



AUTORITÀ PER LE
GARANZIE NELLE
COMUNICAZIONI

OSSERVATORIO SULLE COMUNICAZIONI

N. 2/2022



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 medio giornaliero (download + upload) (1/2)
- 1.5 Traffico dati in download e upload (2/2)

Rete mobile

- 1.6 Linee complessive
- 1.7 Sim human per tipologia di clientela
- 1.8 Sim human per tipologia di contratto
- 1.9 Traffico dati medio giornaliero (download + upload) (1/2)
- 1.10 Traffico dati in download e upload (2/2)
- 1.11 Portabilità del numero

02 MEDIA E PIATTAFORME

Televisione (DVB-T e SAT)

- 2.1 Ascolti complessivi delle emittenti nazionali
- 2.2 Share dei principali gruppi televisivi
- 2.3 Ascolti complessivi dei principali TG nazionali
- 2.4 Ascolti dei principali tg nazionali nel giorno medio da inizio anno

Editoria quotidiana

- 2.5 Copie giornaliere vendute da inizio anno (1/2)
- 2.6 Copie giornaliere vendute da inizio anno (2/2)
- 2.7 Vendite complessive e distribuzione per principali gruppi editoriali

Piattaforme

- 2.8 Utenti unici dei siti/app dei principali operatori
- 2.9 Utenti unici dei siti/app di informazione generalista
- 2.10 Utenti unici dei siti/app di e-commerce
- 2.11 Utenti unici dei siti/app di video on demand a pagamento
- 2.12 Tempo speso sui siti/app di servizi video on demand a pagamento

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 dalla *Direzione studi ricerche e statistiche* dell'Autorità.

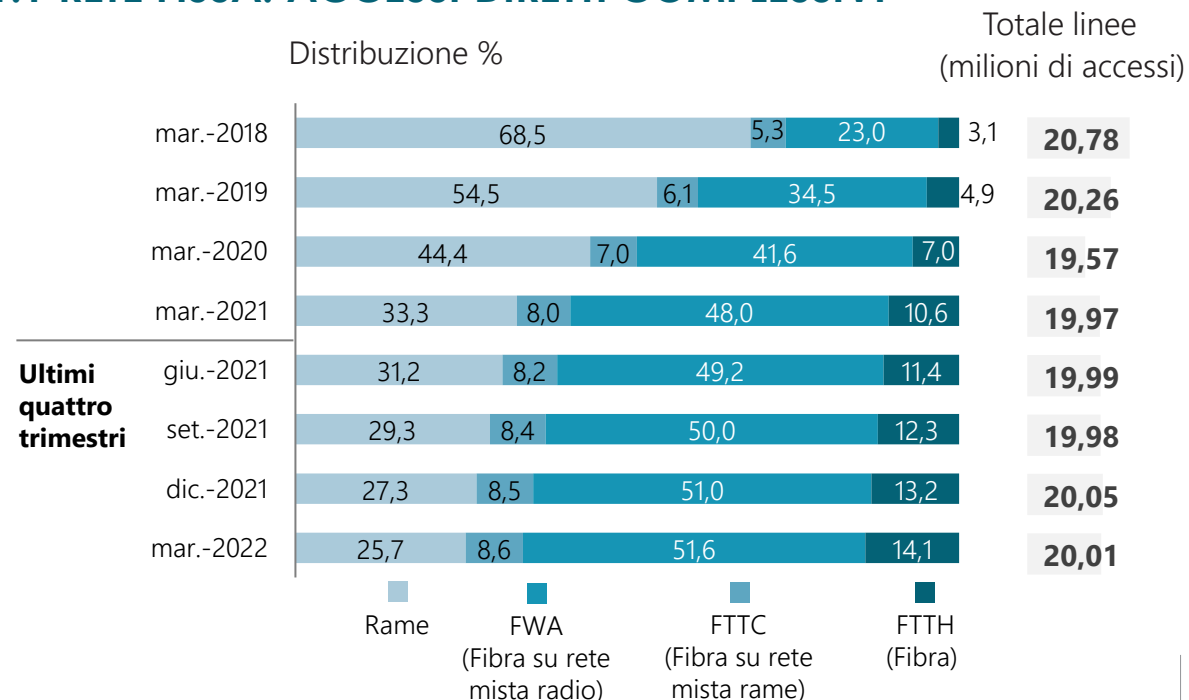
I valori riportati nelle sezioni 1 e 3 dell'Osservatorio, sono stime basate su informazioni fornite dalle principali imprese presenti nei mercati delle comunicazioni elettroniche e dei servizi di corrispondenza e di consegna pacchi. Con riguardo alla sezione dedicata ai media e alle piattaforme (sezione 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 marzo 2022. 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



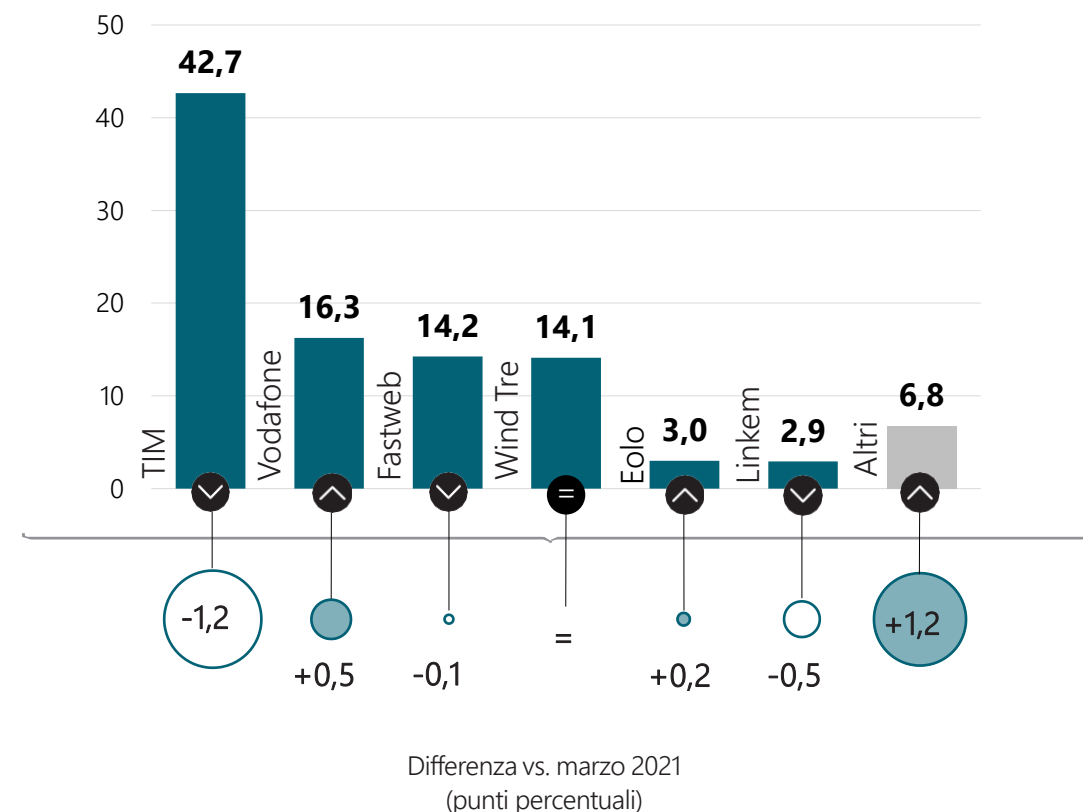
Nota: Sono compresi gli accessi fisici TIM, Full ULL, SLU, Vula, DSL Naked, WLR, Bitstream NGA, Fibra e FWA

Totale linee	(valori assoluti)	(Δ %)	Composizione % (Δ 2021-2022) punti percentuali
Variazione trimestrale: (Dic. 2021 – Mar. 2022)	-42 mila accessi	↓ -0,2	Rame: -7,7 ↓
Variazione annuale: (Mar. 2021 – Mar. 2022)	+34 mila accessi	↑ +0,2	FWA: +3,6 ↑
Variazione periodo: (Mar. 2018 – Mar. 2022)	-768 mila accessi	↓ -3,7	FTTC: +3,5 ↑
			FTTH: +0,5 ↑

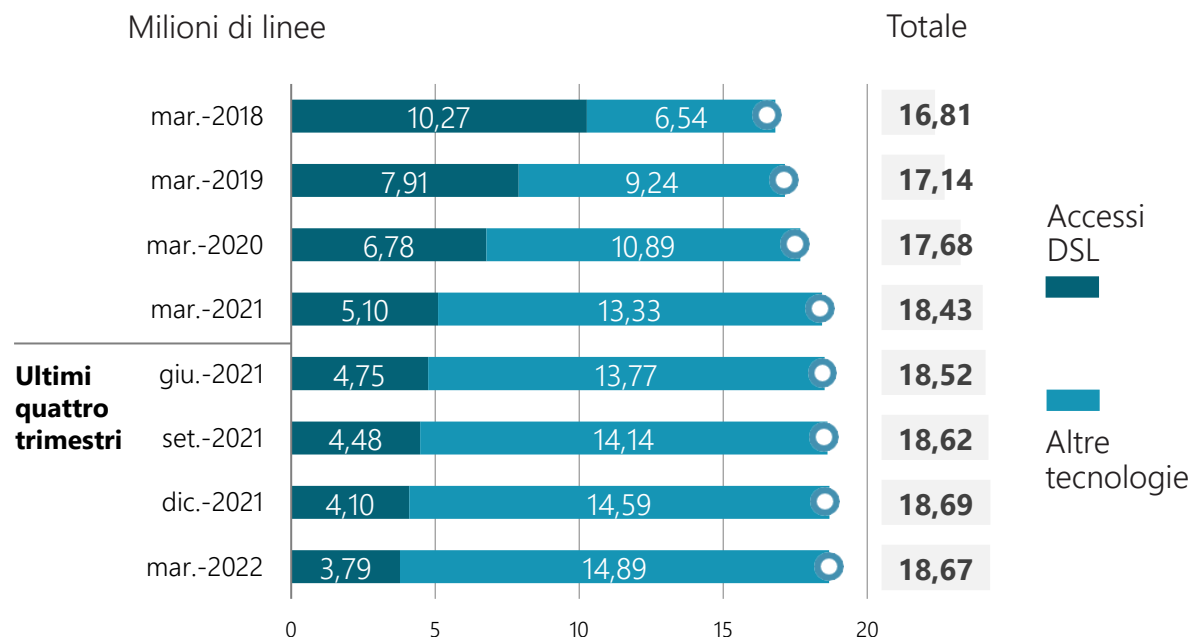
Nota: a seguito di riclassifiche effettuate dalle imprese e di affinamenti metodologici predisposti dall'Autorità nella determinazione del complessivo numero di linee su rete fissa, i valori esposti non sono confrontabili con quanto corrispondentemente illustrato nelle precedenti versioni dell'Osservatorio

QUOTE DI MERCATO (%)

MARZO 2022



1.2 RETE FISSA: ACCESSI BROADBAND E ULTRABROADBAND



Variazione trimestrale
(Dic. 2021 – Mar. 2022)

Totale linee

-14 mila
accessi
(-0,1%)

Variazione annuale
(Mar. 2021 – Mar. 2022)

Totale linee

+244 mila
accessi
(+1,3 %)

Accessi
DSL

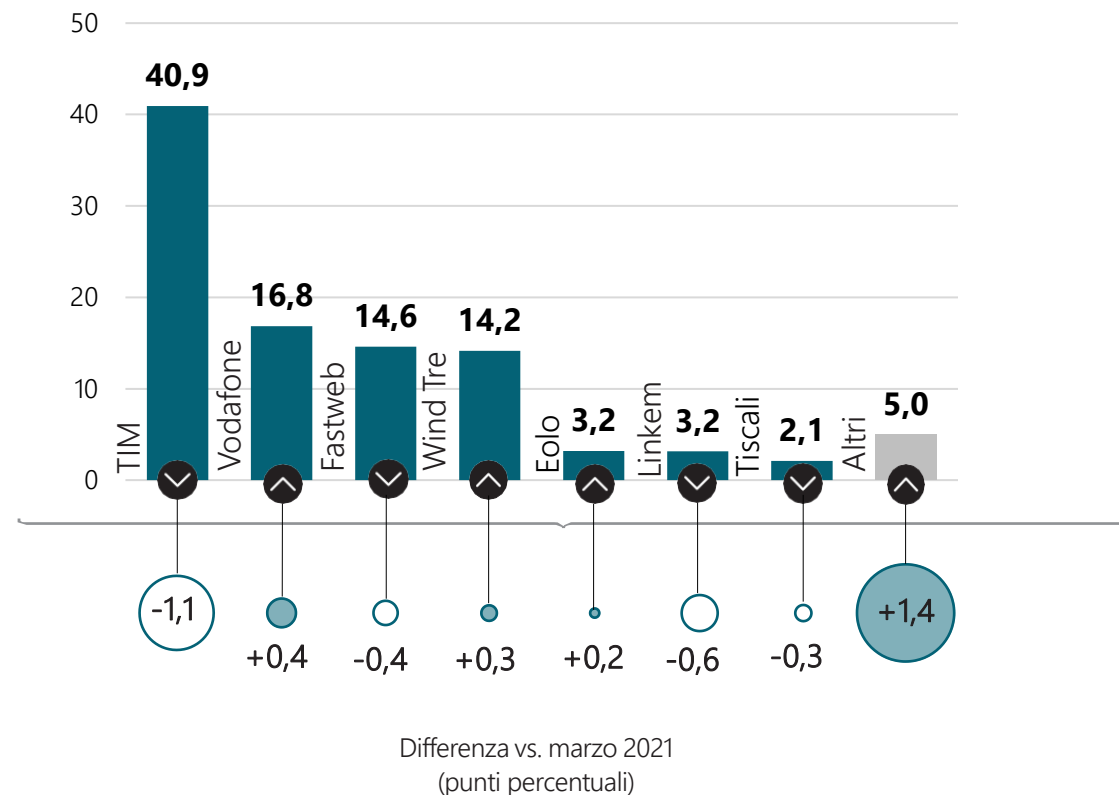
-1.315 mila
accessi
(-25,8%)

Altre
tecnologie

+1.558 mila
accessi
(+11,7%)

QUOTE DI MERCATO (%)

MARZO 2022



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

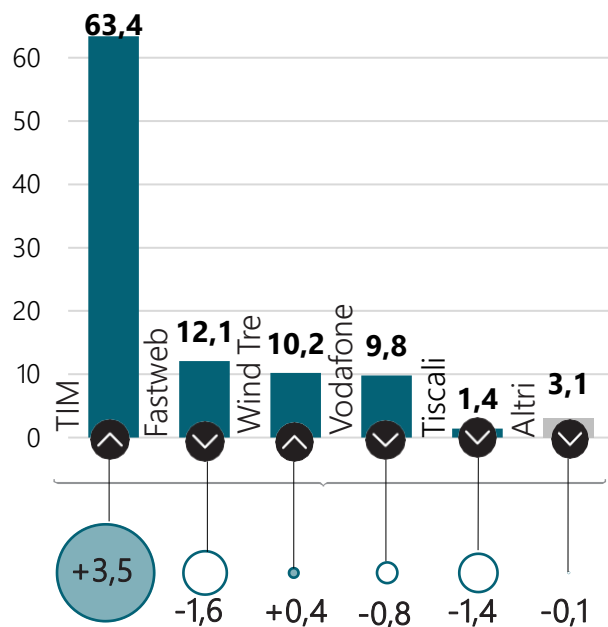
MARZO 2022

DSL

Totale linee: **3,79** milioni di accessi

Variazione
Mar. 2021 – Mar. 2022

-25,8% ↓

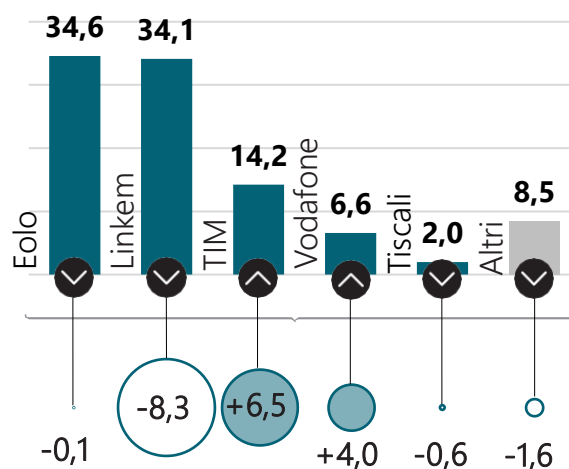


FWA

Totale linee: **1,72** milioni di accessi

Variazione
Mar. 2021 – Mar. 2022

+7,0% ↑

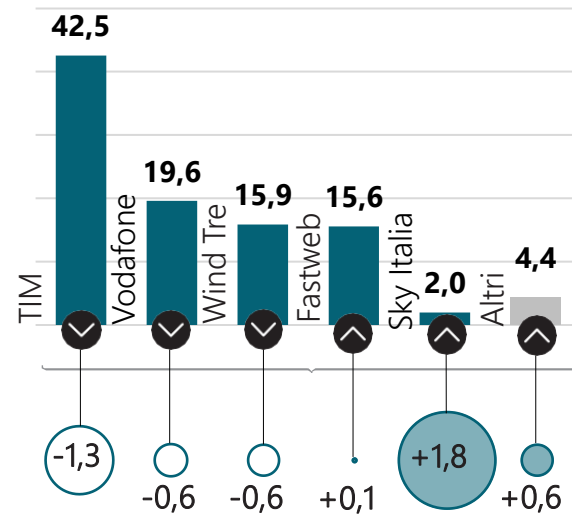


FTTC

Totale linee: **10,33** milioni di accessi

Variazione
Mar. 2021 – Mar. 2022

+7,7% ↑

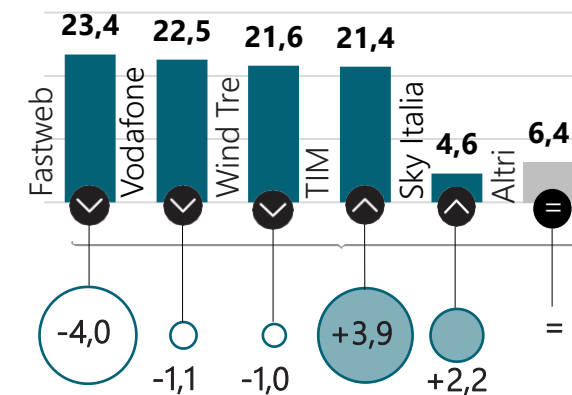


FTTH

Totale linee: **2,82** milioni di accessi

Variazione
Mar. 2021 – Mar. 2022

+33,3% ↑



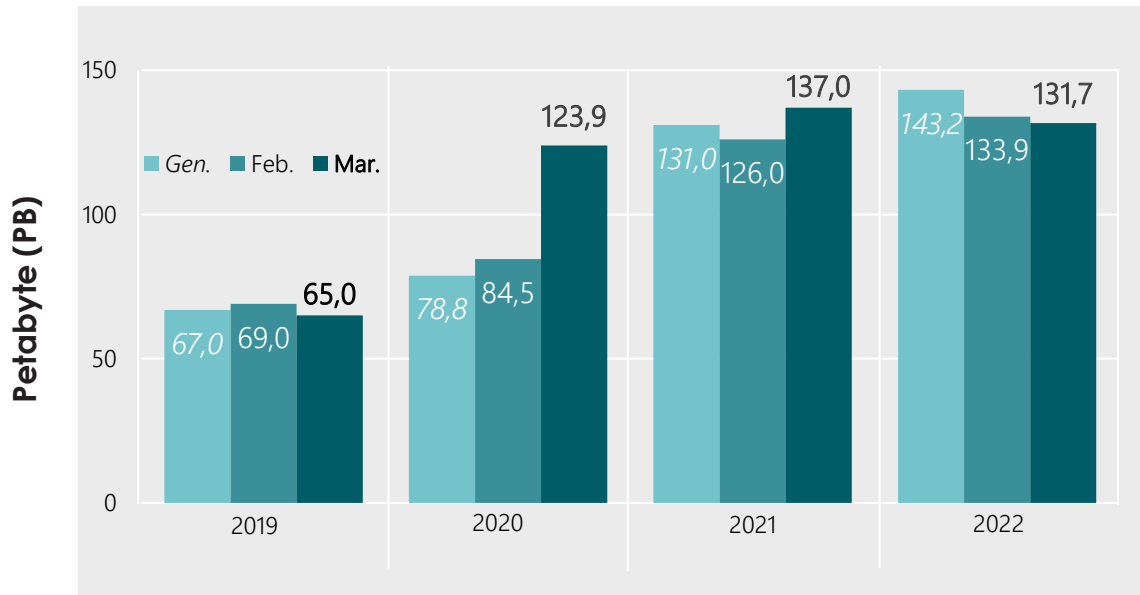
Differenza vs. marzo 2021
(punti percentuali)

Nota: elaborazioni sulla base dei dati forniti dalle imprese nell'ambito della predisposizione della reportistica europea. Sono escluse dall'analisi alcune migliaia di linee allocate dalle imprese nelle categorie «Other non NGA» e «Other NGA»

1.4 RETE FISSA: TRAFFICO DATI MEDIO GIORNALIERO (download + upload) (1/2)



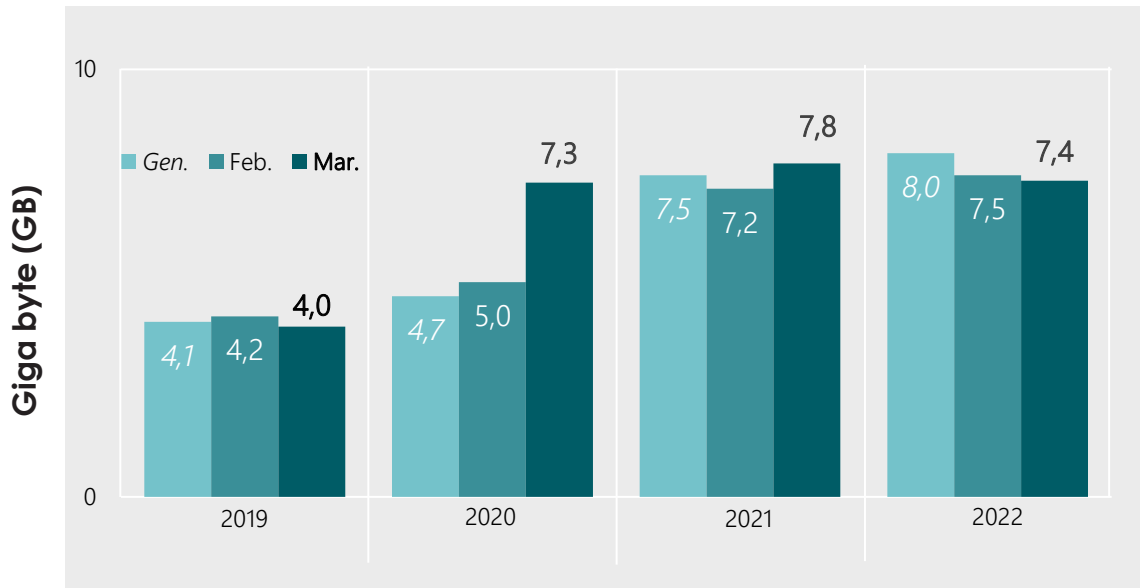
COMPLESSIVO



2 Confronto valori mensili (variazioni %)

	2019/2020	Annuale 2020/2021	2021/2022	Di periodo 2019/2022
Gennaio	+17,7	+66,2	+9,3	+113,8
Febbraio	+22,4	+49,1	+6,2	+94,0
Marzo	+90,5	+10,6	-3,9	+102,5

