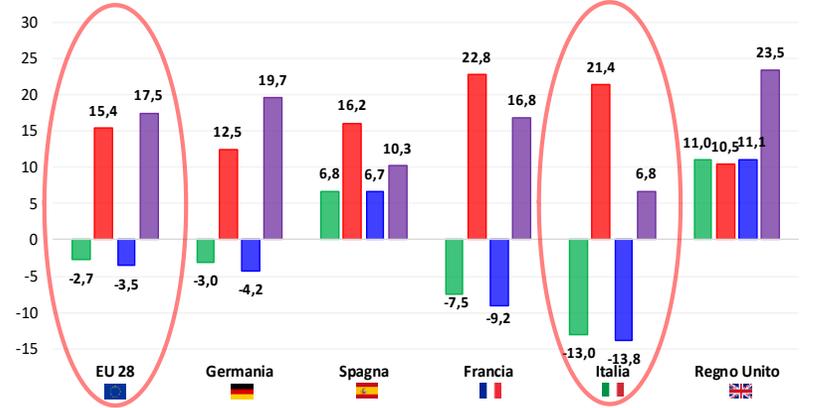
- Nel periodo considerato, il settore postale ha visto aumentare i prezzi del **21,4%**; tale crescita appare in rallentamento nell'ultimo periodo (**1,2%** su base annua)
- Con riferimento ai servizi di movimentazione delle lettere, è possibile riscontrare un consistente aumento dei prezzi, mentre per gli «altri servizi postali» (che includono i servizi di corriere espresso) gli aumenti risultano assai più contenuti



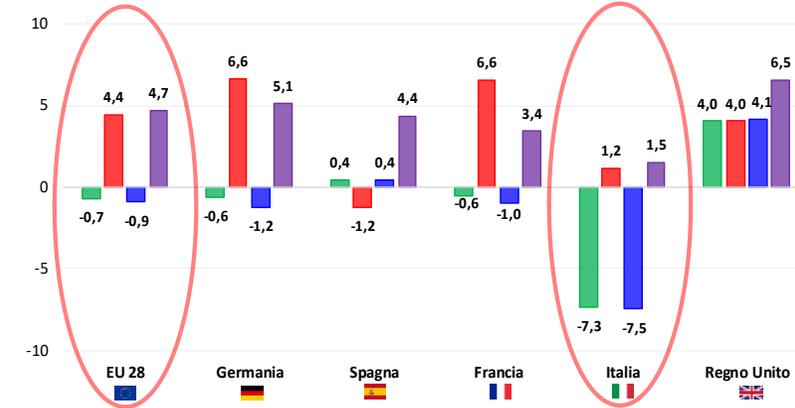
Variazione dei prezzi tra settembre 2009 e settembre 2019 (%)



Variazione dei prezzi tra settembre 2015 e settembre 2019 (%)



Variazione dei prezzi tra settembre 2018 e settembre 2019 (%)



Comunicazioni    Servizi postali    TLC - servizi e apparati    Quotidiani e periodici

Fonte: elaborazioni Agcom su dati Eurostat



- Secondo i dati Eurostat, sia negli ultimi 10 anni (-27,5% vs -10,0%), sia nel medio periodo (-13,0% vs -2,7%), sia, infine, nell'ultimo anno (-7,3% vs -0,7%), i prezzi relativi alle comunicazioni nel loro complesso si riducono in Italia in misura superiore alla media europea
- Per i prezzi di terminali e servizi di telecomunicazione, si osserva per l'Italia una riduzione, negli ultimi dieci anni, superiore a quella media europea: -29,1% vs -12,0%
- L'editoria, quotidiana e periodica, mostra in Italia un incremento più contenuto rispetto alla media europea, sia con riferimento all'intero periodo (+25,8% vs +44,9%), sia nel medio periodo (6,8% vs 17,5%), sia, infine, su base annua (+1,5% vs +4,7%)
- Relativamente ai servizi postali, sul lungo e medio periodo la dinamica di crescita dei prezzi in Italia risulta superiore a quella media europea, mentre su base annua è inferiore (+1,2% vs 4,4%)



AUTORITÀ PER LE  
GARANZIE NELLE  
COMUNICAZIONI

**Servizio Economico Statistico**

[ses@agcom.it](mailto:ses@agcom.it)

**Roma**

**Via Isonzo 21/b - 00198**

**Napoli**

**Centro Direzionale Isola B5 - 80143**