PER LINEA BROADBAND



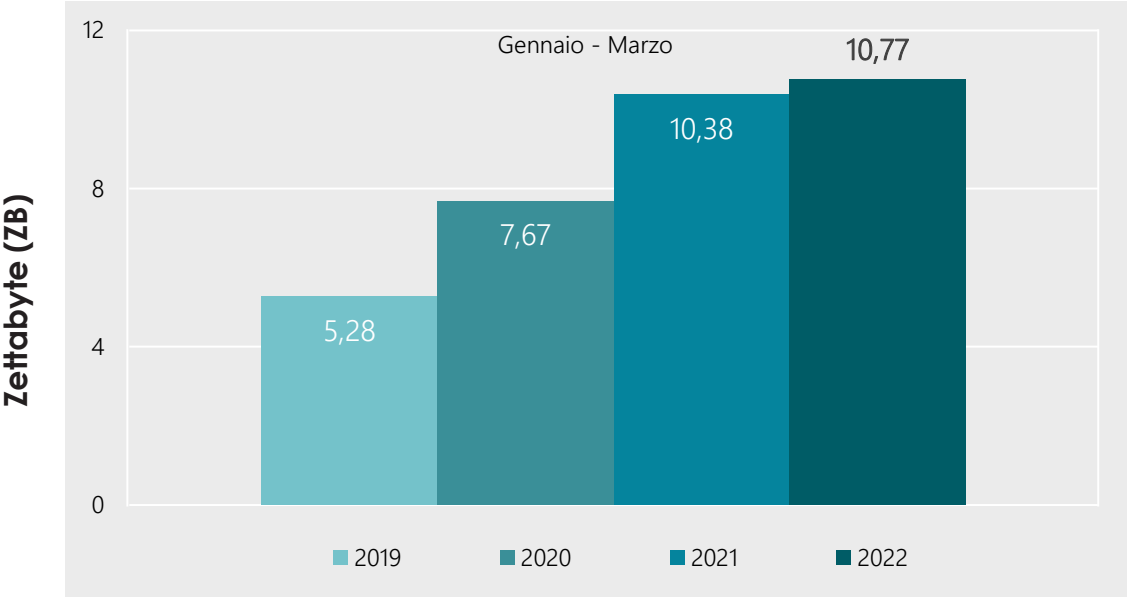
2 Confronto valori mensili (variazioni %)

	2019/2020	Annuale 2020/2021	2021/2022	Di periodo 2019/2022
Gennaio	+14,5	+60,4	+6,8	+96,3
Febbraio	+18,9	+43,5	+4,4	+78,1
Marzo	+84,7	+6,1	-5,1	+85,9

1.5 RETE FISSA: TRAFFICO DATI IN DOWNLOAD E UPLOAD (2/2)



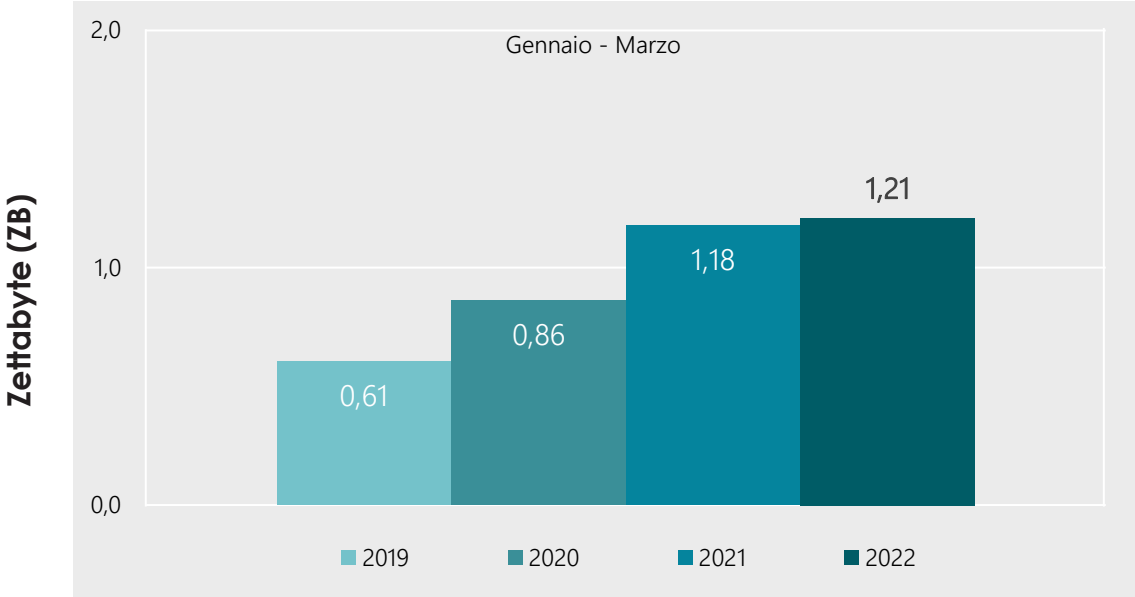
DOWNLOAD (valori cumulati trimestrali)



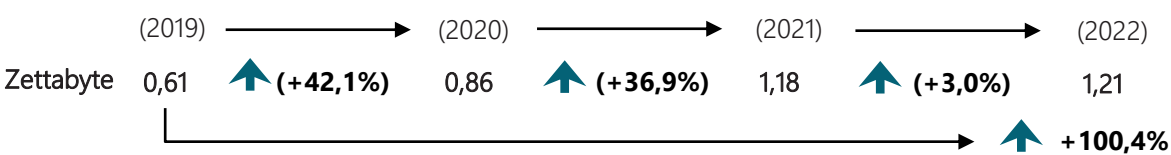
1 Valori cumulati da inizio anno (1° trimestre)



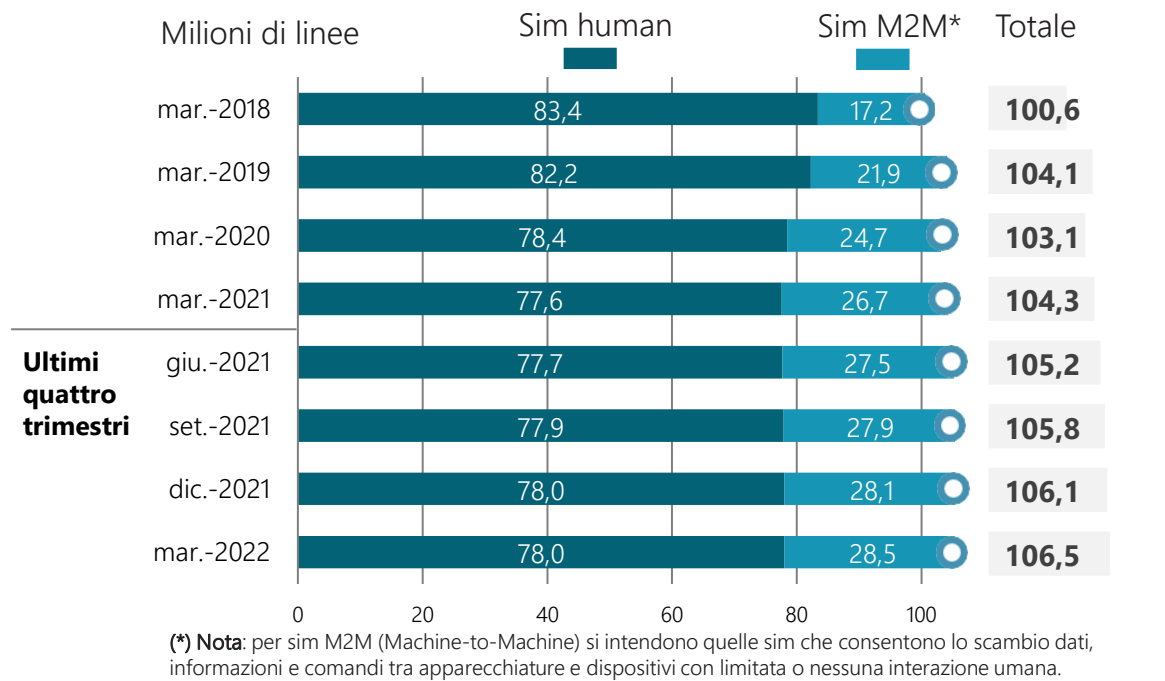
UPLOAD (valori cumulati trimestrali)



1 Valori cumulati da inizio anno (1° trimestre)



1.6 RETE MOBILE: LINEE COMPLESSIVE

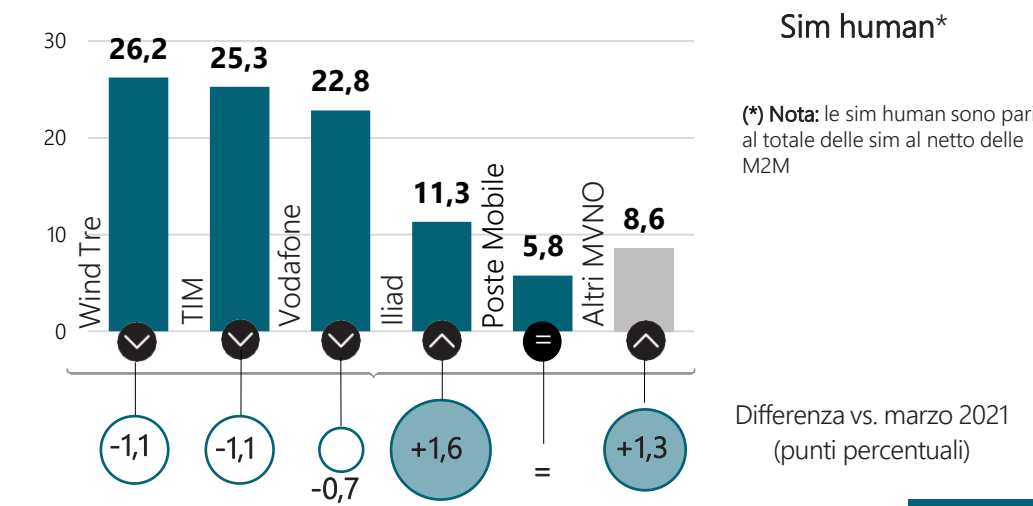
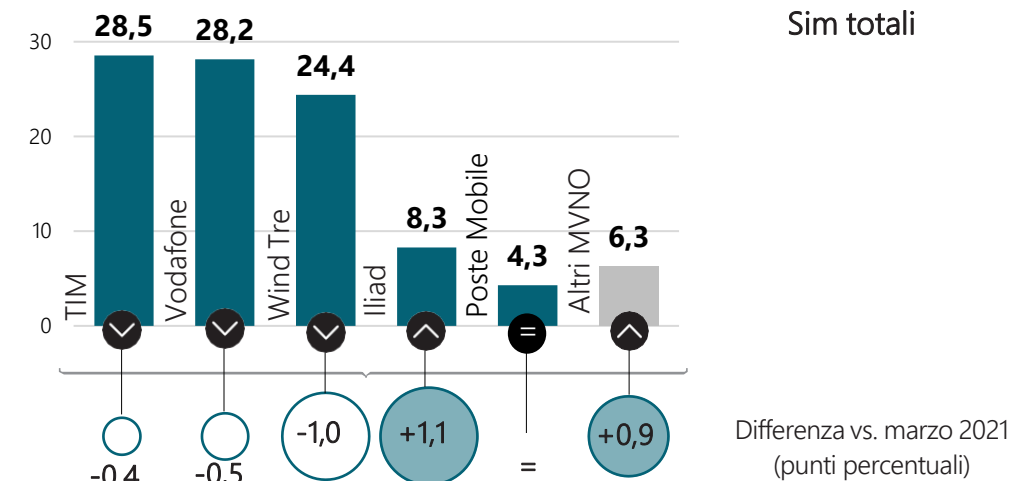


Variazione trimestrale (Dic. 2021 – Mar. 2022)				Variazione annuale (Mar. 2021 – Mar. 2022)			
(n° di sim in migliaia)		(%)		(n° di sim in migliaia)		(%)	
Totale sim:	+374		+0,4	+2.138		+2,0	
Sim human:	-3		-0,01	+409		+0,5	
Sim M2M:	+377		+1,3	+1.729		+6,5	

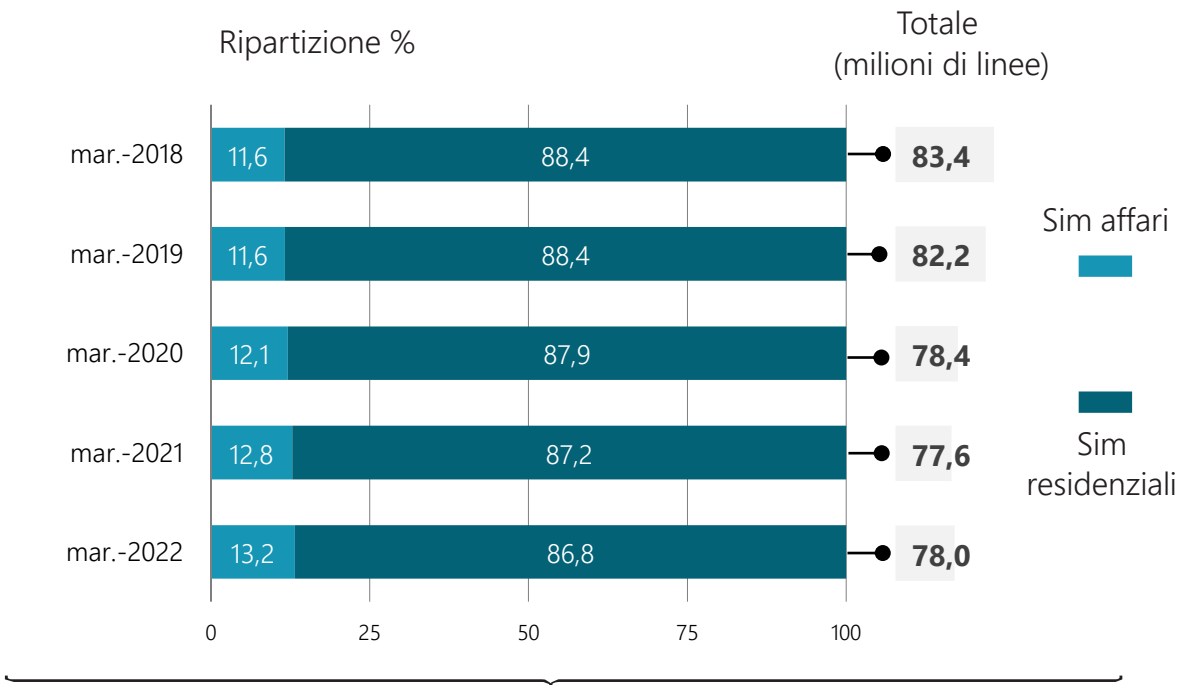
Le **sim che hanno svolto traffico dati**, a Marzo 2022, rappresentano il **72,7%** di quelle human complessive

QUOTE DI MERCATO (%)

MARZO 2022



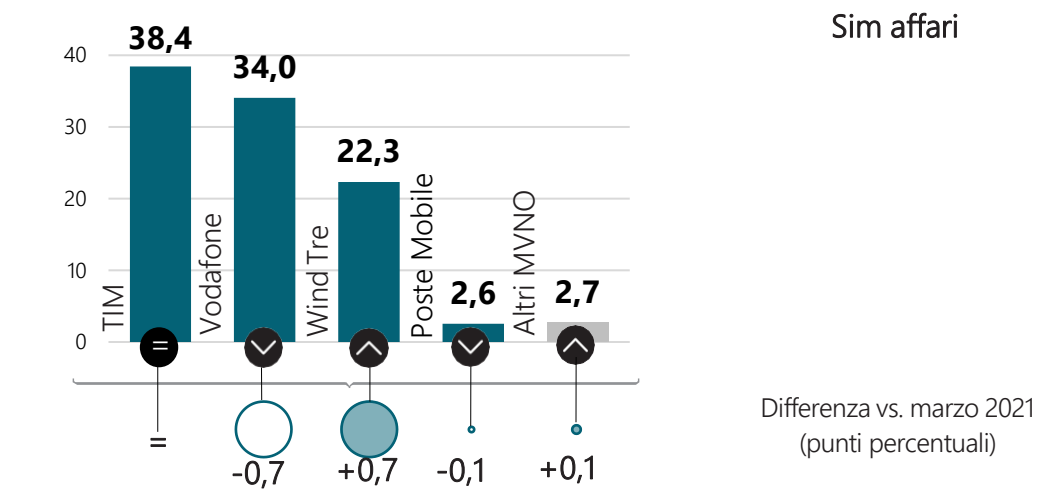
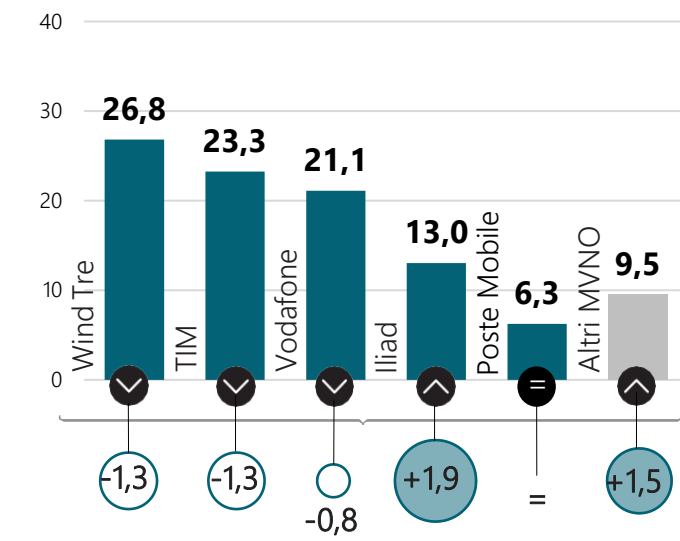
1.7 RETE MOBILE: SIM HUMAN PER TIPOLOGIA DI CLIENTELA



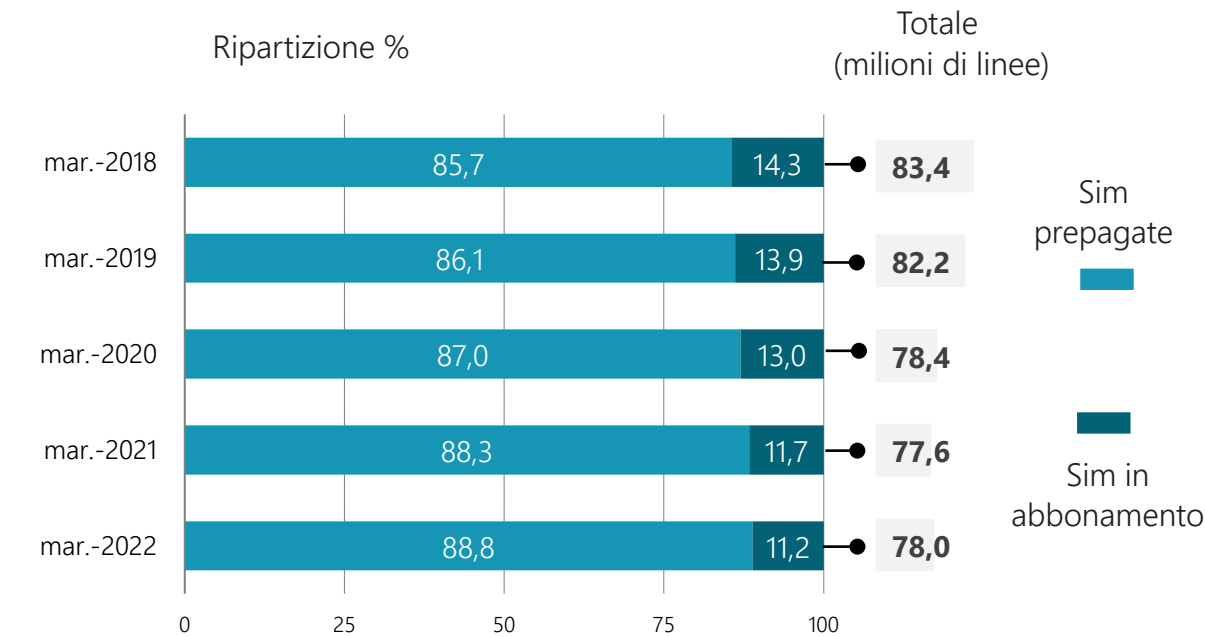
	Variazione annuale (Mar. 2021 – Mar. 2022)			Variazione di periodo (Mar. 2018 – Mar. 2022)		
	(n° di sim in migliaia)	(%)		(n° di sim in migliaia)	(%)	
Totale sim human:	+409	↑	+0,5	-5.379	↓	-6,5
Sim residenziali:	+30	↑	+0,04	-6.023	↓	-8,2
Sim affari:	+379	↑	+3,8	+644	↑	+6,7

QUOTE DI MERCATO (%)

MARZO 2022



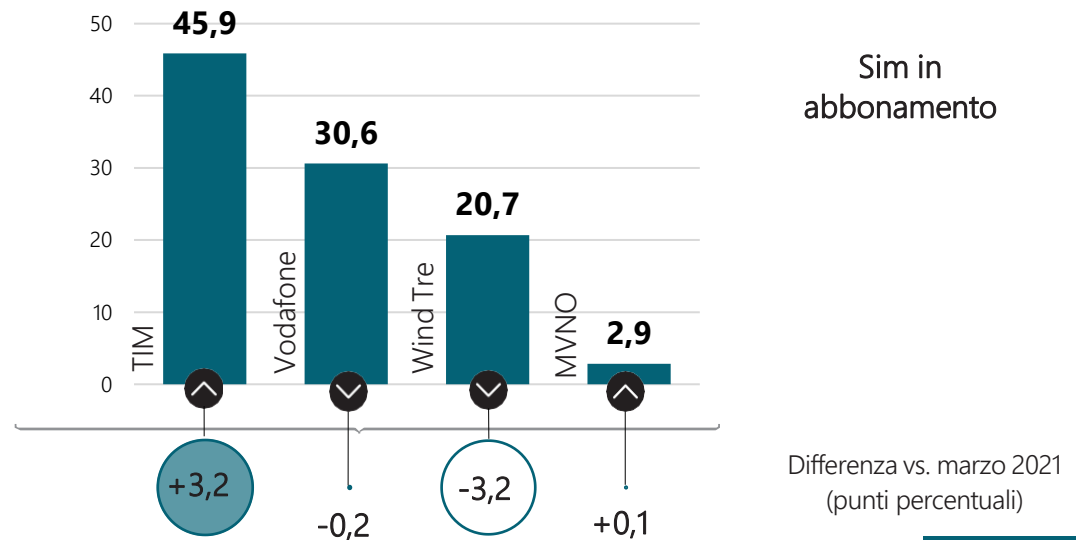
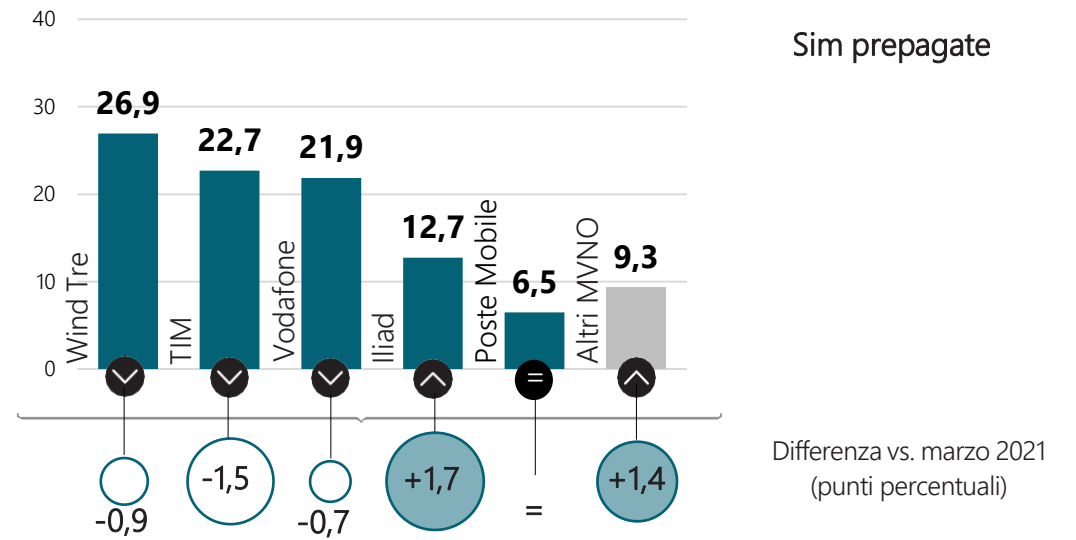
1.8 RETE MOBILE: SIM HUMAN PER TIPOLOGIA DI CONTRATTO



	Variazione annuale (Mar. 2021 – Mar. 2022)			Variazione di periodo (Mar. 2018 – Mar. 2022)		
	(n° di sim in migliaia)	(%)		(n° di sim in migliaia)	(%)	
Totale sim human:	+409	↑	+0,5	-5.379	↓	-6,5
Sim prepagate:	+756	↑	+1,1	-2.126	↓	-3,0
Sim in abbonamento:	-347	↓	-3,8	-3.253	↓	-27,2

QUOTE DI MERCATO (%)

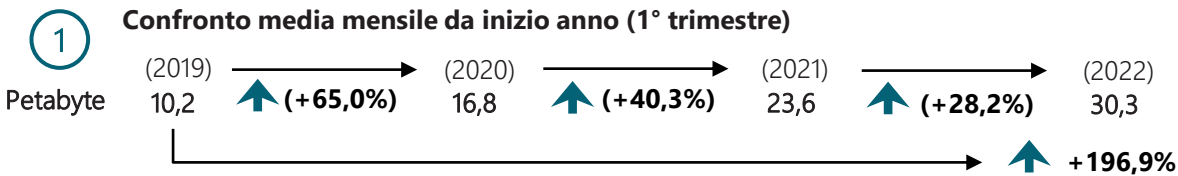
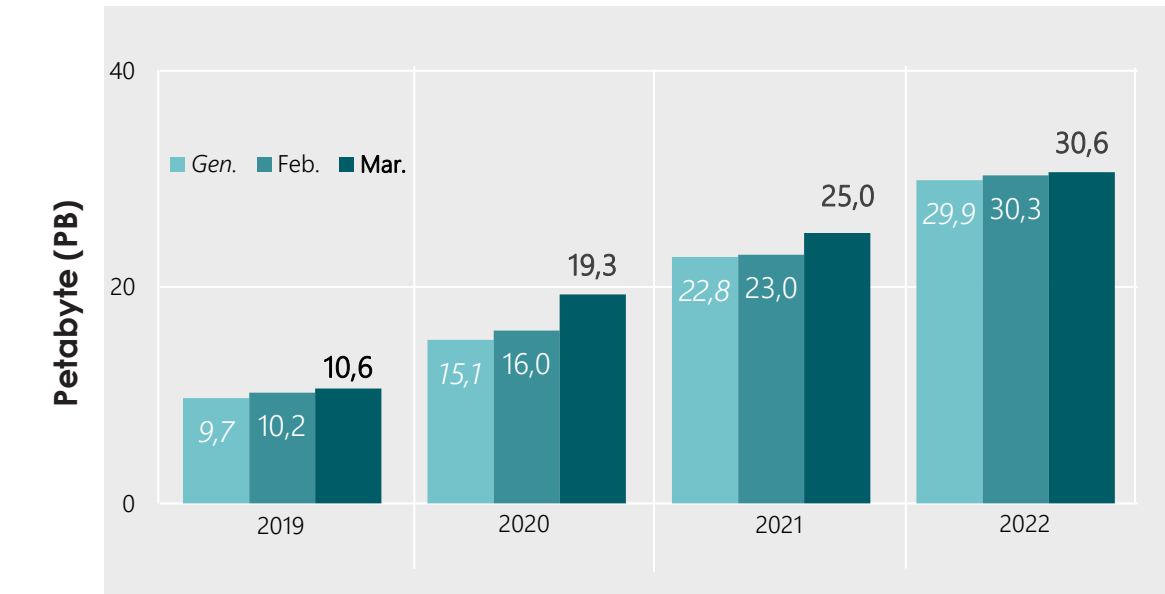
MARZO 2022



1.9 RETE MOBILE: TRAFFICO DATI MEDIO GIORNALIERO (download + upload) (1/2)



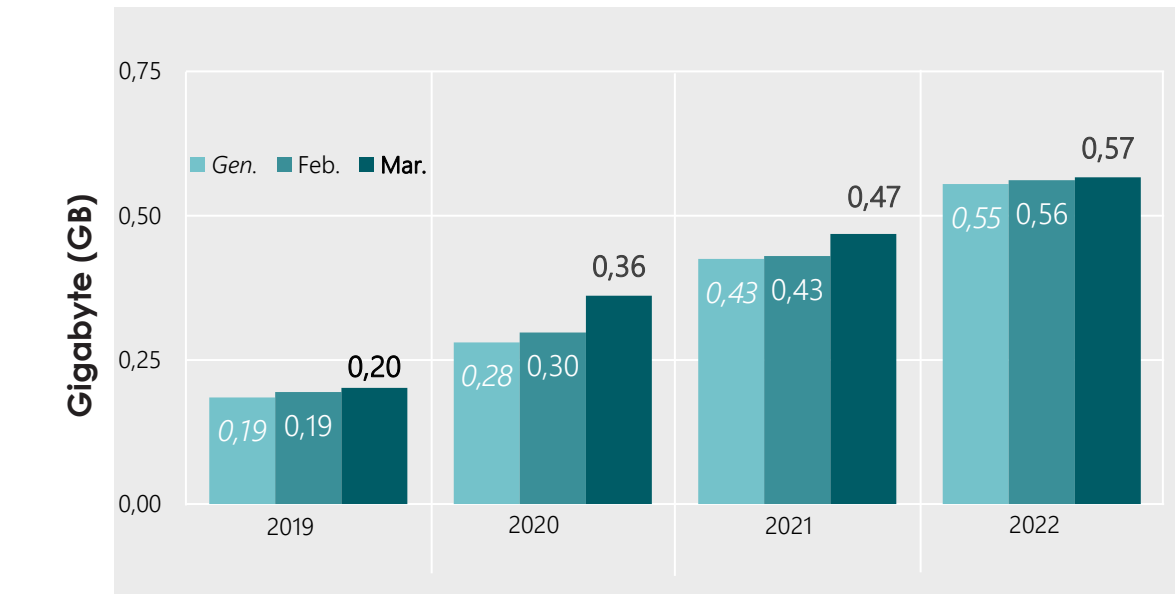
COMPLESSIVO



2 Confronto valori mensili (variazioni %)

	2019/2020	Annuale 2020/2021	2021/2022	Di periodo 2019/2022
Gennaio	+55,4	+50,6	+31,1	+206,9
Febbraio	+55,9	+44,0	+31,8	+195,9
Marzo	+82,1	+29,3	+22,6	+188,6

PER SIM CARD «Voce+dati»

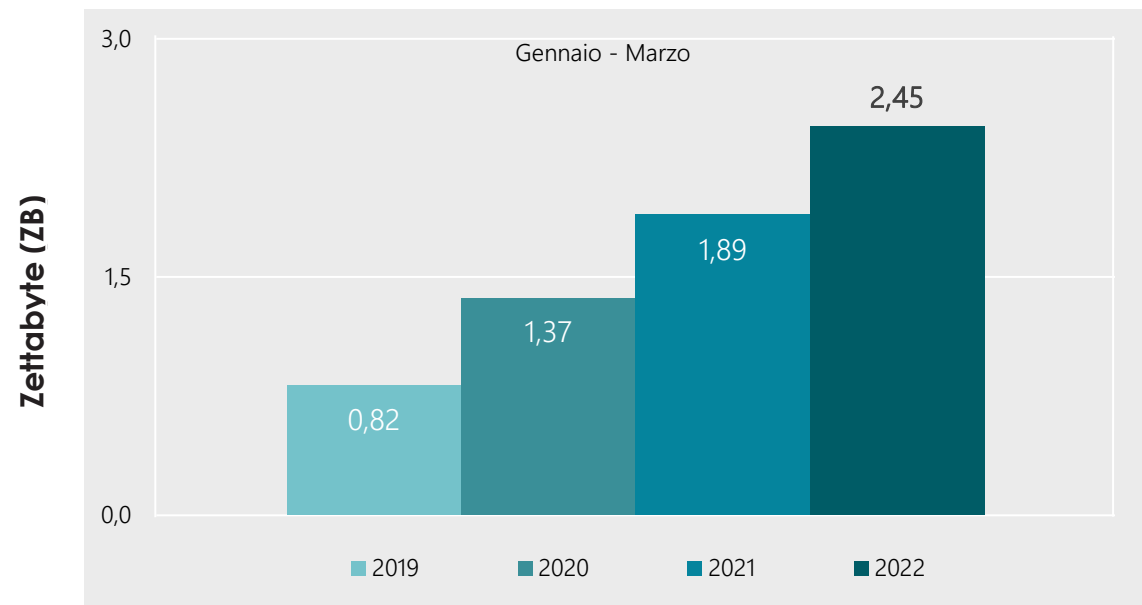


2 Confronto valori mensili (variazioni %)

	2019/2020	Annuale 2020/2021	2021/2022	Di periodo 2019/2022
Gennaio	+51,5	+51,5	+30,5	+199,7
Febbraio	+52,9	+44,5	+30,6	+188,6
Marzo	+79,5	+29,5	+21,0	+181,3

1.10 RETE MOBILE: TRAFFICO DATI IN DOWNLOAD E UPLOAD (2/2)

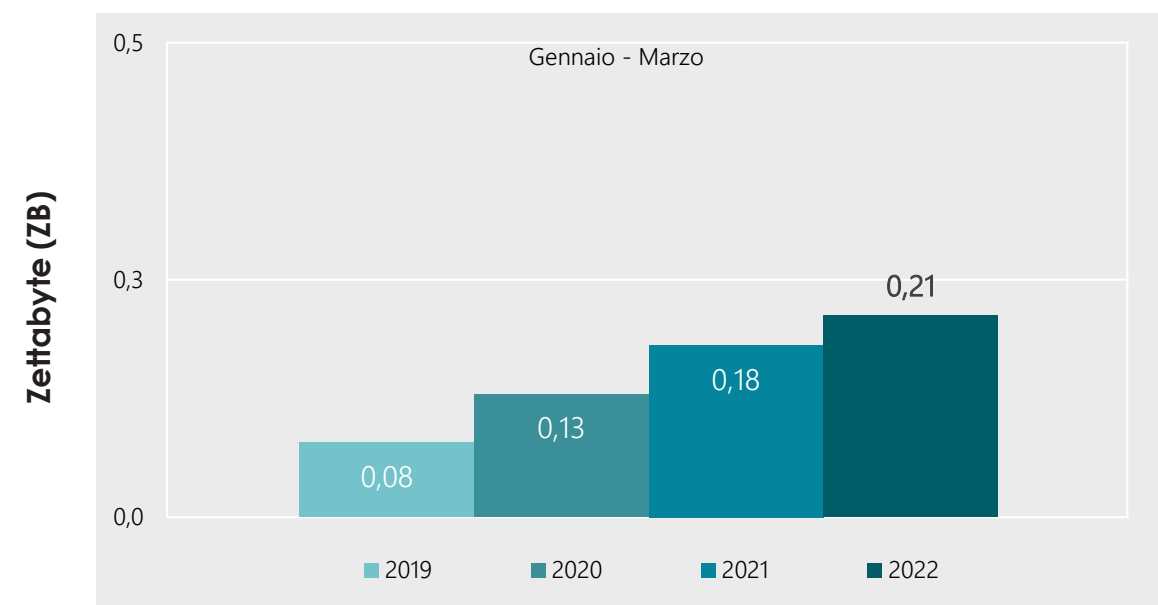
DOWNLOAD (valori cumulati)



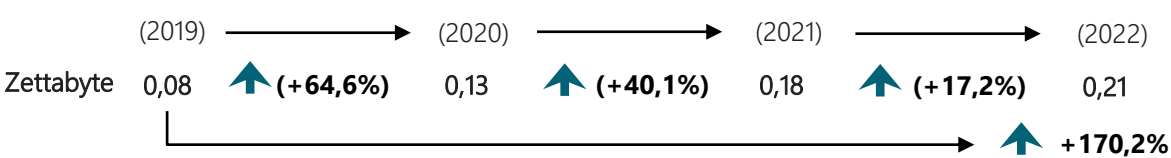
1 Valori cumulati da inizio anno (1° trimestre)



UPLOAD (valori cumulati)



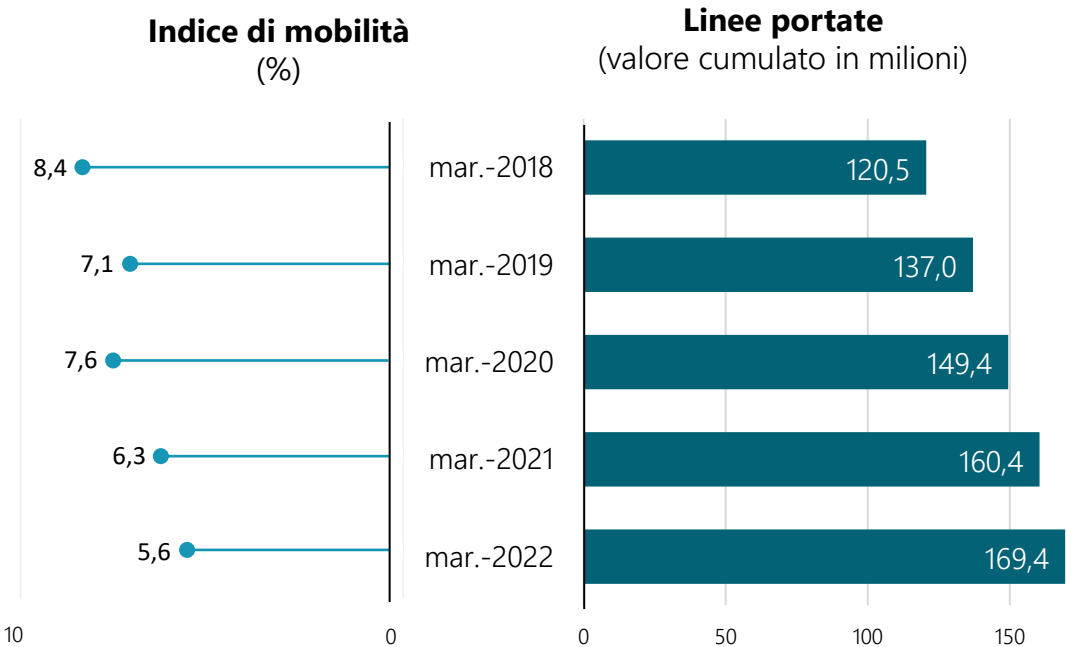
1 Valori cumulati da inizio anno (1° trimestre)



1.11 RETE MOBILE: PORTABILITÀ DEL NUMERO

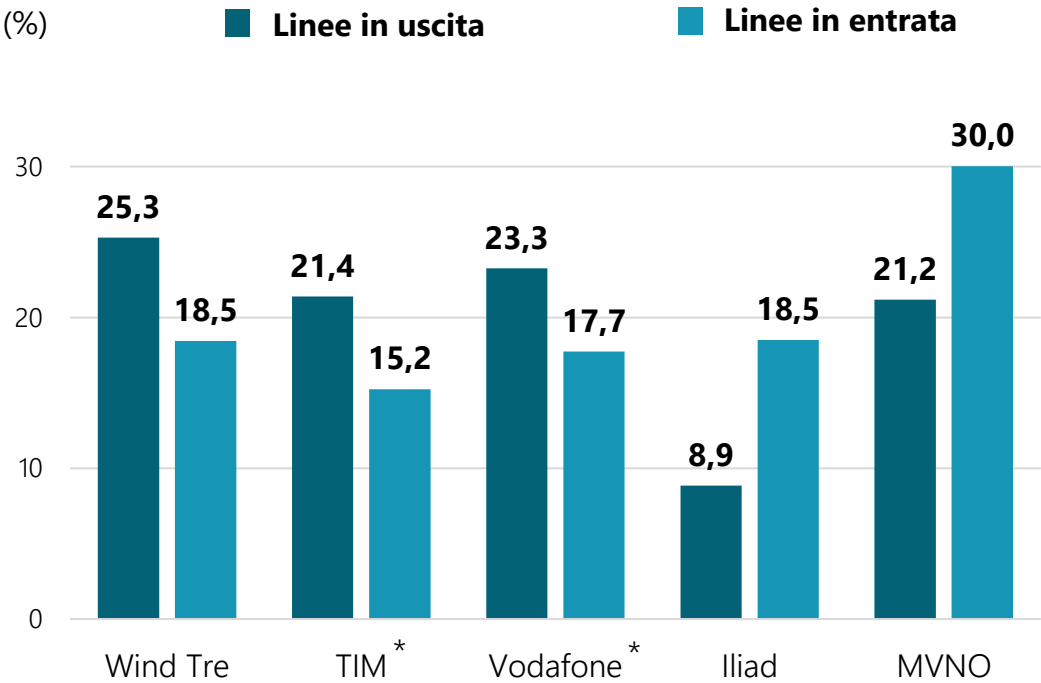


In un anno (Mar. 21 – Mar. 22), **9 mln** di operazioni di Mobile Number Portability (MNP)



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

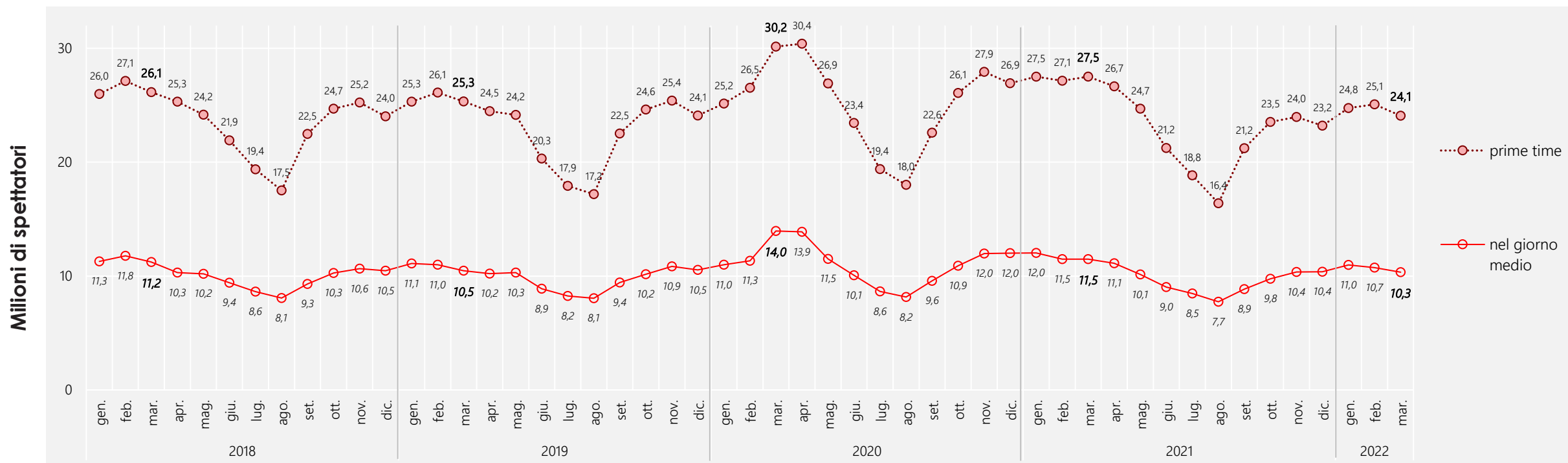
DISTRIBUZIONE IN % PER LINEE DI INGRESSO E DI USCITA (12 mesi)
MARZO 2022



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

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

Gennaio 2018 – Marzo 2022



Variazione numero di spettatori
(Valore medio 1° trimestre in milioni)

Prime time
(Fascia oraria: 20:30 – 22:30)

Giorno medio
(Fascia oraria: intero giorno)

(2018)	→	(2019)	→	(2020)	→	(2021)	→	(2022)
26,42	↓ -3,2%	25,58	↑ +6,6%	27,28	↑ +0,4%	27,39	↓ -10,1%	24,64
↓ -6,7%								
11,43	↓ -5,0%	10,86	↑ +11,5%	12,10	↓ -3,6%	11,67	↓ -8,5%	10,68
↓ -6,5%								

2.2 TELEVISIONE (DVB-T E SAT): ASCOLTI DEI PRINCIPALI GRUPPI TELEVISIVI

Prime time

Gruppi televisivi	Spettatori medi 1° trimestre in milioni					Var. %	
	2018	2019	2020	2021	2022	'18-'22	'21-'22
RAI	10,28	9,85	10,45	10,27	9,23	-10,2	-10,1
Mediaset	8,45	8,07	8,99	8,82	8,40	-0,5	-4,7
Comcast / Sky	1,88	2,01	1,87	1,81	1,41	-25,3	-22,5
Discovery	1,38	1,39	1,55	1,55	1,39	+0,9	-10,1
Cairo Comm. / La 7	1,34	1,36	1,38	1,47	1,23	-8,2	-16,9
Altri	3,09	2,91	3,04	3,47	2,98	-3,5	-14,0

Gruppi televisivi	Share medio 1° trimestre in %					Var. punti percentuali	
	2018	2019	2020	2021	2022	'18-'22	'21-'22
RAI	38,9	38,5	38,3	37,5	37,5	-1,5	0,0
Mediaset	32,0	31,5	32,9	32,2	34,1	+2,1	+1,9
Comcast / Sky	7,1	7,8	6,9	6,6	5,7	-1,4	-0,9
Discovery	5,2	5,4	5,7	5,7	5,7	+0,4	0,0
Cairo Comm. / La 7	5,1	5,3	5,1	5,4	5,0	-0,1	-0,4
Altri	11,7	11,4	11,1	12,7	12,1	0,4	-0,6

Giorno medio

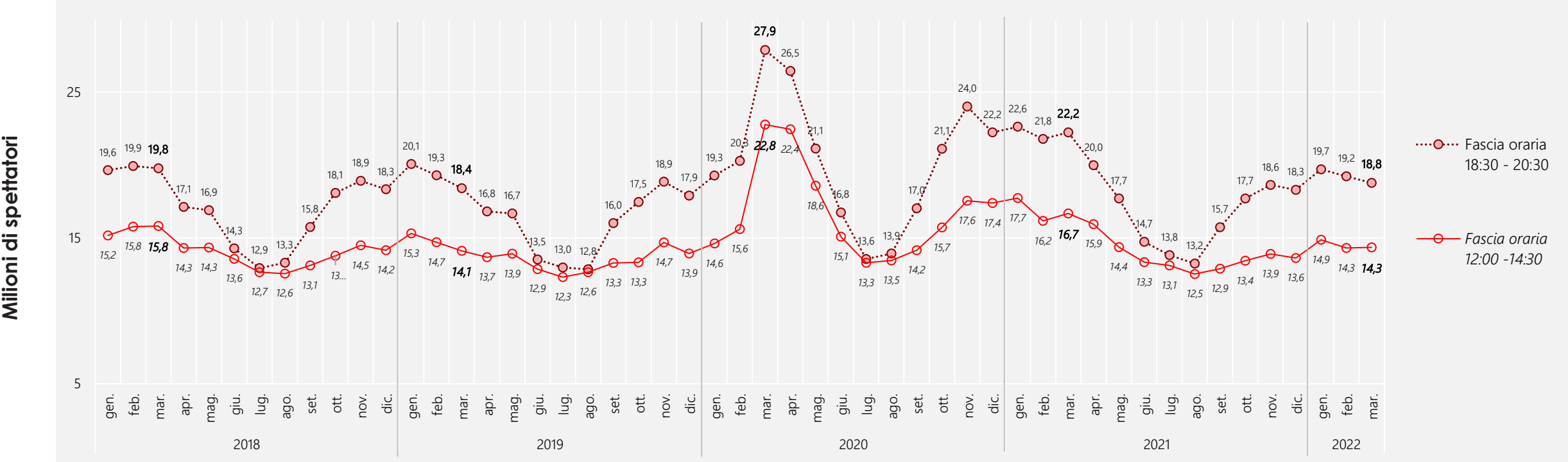
Gruppi televisivi	Spettatori medi 1° trimestre in milioni					Var. %	
	2018	2019	2020	2021	2022	'18-'22	'21-'22
RAI	4,27	4,05	4,49	4,23	3,83	-10,3	-9,5
Mediaset	3,62	3,41	3,87	3,75	3,60	-0,5	-4,0
Discovery	0,72	0,71	0,87	0,82	0,73	+1,4	-11,0
Comcast / Sky	0,75	0,75	0,80	0,70	0,63	-15,2	-9,5
Cairo Comm. / La 7	0,46	0,45	0,49	0,49	0,42	-7,7	-13,3
Altri	1,60	1,48	1,58	1,67	1,45	-9,4	-12,9

Gruppi televisivi	Share medio 1° trimestre in %					Var. punti percentuali	
	2018	2019	2020	2021	2022	'18-'22	'21-'22
RAI	37,4	37,3	37,1	36,3	35,9	-1,5	-0,4
Mediaset	31,7	31,4	32,0	32,2	33,7	+2,1	+1,6
Discovery	6,3	6,6	7,2	7,0	6,9	+0,5	-0,2
Comcast / Sky	6,5	6,9	6,6	6,0	5,9	-0,6	-0,1
Cairo Comm. / La 7	4,0	4,2	4,0	4,2	4,0	+0,0	-0,2
Altri	14,0	13,6	13,1	14,3	13,6	-0,4	-0,7

2.3 TELEVISIONE (DVB-T E SAT): ASCOLTI COMPLESSIVI DEI PRINCIPALI TG NAZIONALI*



Gennaio 2018 – Marzo 2022



Variazione numero di spettatori
(Valore medio 1° trimestre in milioni)

	(2018)		(2019)		(2020)		(2021)		(2022)
Fascia oraria: 18:30 – 20:30	19,79	↓ -2,7%	19,26	↑ +16,8%	22,49	↓ -1,2%	22,22	↓ -13,4%	19,24
									↓ -2,8%
Fascia oraria: 12:00 – 14:30	15,59	↓ -5,7%	14,71	↑ +20,1%	17,66	↓ -4,6%	16,86	↓ -13,9%	14,51
									↓ -6,9%

* Ascolti complessivi: è la somma del numero di ascoltatori nel giorno medio (AMR) del mese di riferimento relativa alle edizioni dei TG nelle fasce orarie considerate. Sono pertanto considerati gli ascolti di coloro che guardano uno o più TG nelle fasce orarie considerate.

2.4 TELEVISIONE (DVB-T E SAT): ASCOLTI DEI PRINCIPALI TG NAZIONALI NEL GIORNO MEDIO DA INIZIO ANNO

**FASCIA ORARIA:
12:00 – 14:30**

Ascolti medi 1° trimestre (milioni di spettatori)						Variazione in migliaia		Variazione in %		
TG Nazionali	2018	2019	2020	2021	2022	'21 – '22	'18 – '22	'21 – '22	'18 – '22	
RAI	Tg 1 (ore 13:30)	3,96	3,61	4,27	4,31	3,89	-422	-72	-9,8	-1,8
	Tg 2 (ore 13:00)	2,34	2,23	2,53	2,23	1,93	-298	-409	-13,4	-17,5
	Tg 3 (ore 12:00)	0,95	0,95	1,24	1,14	0,91	-228	-46	-20,1	-4,8
	Tg 3 Regionale (ore 14:00)	2,67	2,52	3,08	3,17	2,50	-664	-167	-21,0	-6,3
Mediaset	Tg 5 (ore 13:00)	3,12	2,98	3,52	3,33	3,05	-278	-67	-8,3	-2,2
	Tg 4 (ore 12:00)	0,36	0,38	0,44	0,35	0,31	-36	-44	-10,3	-12,3
	Studio Aperto (ore 12:25)	1,49	1,39	1,81	1,62	1,24	-378	-253	-23,3	-17,0
La 7	Tg La 7 (ore 13:30)	0,70	0,65	0,77	0,72	0,61	-113	-92	-15,7	-13,1

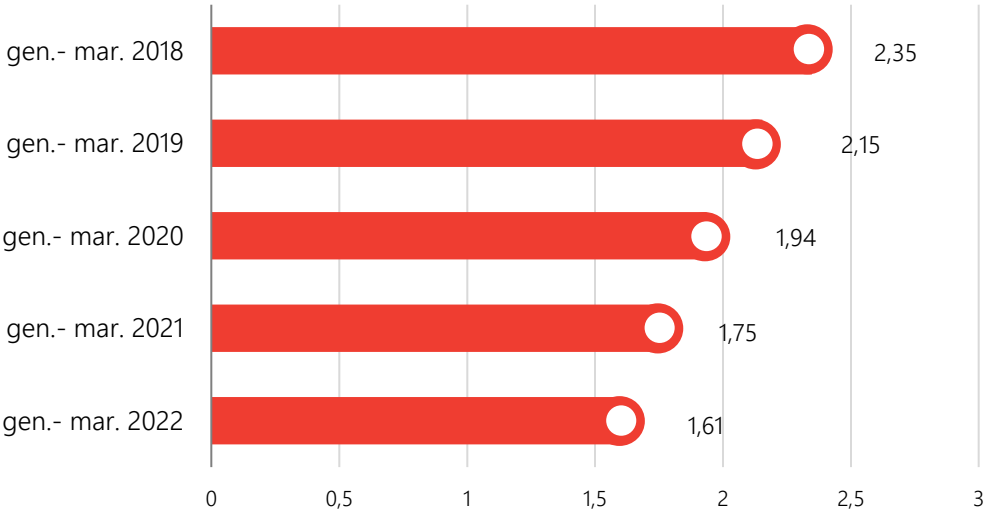
**FASCIA ORARIA:
18:30 – 20:30**

Ascolti medi 1° trimestre (milioni di spettatori)						Variazione in migliaia		Variazione in %		
TG Nazionali	2018	2019	2020	2021	2022	'21 – '22	'18 – '22	'21 – '22	'18 – '22	
RAI	Tg 1 (ore 20:00)	5,68	5,56	6,34	6,23	5,65	-581	-39	-9,3	-0,7
	Tg 2 (ore 20:30)	1,83	1,70	1,94	1,79	1,41	-383	-419	-21,4	-22,9
	Tg 3 (ore 19:00)	2,06	2,12	2,54	2,66	2,23	-434	+161	-16,3	+7,8
	Tg 3 Regionale (ore 19:30)	2,60	2,65	3,29	3,44	2,78	-665	+180	-19,3	+6,9
Mediaset	Tg 5 (ore 20:00)	4,70	4,43	5,13	4,97	4,51	-452	-186	-9,1	-4,0
	Tg 4 (ore 19:00)	0,80	0,67	0,81	0,74	0,75	+15	-45	+2,1	-5,7
	Studio Aperto (ore 18:30)	0,85	0,83	1,05	0,95	0,69	-253	-155	-26,7	-18,3
La 7	Tg La 7 (ore 20:00)	1,26	1,30	1,38	1,44	1,22	-227	-46	-15,7	-3,7

2.5 EDITORIA QUOTIDIANA: COPIE GIORNALIERE VENDUTE DA INIZIO ANNO (1/2)

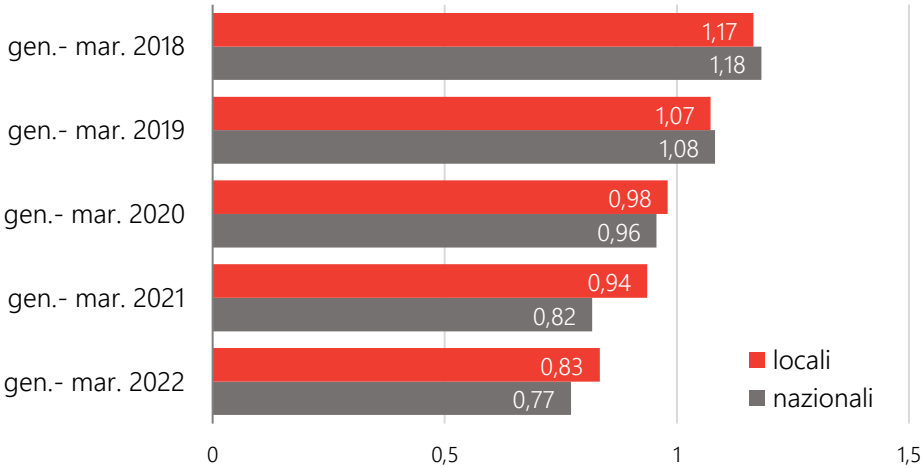


VENDITE GIORNALIERE MEDIE
(milioni di copie vendute)

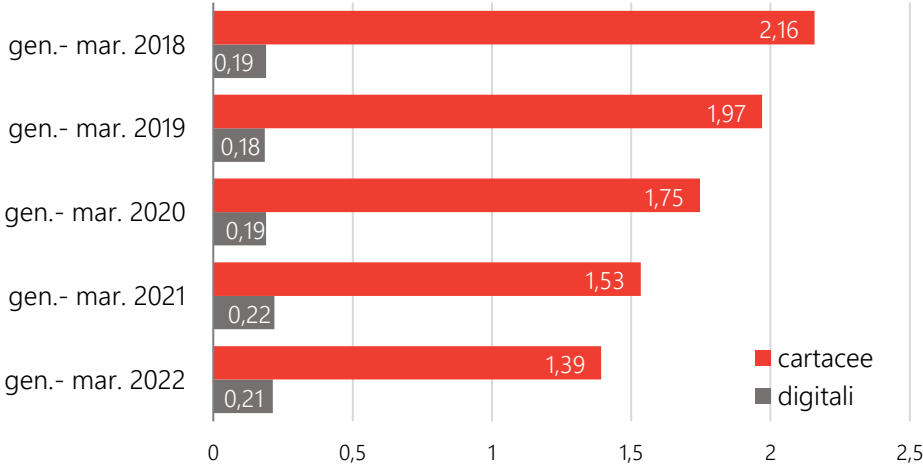


VENDITE GIORNALIERE MEDIE PER TIPOLOGIA
(milioni di copie vendute)

COPIE QUOTIDIANI NAZIONALI vs. LOCALI



COPIE CARTACEE vs. DIGITALI



Variazione in %

	1° trimestre (2021 – 2022)	1° trimestre (2018 -2022)
Copie complessive:	-8,5 ↓	-31,6 ↓
Copie cartacee:	-9,3 ↓	-35,5 ↓
Copie digitali:	-2,7 ↓	+12,7 ↑
Copie quotidiani nazionali:	-5,6 ↓	-34,7 ↓
Copie quotidiani locali:	-11,0 ↓	-28,4 ↓

2.6 EDITORIA QUOTIDIANA: COPIE GIORNALIERE VENDUTE DA INIZIO ANNO (2/2)

COPIE CARTACEE PER MACRO CATEGORIA

(migliaia di copie vendute)

	1° trimestre	2018	2019	2020	2021	2022
Testate nazionali	Generaliste Top 5	683	629	568	493	448
	Generaliste Altre	150	136	127	129	113
	Economici	103	90	78	63	56
	Sportivi	263	237	189	136	145
Testate locali	Top 10	435	407	368	347	310
	Altre testate	524	470	417	367	320

	Variazione in %	1° trimestre	('21 - '22)	('18 - '22)
Testate nazionali		Generaliste Top 5	-9,2 ↓	-34,5 ↓
		Generaliste Altre	-12,0 ↓	-24,3 ↓
		Economici	-11,5 ↓	-45,8 ↓
		Sportivi	+7,1 ↑	-44,8 ↓
Testate locali		Top 10	-10,6 ↓	-28,6 ↓
		Altre testate	-12,8 ↓	-39,0 ↓

COPIE DIGITALI PER MACRO CATEGORIA

(migliaia di copie vendute)

	1° trimestre	2018	2019	2020	2021	2022
Testate nazionali	Generaliste Top 5	75	75	78	89	89
	Generaliste Altre	14	17	21	32	31
	Economici	49	42	36	30	28
	Sportivi	9	8	7	7	6
Testate locali	Top 10	16	17	19	26	25
	Altre testate	26	25	28	35	34

	Variazione in %	1° trimestre	('21 - '22)	('18 - '22)
Testate nazionali		Generaliste Top 5	-1,1 ↓	+18,4 ↑
		Generaliste Altre	-1,6 ↓	+119,9 ↑
		Economici	-3,9 ↓	-42,0 ↓
		Sportivi	-10,6 ↓	-32,4 ↓
Testate locali		Top 10	-5,1 ↓	+50,7 ↑
		Altre testate	-3,8 ↓	+32,0 ↑

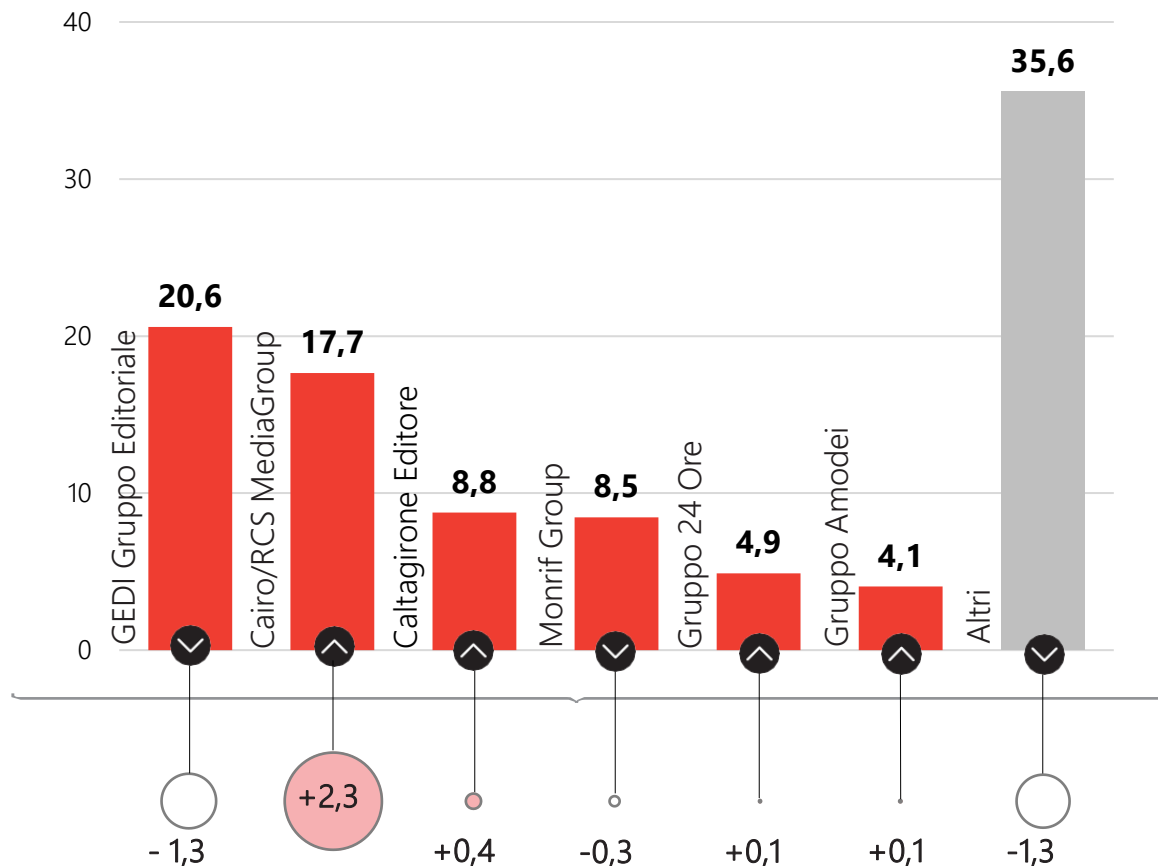
Ripartizione dei quotidiani

- **Nazionali generaliste - Top 5:** in termini di vendite complessive nel 2021: Avvenire, Corriere della sera, Messaggero, La Repubblica, La Stampa
- **Nazionali generaliste - Altri:** Il Fatto quotidiano, Il Giornale, Libero, Il Manifesto, Il Tempo, La Verità
- **Nazionali sport:** Corriere dello Sport, Gazzetta dello sport, Tuttosport
- **Nazionali economia:** Italia Oggi, Il Sole 24 Ore
- **Locali-Top 10:** in termini di vendite complessive nel 2021: L'Arena, Dolomiten, L'Eco di Bergamo, Il Gazzettino, Il Giornale di Brescia, Il Messaggero Veneto, La Nazione, Il Resto del Carlino, Il Tirreno, L'Unione Sarda
- **Locali-altre::** rimanenti testate ADS

2.7 EDITORIA QUOTIDIANA: VENDITE COMPLESSIVE E DISTRIBUZIONE PER PRINCIPALI GRUPPI EDITORIALI

DISTRIBUZIONE DELLE VENDITE COMPLESSIVE DA INIZIO ANNO PER GRUPPI EDITORIALI (%)

GENNAIO - MARZO 2022

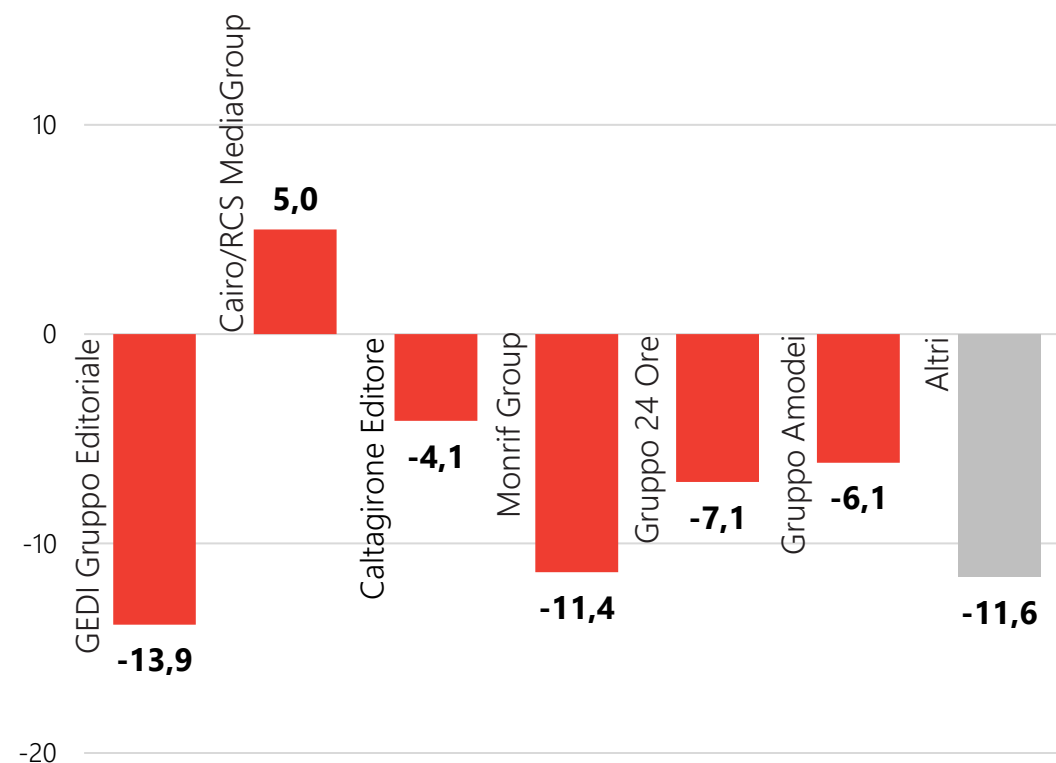


Differenza vs. Gen. - Mar. 2021
(punti percentuali)

Fonte: elaborazioni Autorità su dati ADS

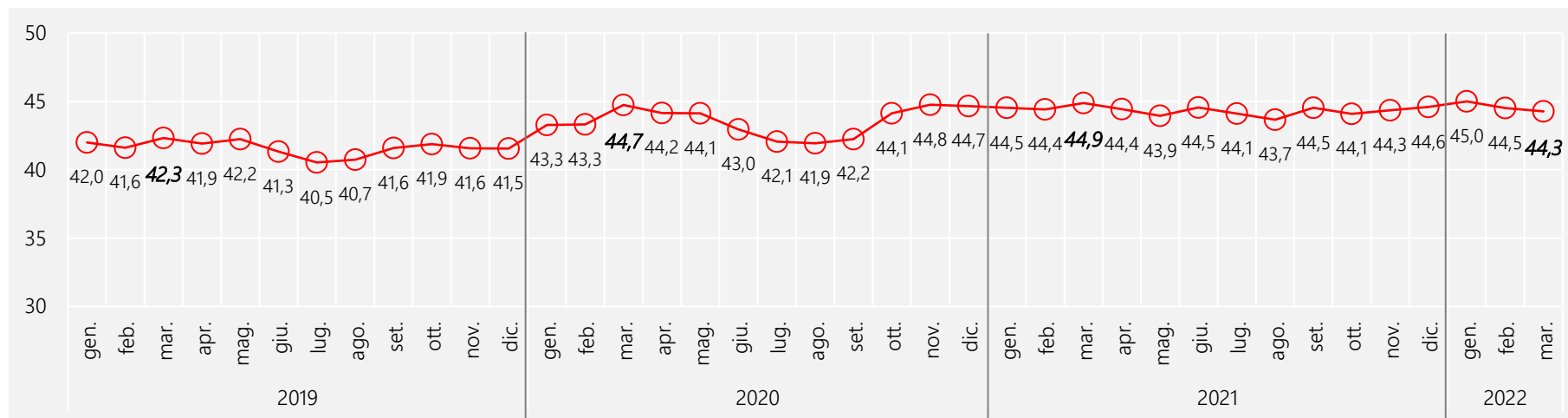
VARIAZIONE DELLE COPIE VENDUTE (%)

DIFFERENZA VS. GEN. - MAR. 2021



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

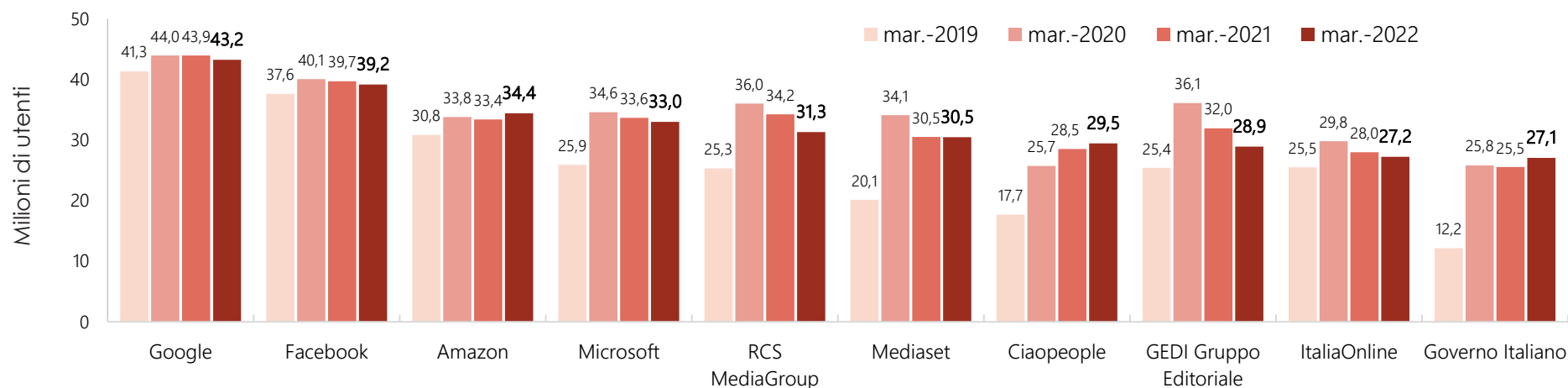
MILIONI DI UTENTI UNICI MENSILI (gennaio 2019 – marzo 2022)



44,3 milioni di utenti unici si sono collegati a internet nel mese di marzo 2022 (-**621** mila utenti rispetto a marzo 2021)

Poco più di **67** ore complessive trascorse, in media, da ciascun utente navigando su internet nel mese di marzo 2022

UTENTI UNICI MENSILI DEI PRINCIPALI OPERATORI (Parent*)



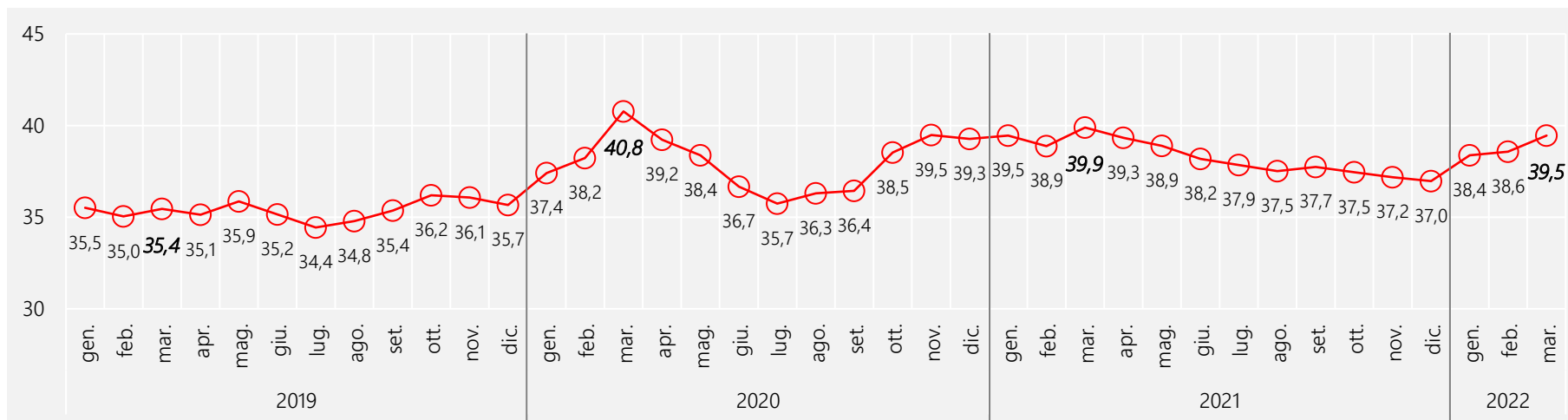
Utenti unici: numero di utenti/persone diverse che hanno visitato qualsiasi contenuto di un sito Web, una categoria, un canale o un'applicazione durante il periodo di riferimento.

* 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.

Fonte: elaborazioni Autorità su dati Audiweb

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

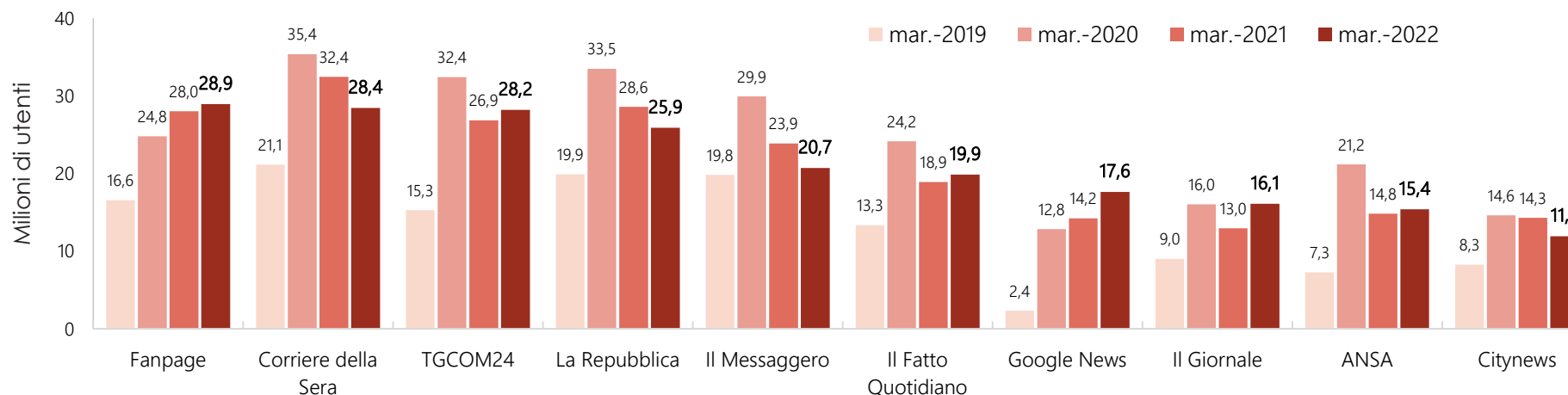
MILIONI DI UTENTI UNICI MENSILI (gennaio 2019 – marzo 2022)



39,5 milioni di utenti unici si sono collegati a siti/APP di informazione generalista nel mese di marzo 2022 (-434 mila utenti rispetto a marzo 2021)

Poco più di **1 ora e 28 minuti** trascorsi, in media, da ciascun utente navigando su siti/APP di informazione generalista nel mese di marzo 2022

UTENTI UNICI MENSILI DEI PRINCIPALI SITI

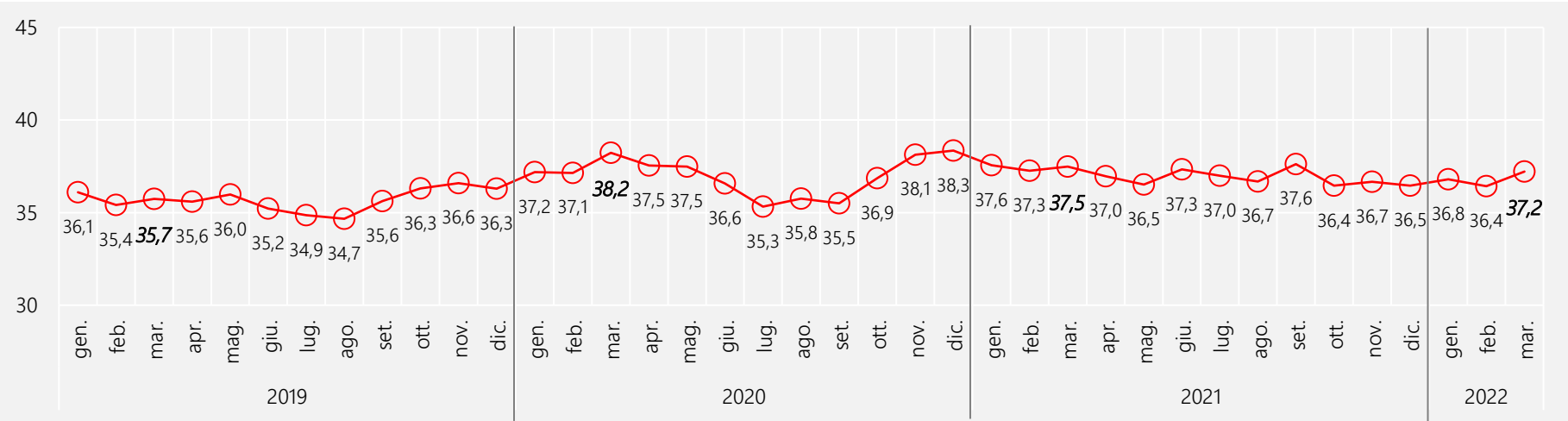


Utenti unici: numero di utenti/persone diverse che hanno visitato qualsiasi contenuto di un sito Web, una categoria, un canale o un'applicazione durante il periodo di riferimento.

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

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

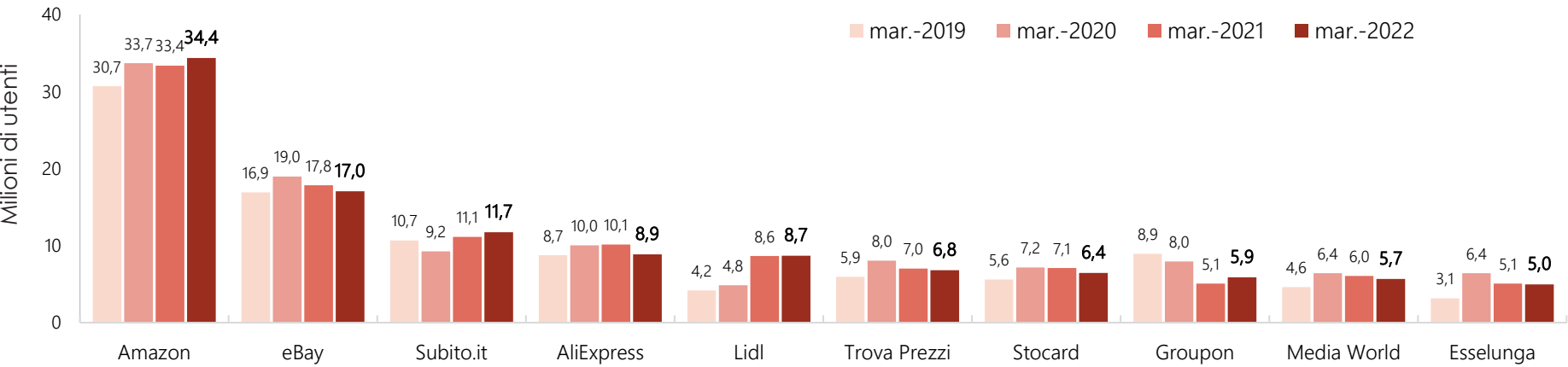
MILIONI DI UTENTI UNICI MENSILI (gennaio 2019 – marzo 2022)



37,2 milioni utenti unici si sono collegati a siti/APP di e-commerce nel mese di marzo 2022 (-**276** mila utenti rispetto a marzo 2021)

2 ore e 29 minuti, in media, trascorse da ciascun utente navigando su siti/APP di e-commerce nel mese di marzo 2022

UTENTI UNICI MENSILI DEI PRINCIPALI SITI

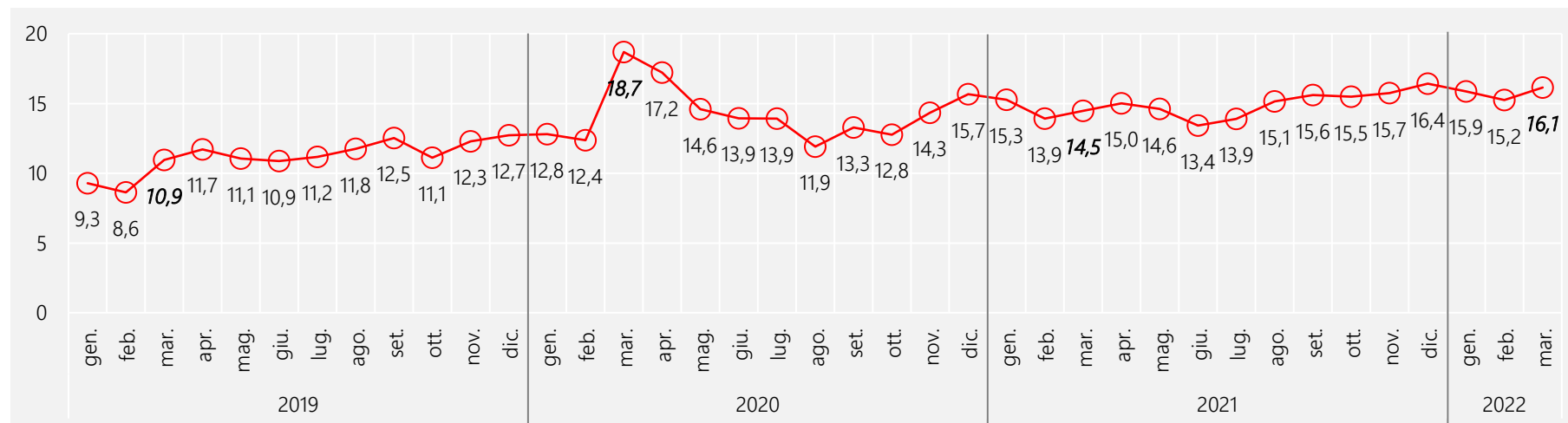


Utenti unici: numero di utenti/persone diverse che hanno visitato qualsiasi contenuto di un sito Web, una categoria, un canale o un'applicazione durante il periodo di riferimento.

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

2.11 PIATTAFORME: UTENTI UNICI DELLE PIATTAFORME DI VIDEO ON DEMAND A PAGAMENTO

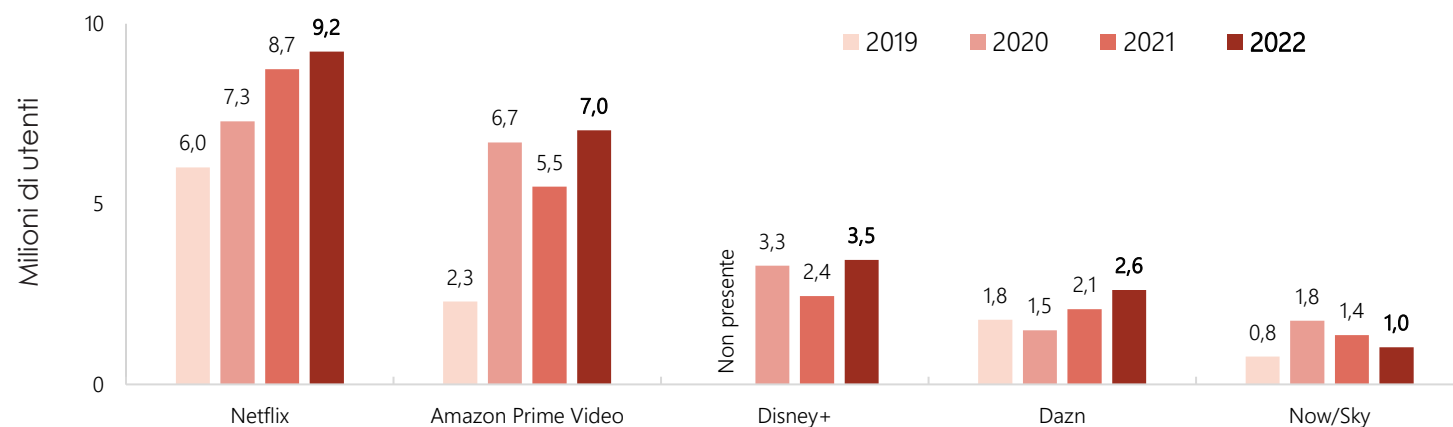
MILIONI DI UTENTI UNICI MENSILI (gennaio 2019 – marzo 2022)



16,1 milioni di utenti unici si sono collegati a siti/APP di video on demand nel mese di marzo 2022 (+1,7 milioni rispetto a marzo 2021)

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.

UTENTI UNICI MENSILI DELLE PRINCIPALI PIATTAFORME* (media 1° trimestre)



* Nota: sono rappresentati gli operatori con utenti unici superiori ad 1 milione e minuti medi spesi per operatore superiori a 2

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, Netflix; Primevideo.com (Amazon); Nowtv.it (Sky); Timvision.it (TIM); Disney digital (Disney); Dazn.com (Dazn); Chili.com (Chili); Google Play Movies & TV (Google); Apple TV (Apple); RAKUTEN.TV (Rakuten).)

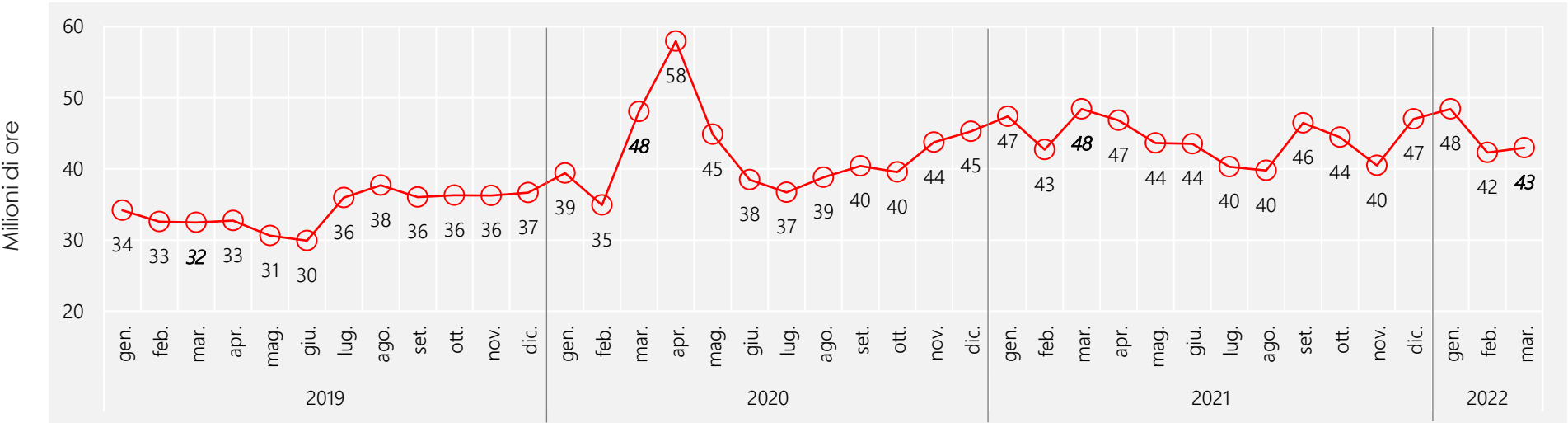
Il dato si riferisce al traffico Desktop e Mobile e non include il traffico da Connected TV.

Nota: I dati di Dazn saranno rilevati da Auditel a partire da agosto 2022, 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»

2.12 PIATTAFORME: TEMPO SPESO SULLE PIATTAFORME DI SERVIZI VIDEO ON DEMAND A PAGAMENTO



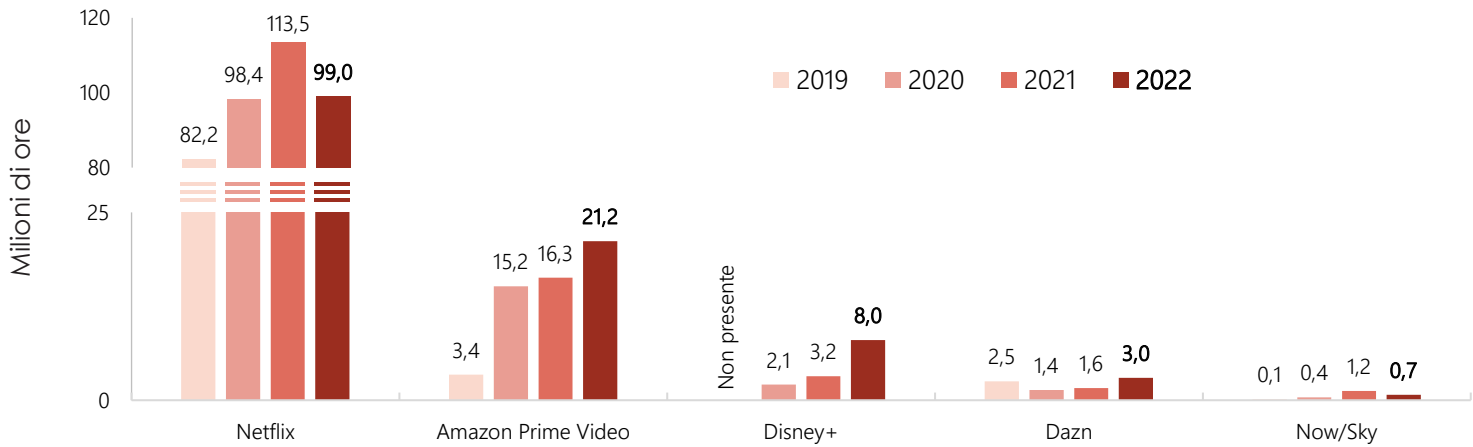
ORE COMPLESSIVE DI NAVIGAZIONE (in milioni) (gennaio 2019 – marzo 2022)



A marzo 2022, il tempo trascorso sui siti/APP di servizi video on demand a pagamento è stato di poco superiore alle **43 milioni di ore**

Il tempo trascorso in media da ciascun visitatore nel mese di marzo 2022 è pari a **2 ore e 58 minuti**

PRINCIPALI PIATTAFORME – ORE COMPLESSIVE DI NAVIGAZIONE 1° TRIMESTRE (in milioni)*



* Nota: sono rappresentati gli operatori con utenti unici superiori ad 1 milione e minuti medi spesi per operatore superiori a 2

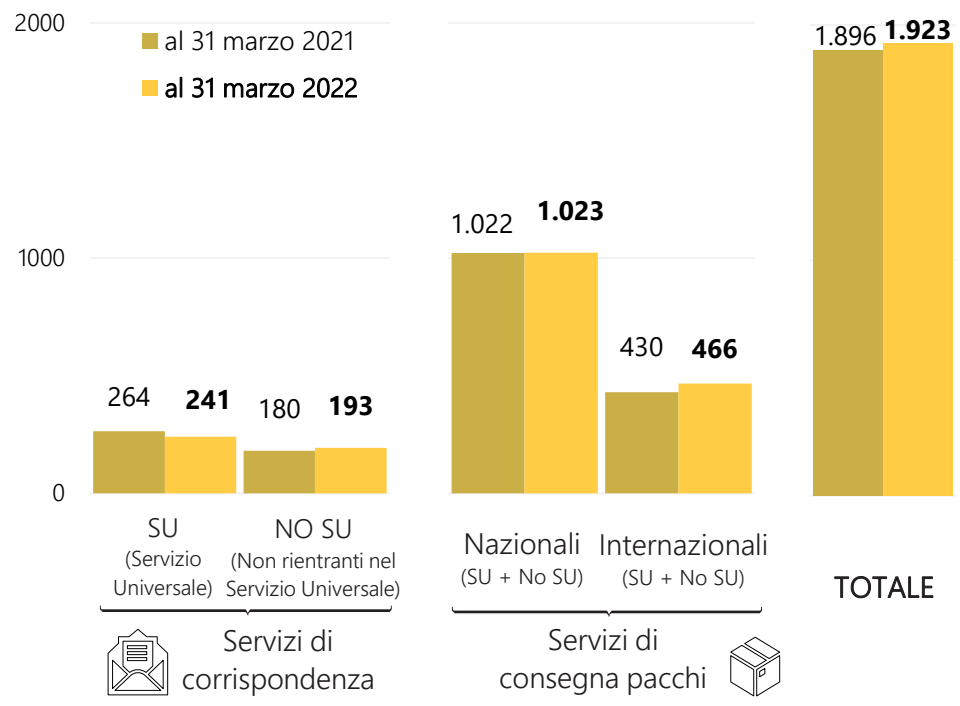
Fonte: elaborazioni Autorità su dati Comscore (Nel grafico si riportano gli utenti unici della categoria costituita dai principali operatori che offrono in Italia servizi di video on demand a pagamento, in particolare, Netflix; Primevideo.com (Amazon); Nowtv.it (Sky); Timvision.it (TIM); Disney digital (Disney); Dazn.com (Dazn); Chili.com (Chili); Google Play Movies &TV (Google); Apple TV (Apple); RAKUTEN.TV (Rakuten))

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

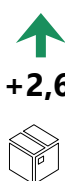
3.1 SERVIZI POSTALI: ANDAMENTO DEI RICAVI

RICAVI CUMULATI DA INIZIO ANNO

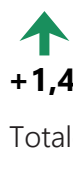
MILIONI DI €



-2,4



+2,6

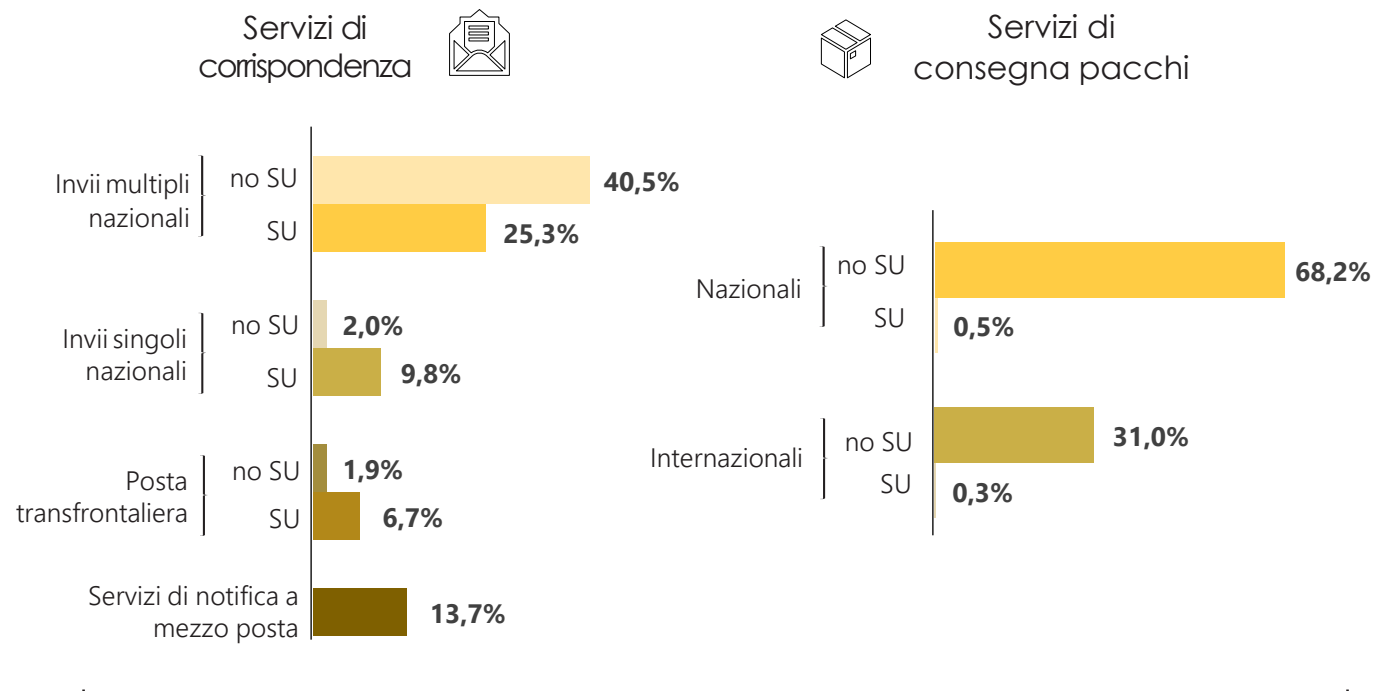


+1,4

Variazione annuale in %
(1° trim. 2021) – (1° trim. 2022)

RIPARTIZIONE DEI RICAVI DA INIZIO ANNO (%)

(al 31 marzo 2022)



Variazione annuale in %
(1° trimestre 2021 – 1° trimestre 2022)



+1,6



-16,8



-22,9



+11,9



+0,1



+8,4

Invii multipli
nazionali

Invii singoli
nazionali

Posta
transfrontaliera

Servizi di notifica
a mezzo posta

Nazionali

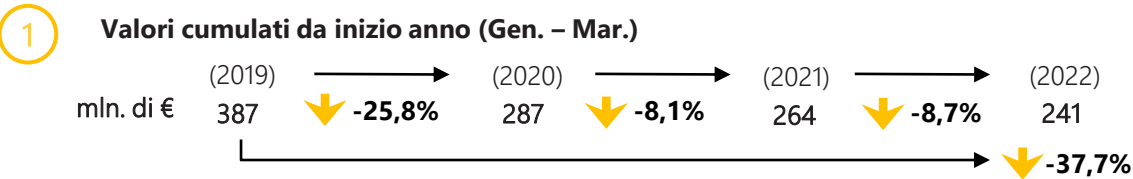
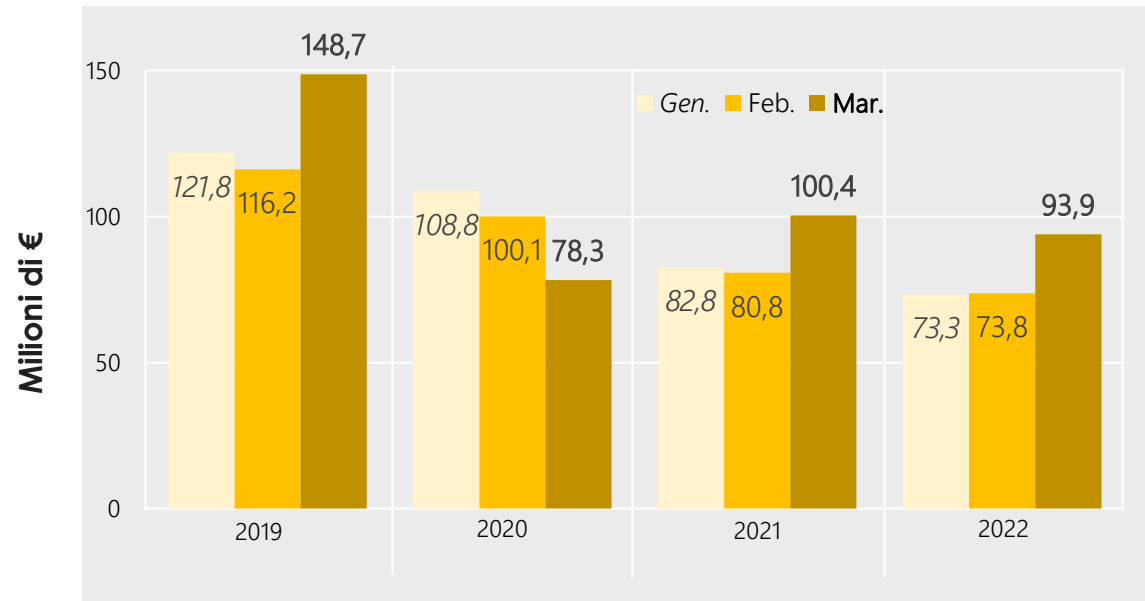
Internazionali

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.r.l., GLS Italy S.p.A., 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)



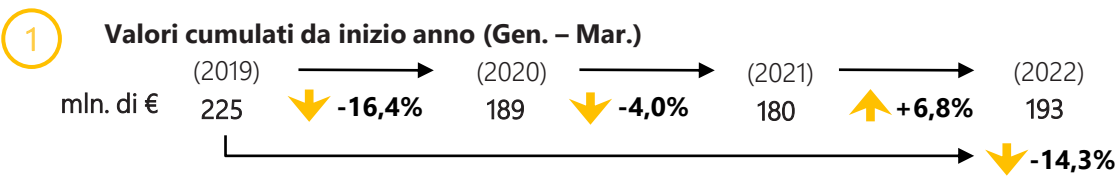
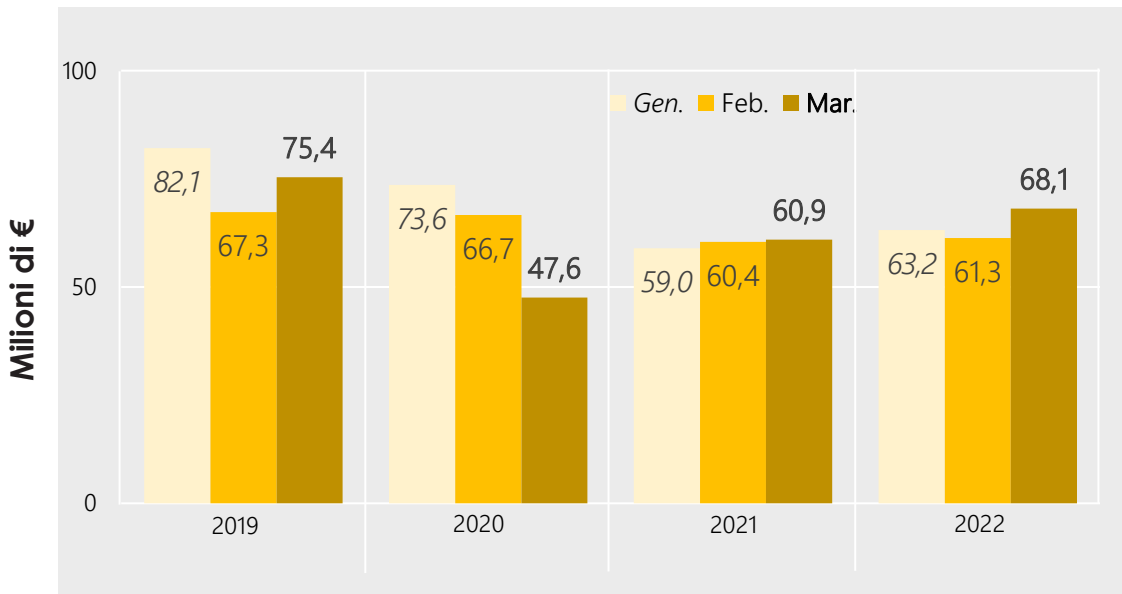
SERVIZIO UNIVERSALE



2 Confronto valori mensili (variazioni %)

	2019/2020	Annuale 2020/2021	2021/2022	Di periodo 2019/2022
Gennaio	-10,7	-23,9	-11,5	-39,8
Febbraio	-13,8	-19,3	-8,6	-36,5
Marzo	-47,4	+28,3	-6,5	-36,9

ALTRI SERVIZI (NO SU)



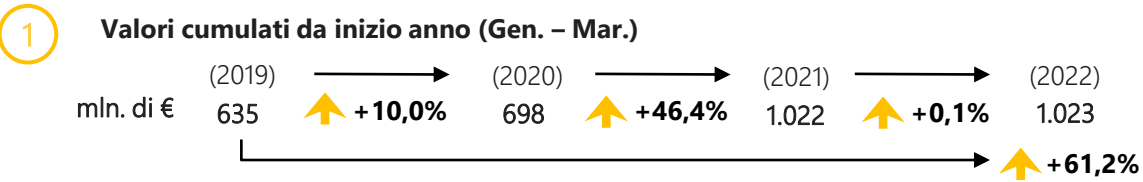
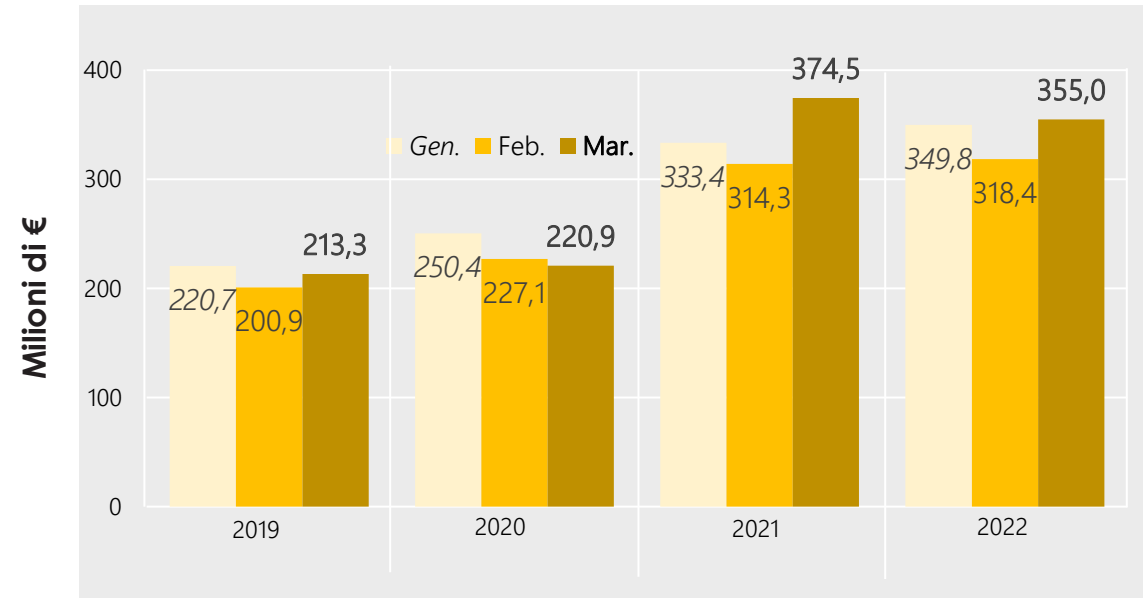
2 Confronto valori mensili (variazioni %)

	2019/2020	Annuale 2020/2021	2021/2022	Di periodo 2019/2022
Gennaio	-10,4	-19,9	+7,1	-23,1
Febbraio	-1,0	-9,3	+1,5	-8,9
Marzo	-36,9	+28,1	+11,8	-9,6

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



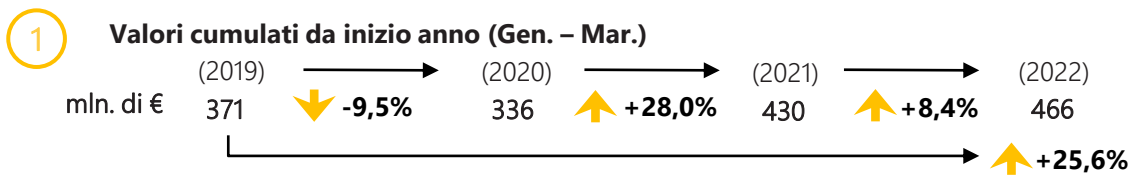
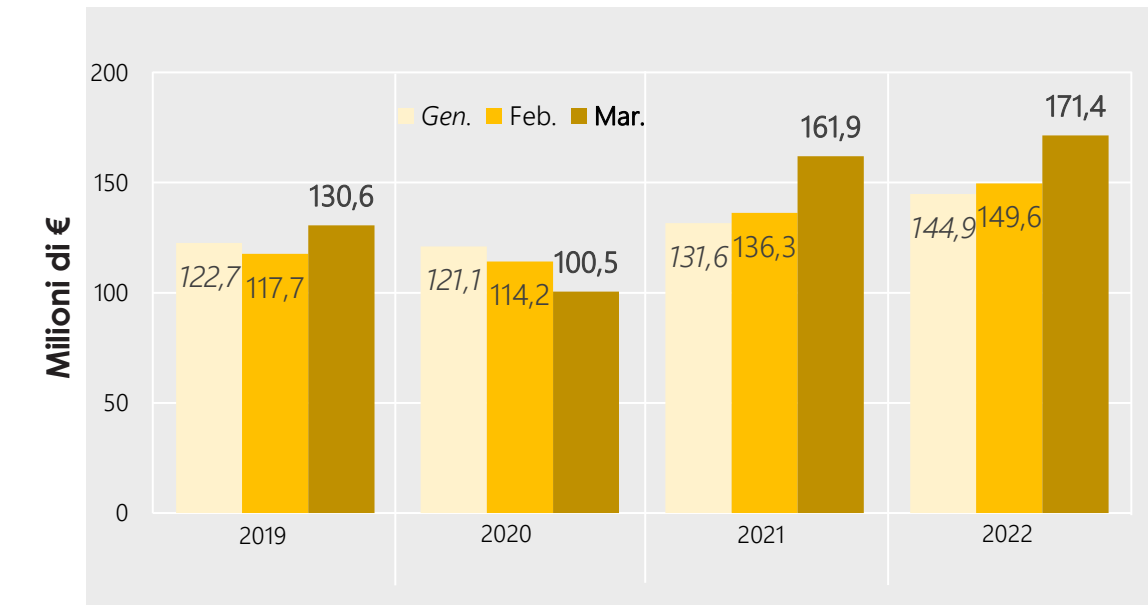
NAZIONALI



2 Confronto valori mensili (variazioni %)

	2019/2020	Annuale 2020/2021	2021/2022	Di periodo 2019/2022
Gennaio	+13,4	+33,2	+4,9	+58,5
Febbraio	+13,0	+38,4	+1,3	+58,5
Marzo	+3,6	+69,6	-5,2	+66,5

INTERNAZIONALI



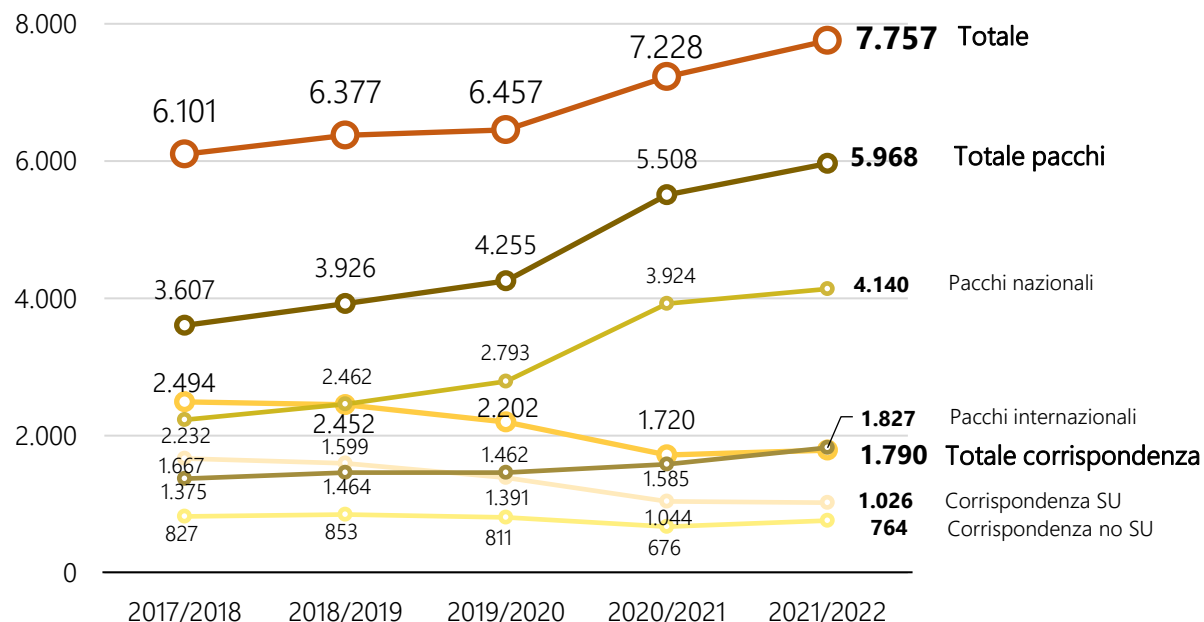
2 Confronto valori mensili (variazioni %)

	2019/2020	Annuale 2020/2021	2021/2022	Di periodo 2019/2022
Gennaio	-1,3	+8,7	+10,1	+18,1
Febbraio	-3,0	+19,3	+9,8	+27,1
Marzo	-23,0	+61,1	+5,8	+31,2

3.4 SERVIZI POSTALI: TREND STORICO DEI RICAVI

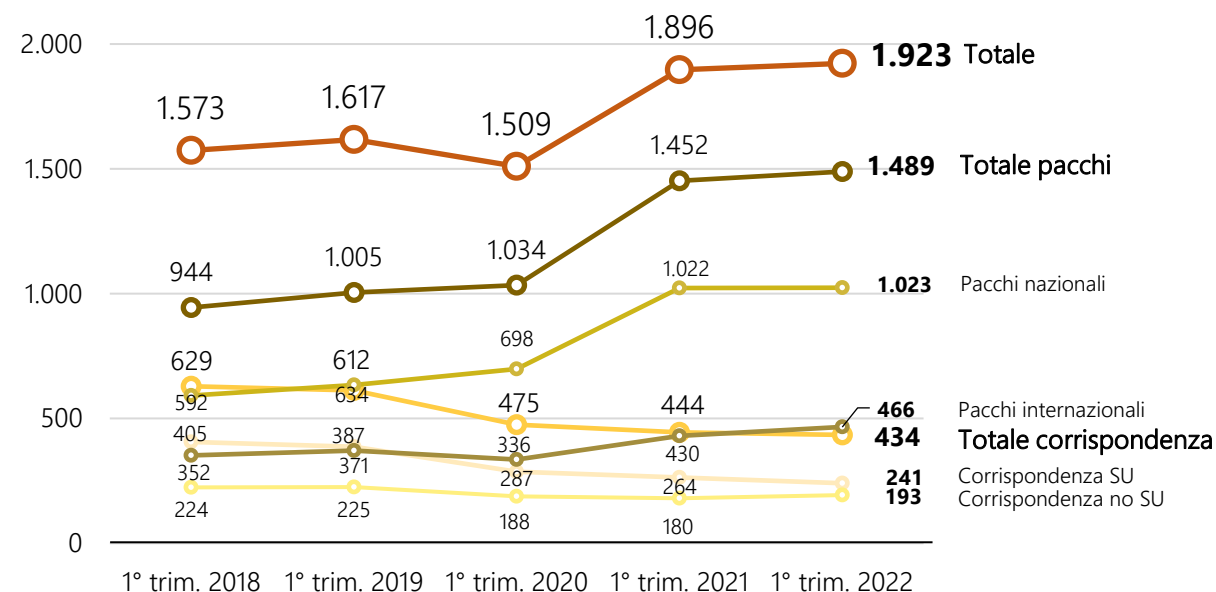
BASE ANNUALE (VALORI CUMULATI 12 MESI)

MILIONI DI €



BASE TRIMESTRALE

MILIONI DI €



Variazione in %

(2017/2018 – 2021/2022)

(2020/2021 – 2021/2022)

Totale:	+27,2	↑	+7,3	↑
Servizi di corrispondenza:	-28,2	↓	+4,1	↑
- Servizio Universale:	-38,4	↓	-1,7	↓
- No Servizio Universale:	-7,7	↓	+12,9	↑
Servizi di consegna pacchi:	+65,4	↑	+8,3	↑
- Pacchi nazionali:	+85,5	↑	+5,5	↑
- Pacchi internazionali:	+32,9	↑	+15,3	↑

Variazione in %

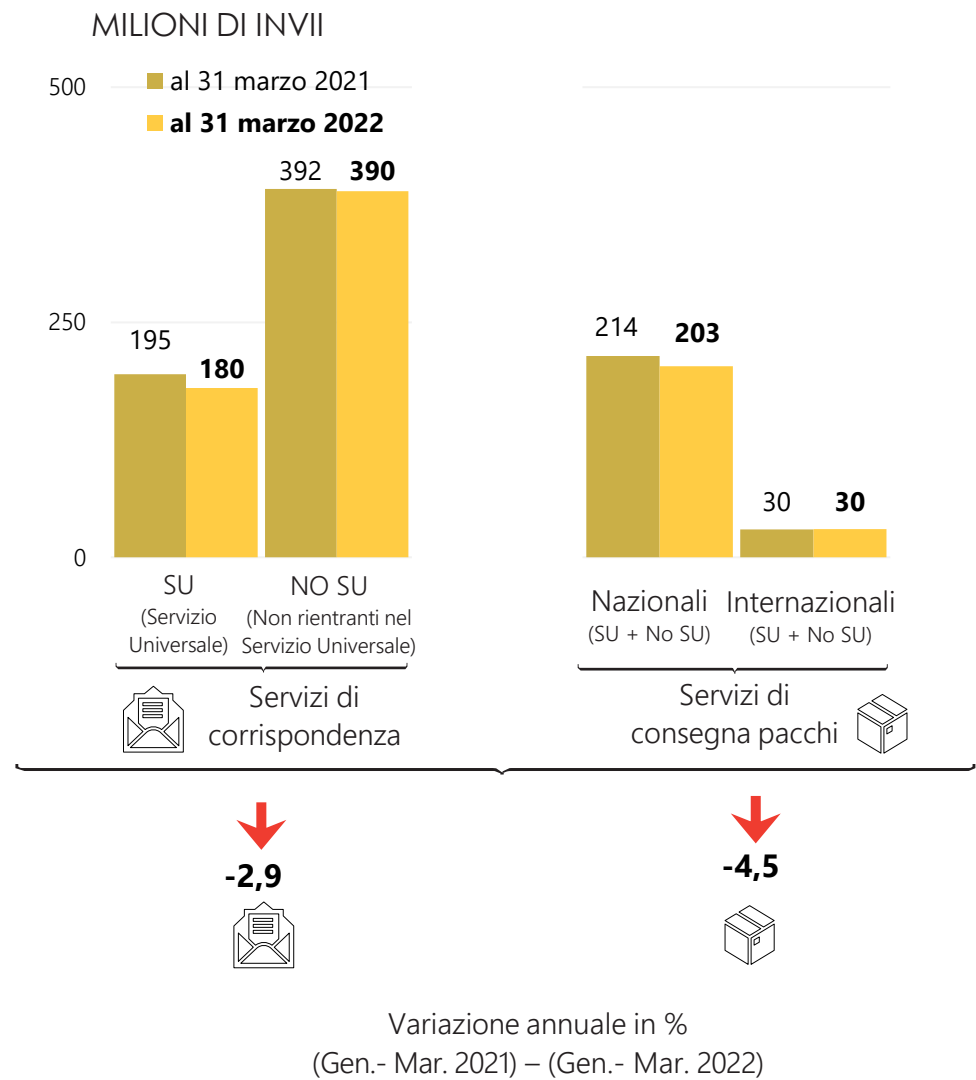
(1° trim. 2018 – 1° trim. 2022)

(1° trim. 2021 – 1° trim. 2022)

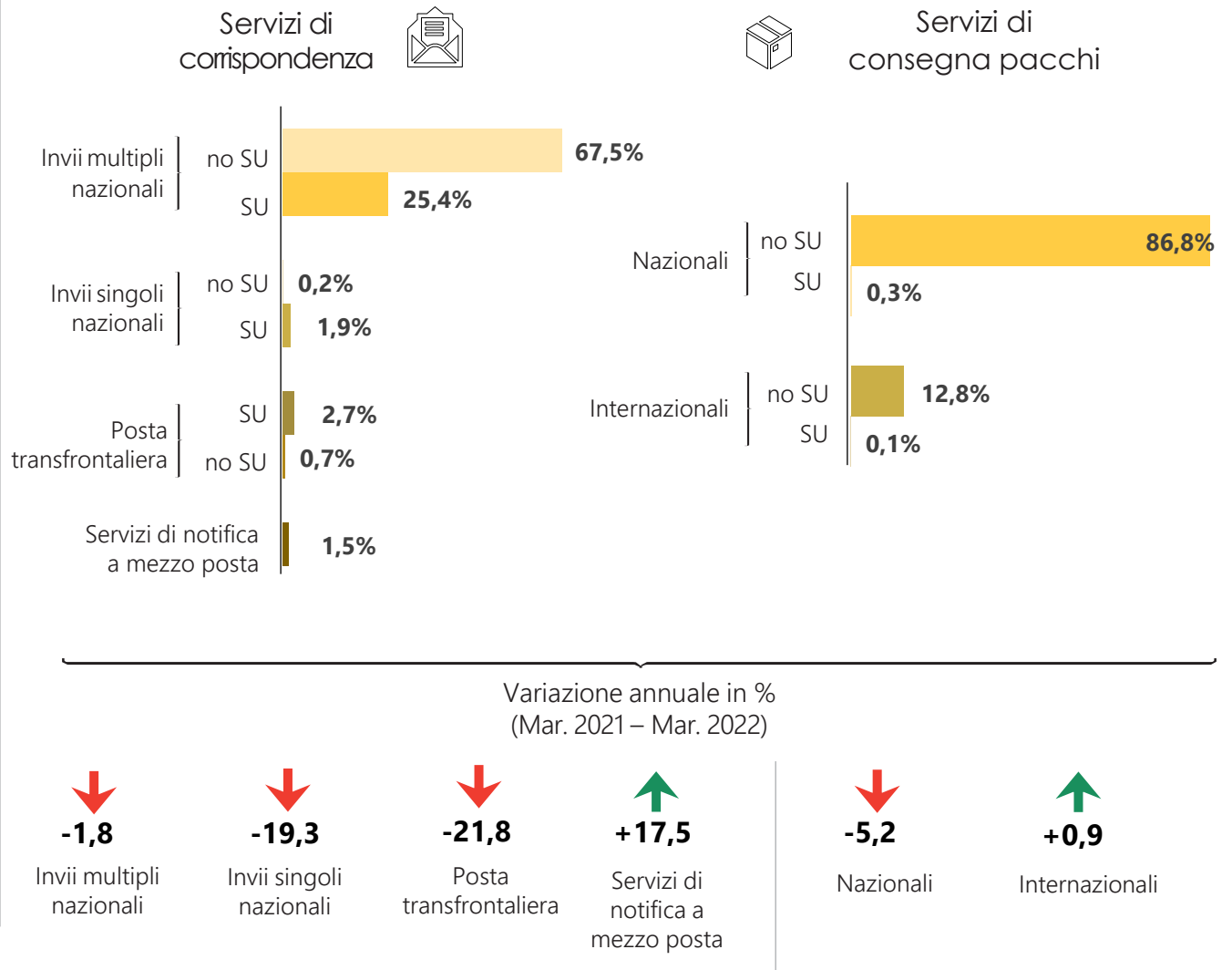
Totale:	+22,2	↑	+1,4	↑
Servizi di corrispondenza:	-31,1	↓	-2,4	↓
- Servizio Universale:	-40,6	↓	-8,7	↓
- No Servizio Universale:	-13,9	↓	+6,8	↑
Servizi di consegna pacchi:	+57,7	↑	+2,6	↑
- Pacchi nazionali:	+72,7	↑	+0,1	↑
- Pacchi internazionali:	+32,3	↑	+8,4	↑

3.5 SERVIZI POSTALI: ANDAMENTO DEI VOLUMI

VOLUMI COMPLESSIVI DA INIZIO ANNO



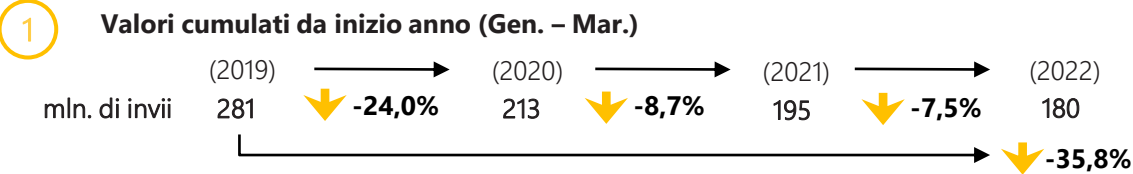
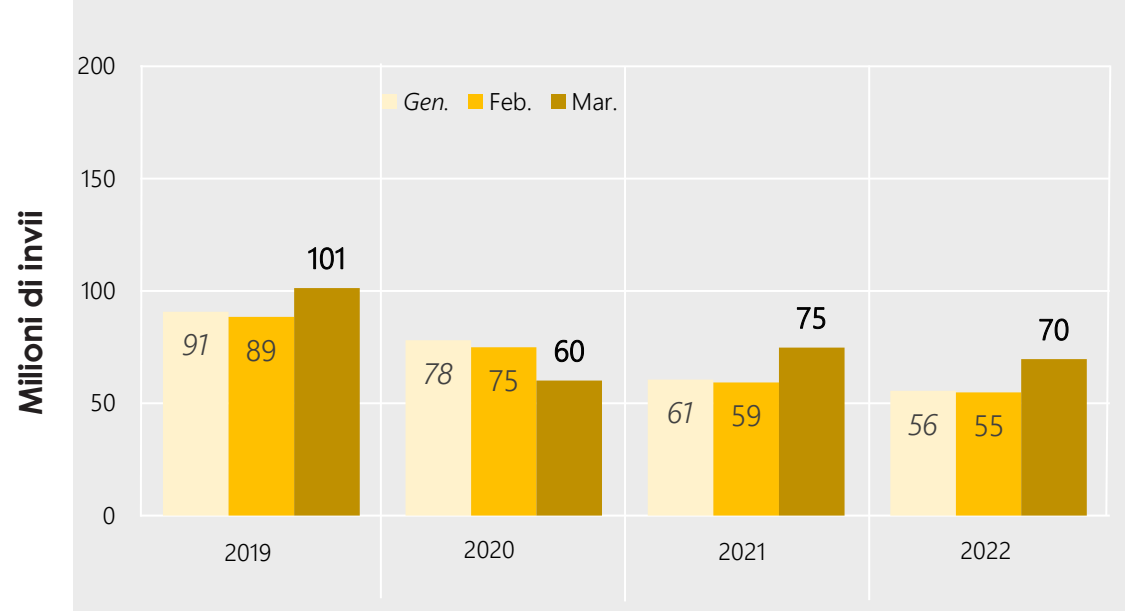
RIPARTIZIONE DEI VOLUMI DA INIZIO ANNO (%) (al 31 marzo 2022)



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



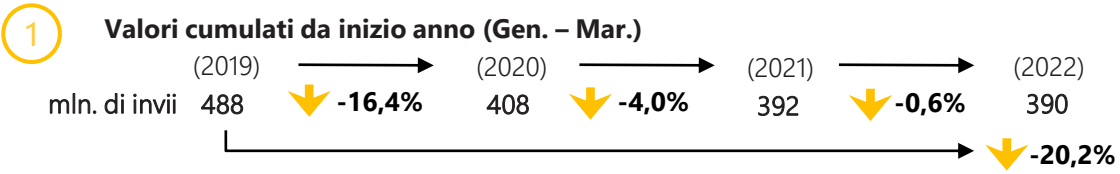
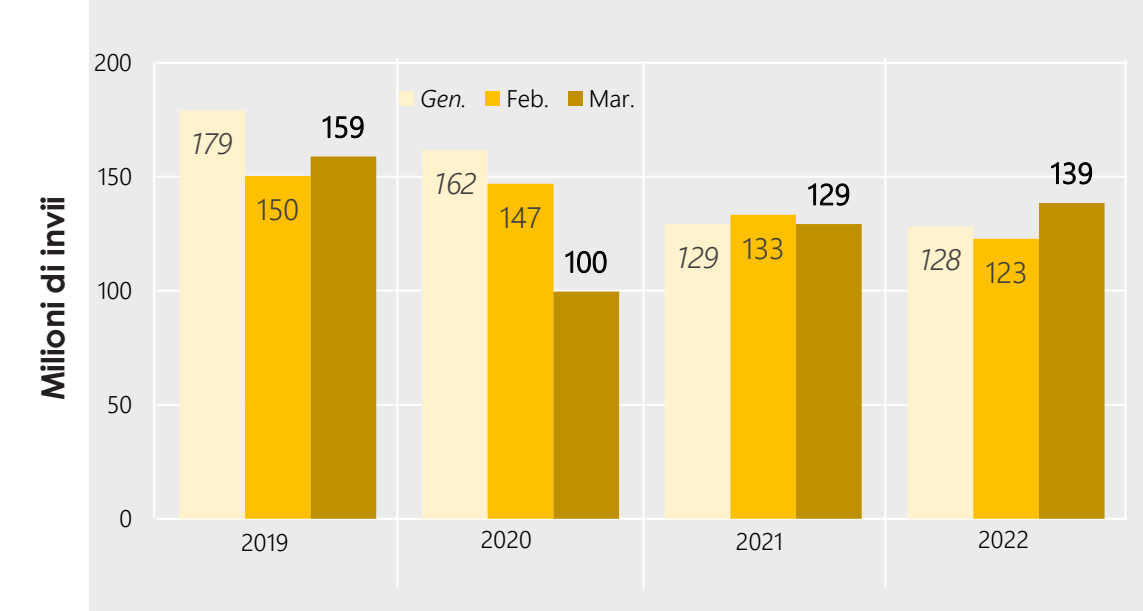
SERVIZIO UNIVERSALE



2 Confronto valori mensili (variazioni %)

	2019/2020	Annuale 2020/2021	2021/2022	Di periodo 2019/2022
Gennaio	-14,0	-22,5	-8,2	-38,8
Febbraio	-15,2	-21,0	-7,5	-38,0
Marzo	-40,6	+24,4	-7,0	-31,3

ALTRI SERVIZI (NO SU)



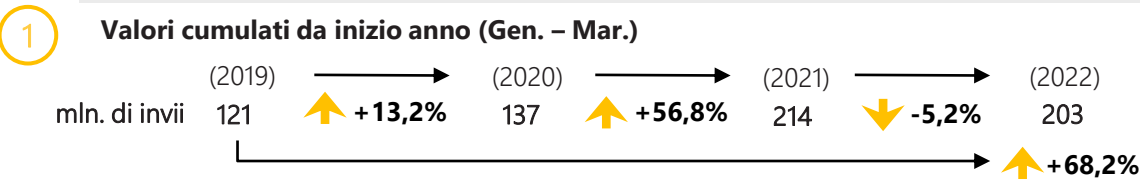
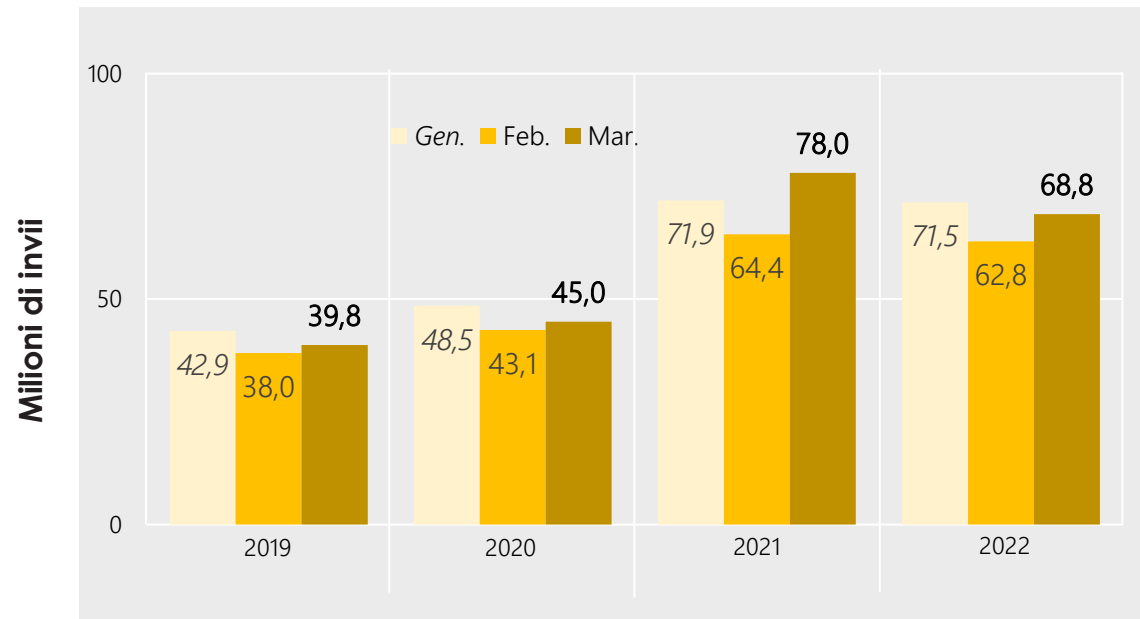
2 Confronto valori mensili (variazioni %)

	2019/2020	Annuale 2020/2021	2021/2022	Di periodo 2019/2022
Gennaio	-9,7	-20,1	-0,8	-28,4
Febbraio	-2,3	-9,2	-7,9	-18,3
Marzo	-37,2	+29,7	+7,2	-12,8

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



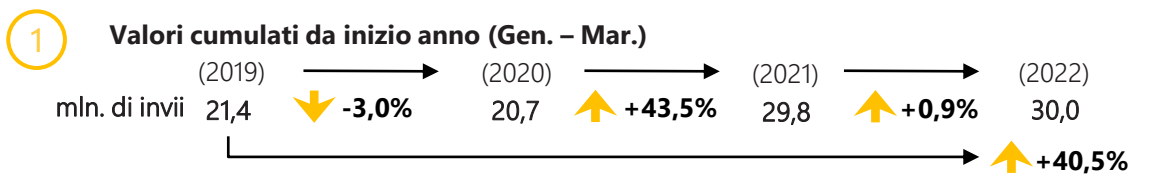
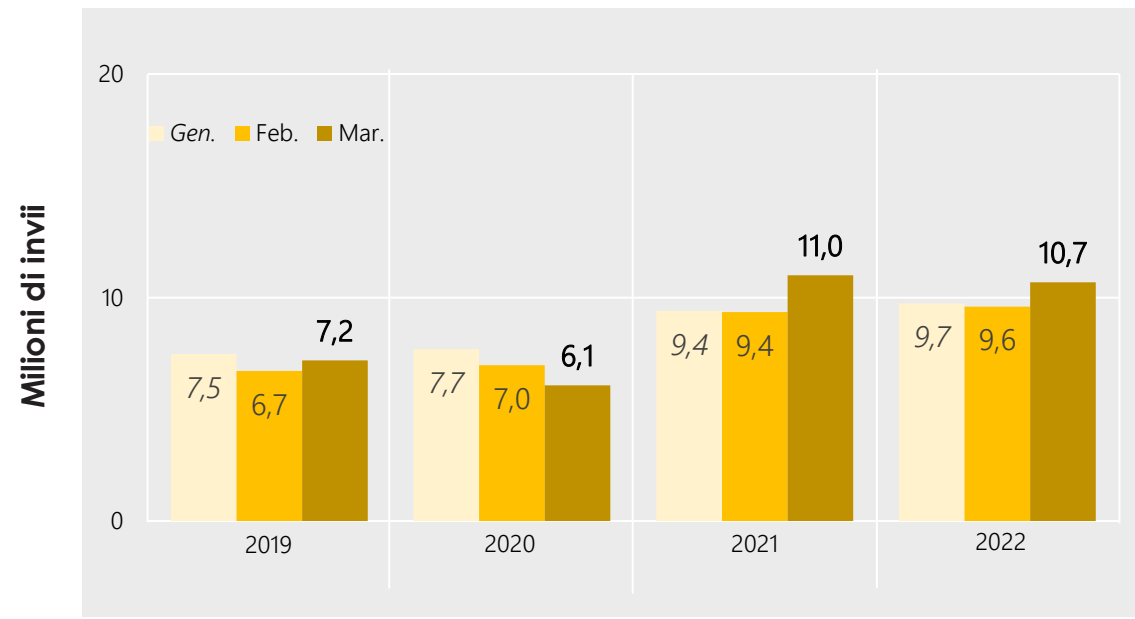
NAZIONALI



2 Confronto valori mensili (variazioni %)

	2019/2020	Annuale 2020/2021	2021/2022	Di periodo 2019/2022
Gennaio	+13,0	+48,1	-0,6	+66,5
Febbraio	+13,5	+49,3	-2,5	+65,2
Marzo	+13,0	+73,4	-11,7	+72,9

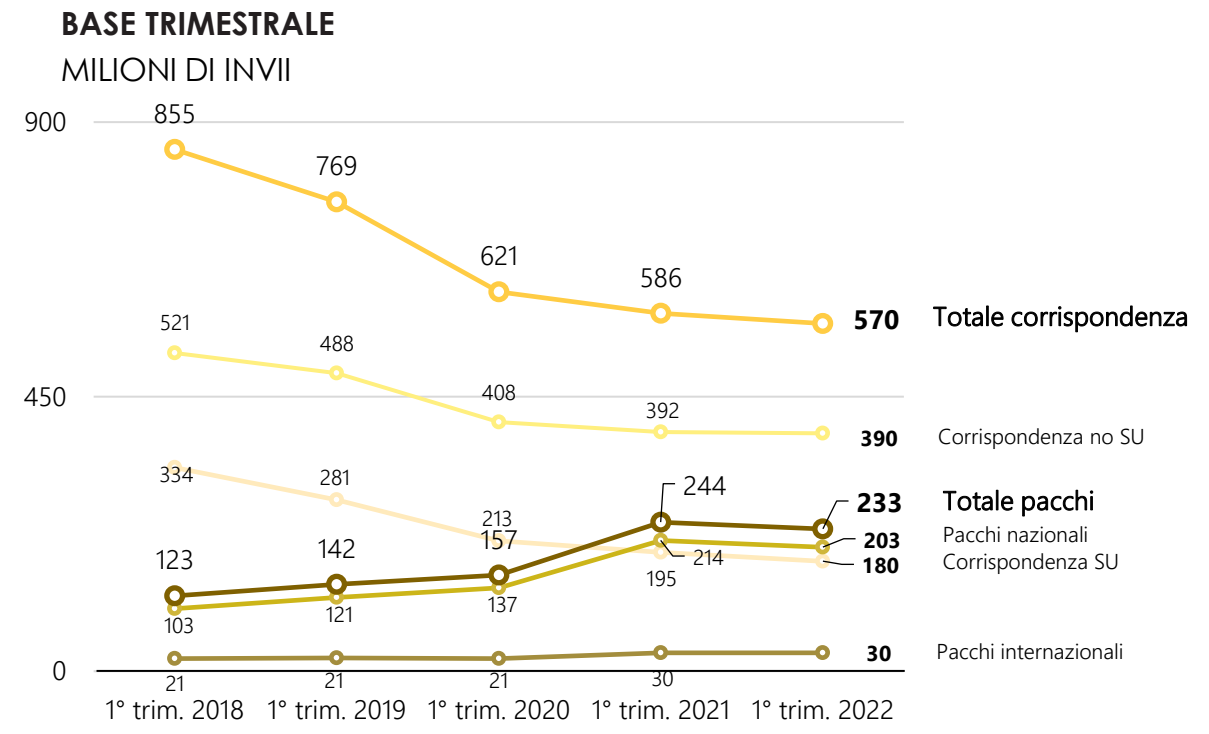
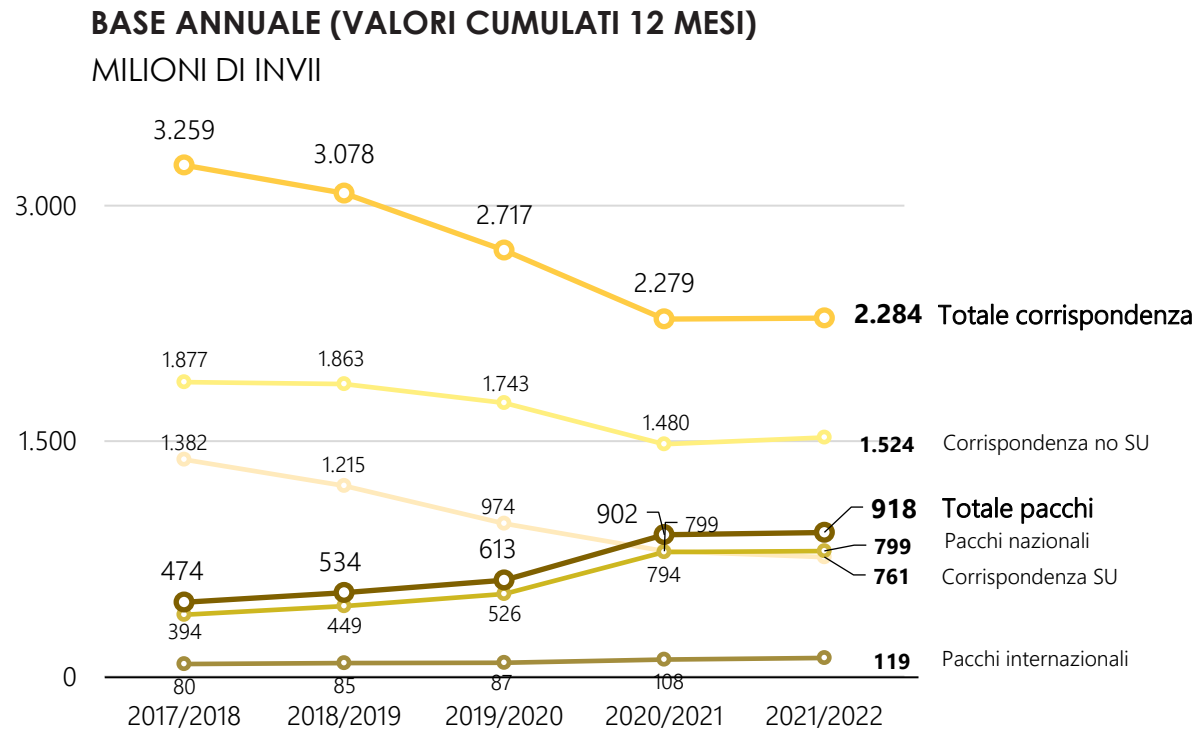
INTERNAZIONALI



2 Confronto valori mensili (variazioni %)

	2019/2020	Annuale 2020/2021	2021/2022	Di periodo 2019/2022
Gennaio	+2,9	+22,3	+3,6	+30,4
Febbraio	+3,9	+34,2	+2,6	+43,1
Marzo	-15,5	+81,0	-2,8	+48,7

3.8 SERVIZI POSTALI: TREND STORICO DEI VOLUMI



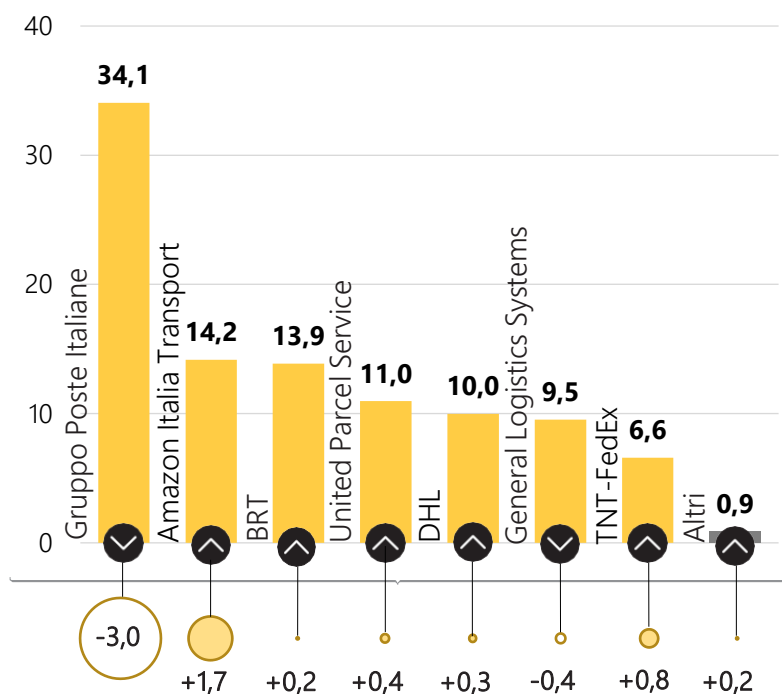
	Variazione in % (2017/2018 – 2021/2022)		Variazione in % (2020/2021 – 2021/2022)	
Servizi di corrispondenza:	-29,9	▼	+0,3	▲
- Servizio Universale:	-45,0	▼	-4,8	▼
- No Servizio Universale:	-18,8	▼	+3,0	▲
Servizi di consegna pacchi:	+93,9	▲	+1,8	▲
- Pacchi nazionali:	+102,9	▲	+0,7	▲
- Pacchi internazionali:	+49,5	▲	+9,5	▲

	Variazione in % (1° trim. 2018 – 1° trim 2022)		Variazione in % (1° trim. 2021 – 1° trim 2022)	
Servizi di corrispondenza:	-33,4	▼	-2,9	▼
- Servizio Universale:	-46,0	▼	-7,5	▼
- No Servizio Universale:	-25,3	▼	-0,6	▼
Servizi di consegna pacchi:	+89,0	▲	-4,5	▼
- Pacchi nazionali:	+98,0	▲	-5,2	▼
- Pacchi internazionali:	+44,2	▲	+0,9	▲

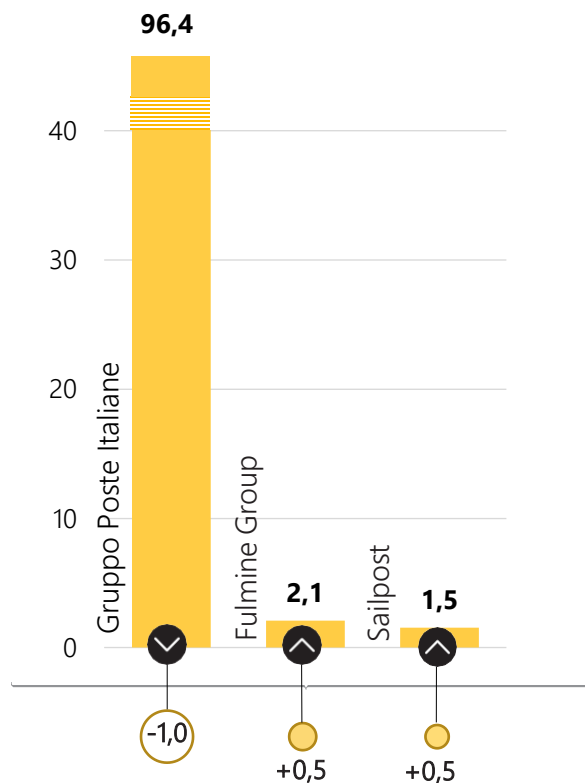
3.9 SERVIZI POSTALI: IL QUADRO CONCORRENZIALE

1° TRIMESTRE 2022 IN % DEI RICAVI TOTALI (Servizio Universale + Servizio non Universale)

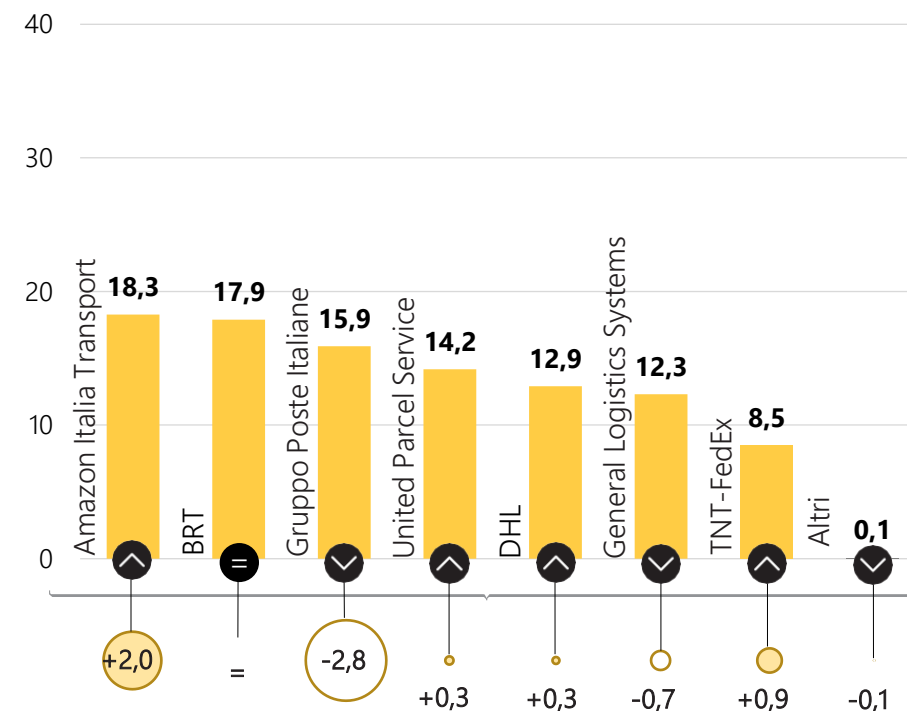
SERVIZI DI CORRISPONDENZA E
CONSEGNA PACCHI



SERVIZI DI CORRISPONDENZA



SERVIZI DI CONSEGNA PACCHI



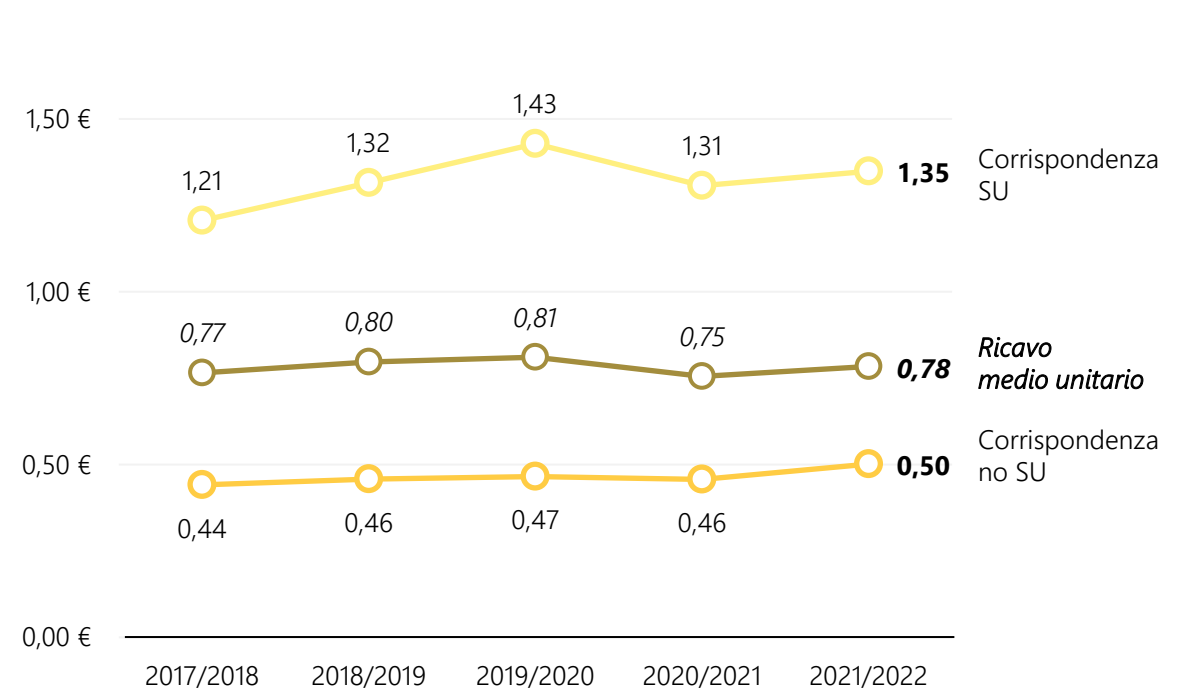
Differenza vs. 1° trimestre 2021
(punti percentuali)

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.

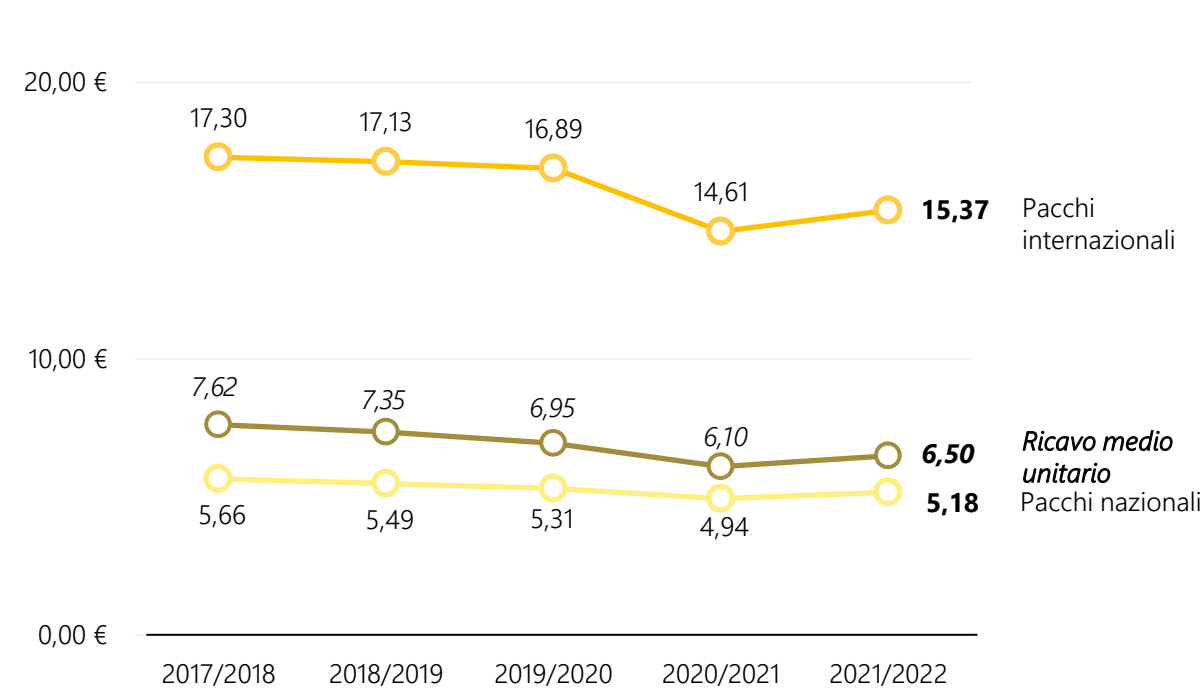
3.10 SERVIZI POSTALI: TREND STORICO DEI RICAVI UNITARI (media degli ultimi 12 mesi)



SERVIZI DI CORRISPONDENZA



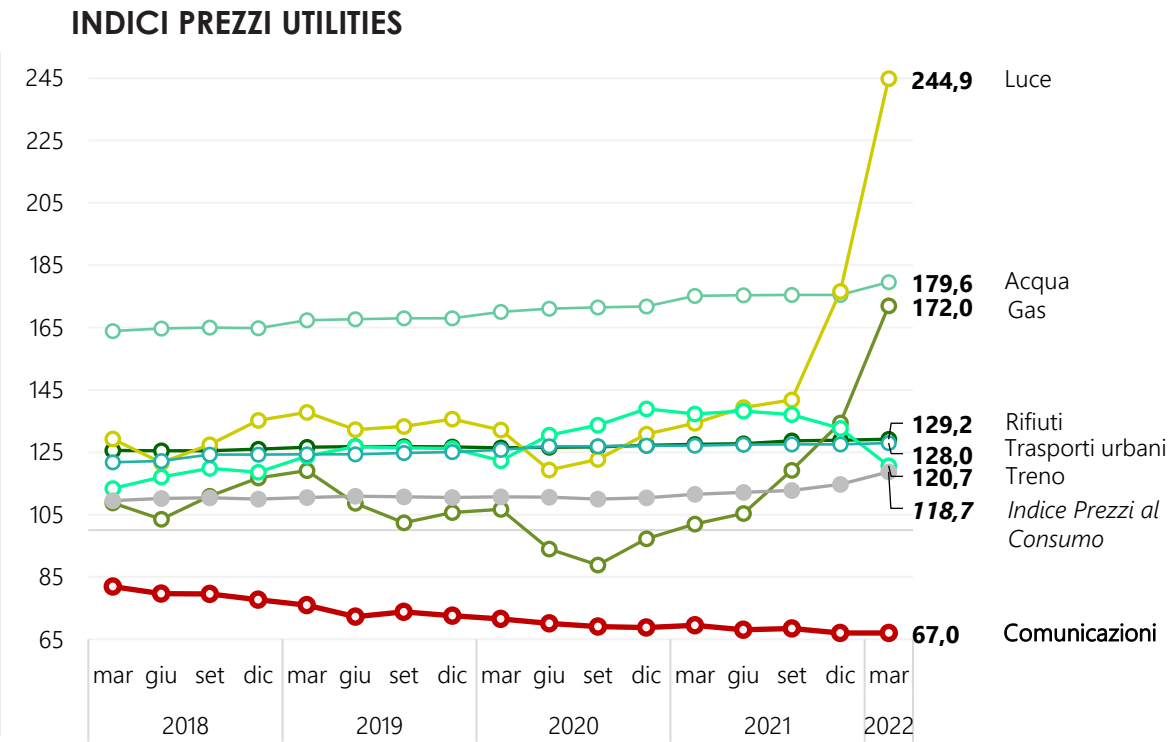
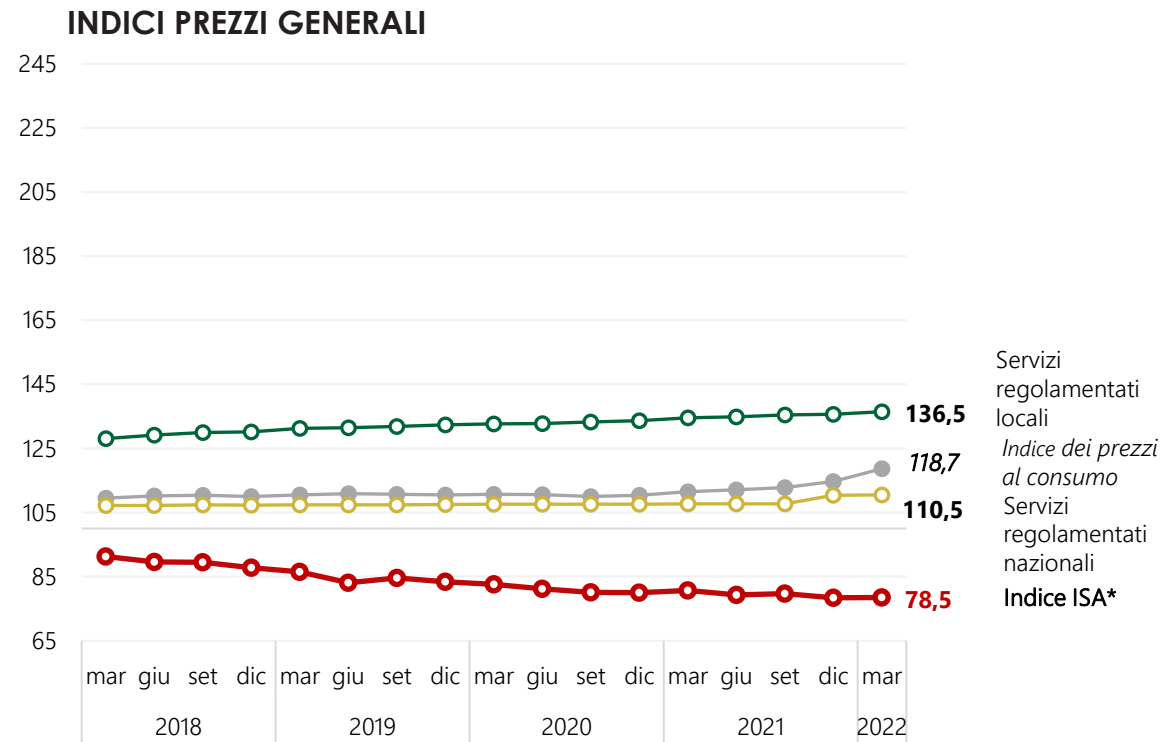
SERVIZI DI CONSEGNA PACCHI



	Variazione in %			
	(2017/2018 – 2021/2022)		(2020/2021 – 2021/2022)	
Ricavo medio unitario:	+2,4	▲	+3,8	▲
Corrispondenza SU:	+11,9	▲	+3,2	▲
Corrispondenza no SU:	+13,7	▲	+9,6	▲

	Variazione in %			
	(2017/2018 – 2021/2022)		(2020/2021 – 2021/2022)	
Ricavo medio unitario:	-14,7	▼	+6,5	▲
Pacchi internazionali:	-11,1	▼	+5,3	▲
- SU:	-2,6	▼	+9,9	▲
- No SU:	-11,0	▼	+5,3	▲
Pacchi nazionali:	-8,6	▼	+4,8	▲
- SU:	+1,1	▲	+3,7	▲
- No SU:	-8,6	▼	+4,9	▲

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



Fonte: Istat ed elaborazioni Agcom

	Variazione in %	
	(2018 – 2022)	(2021 – 2022)
ISA (Indice Sintetico Agcom):	-14,0 ↓	-2,7 ↓
Indice dei prezzi al consumo:	+8,4 ↑	+6,5 ↑
Servizi regolamentati locali:	+6,6 ↑	+1,4 ↑
Servizi regolamentati nazionali:	+3,1 ↑	+2,6 ↑

(*) 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.

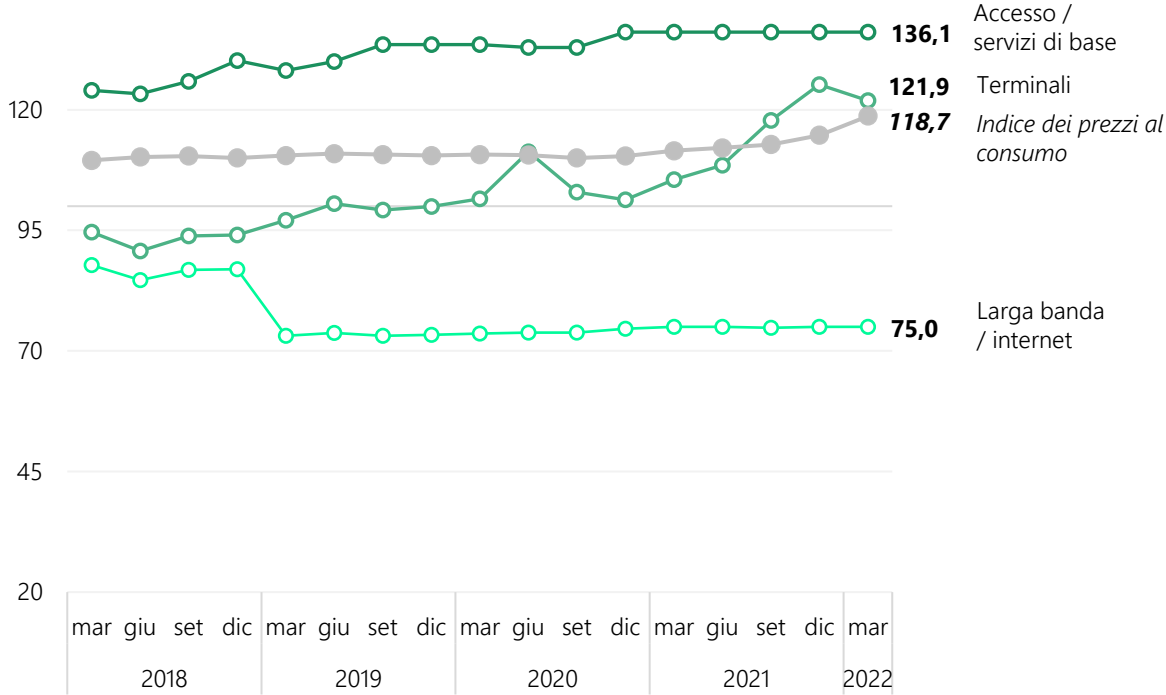
	Variazione in %			Variazione in %	
	(2018 - 2022)	(2021 - 2022)		(2018 - 2022)	(2021 - 2022)
Acqua (04.4.1):	+9,6 ↑	+2,5 ↑	Treno (07.3.1):	+6,4 ↑	-12,1 ↓
Rifiuti (04.4.2):	+2,9 ↑	+1,3 ↑	Trasporti urbani (07.3.2.1.1):	+5,1 ↑	+0,7 ↑
Luce (04.5.1):	+89,4 ↑	+82,4 ↑	Comunicazioni (08):	-18,2 ↓	-3,6 ↓
Gas (04.5.2):	+58,1 ↑	+68,6 ↑			

(Codice COICOP - Classification of Individual Consumption by Purpose)

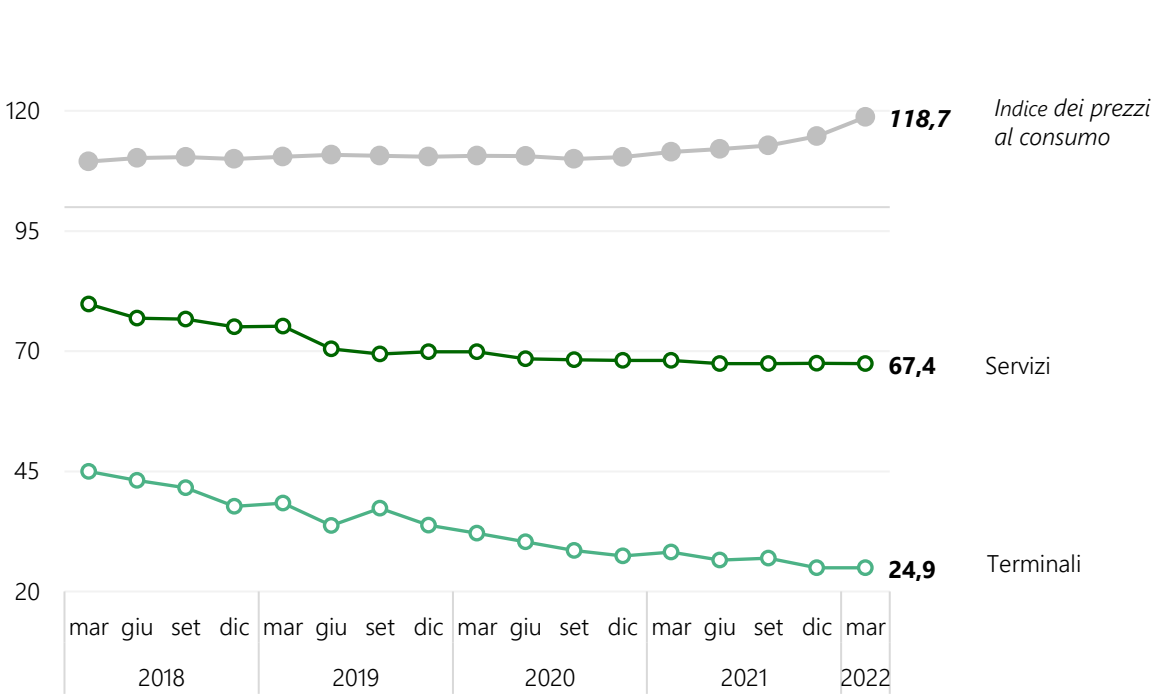
4.2 PREZZI: TELEFONIA FISSA E MOBILE (2010=100)



INDICI PREZZI TELEFONIA FISSA



INDICI PREZZI TELEFONIA MOBILE



Fonte: Istat ed elaborazioni Agcom

Variazione in %

	(2018 - 2022)	(2021 - 2022)
Accesso / servizi di base (08.3.0.1):	+9,8 ▲	=
Terminali (08.2.0.1):	+28,9 ▲	+15,5 ▲
Larga banda / internet (08.3.0.3.0.07):	-14,6 ▼	=

Variazione in %

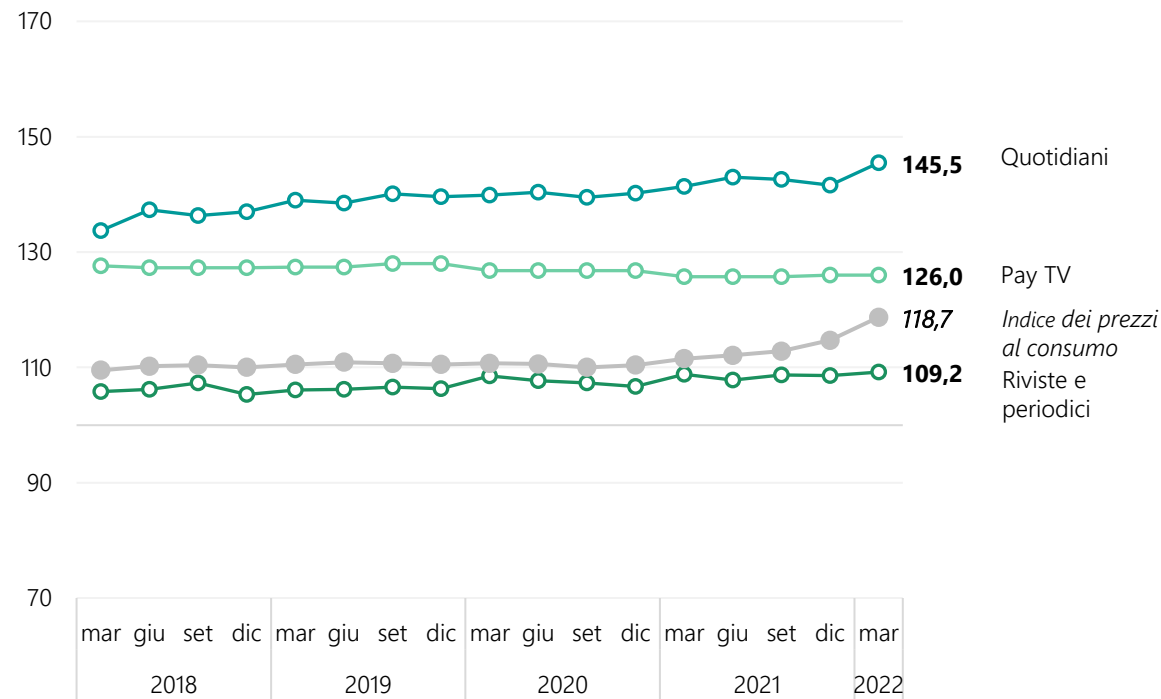
	(2018 - 2022)	(2021 - 2022)
Servizi (08.3.0.2):	-15,5 ▼	-1,0 ▼
Terminali (08.2.0.2):	-44,7 ▼	-11,7 ▼

(Codice COICOP - Classification of Individual Consumption by Purpose)

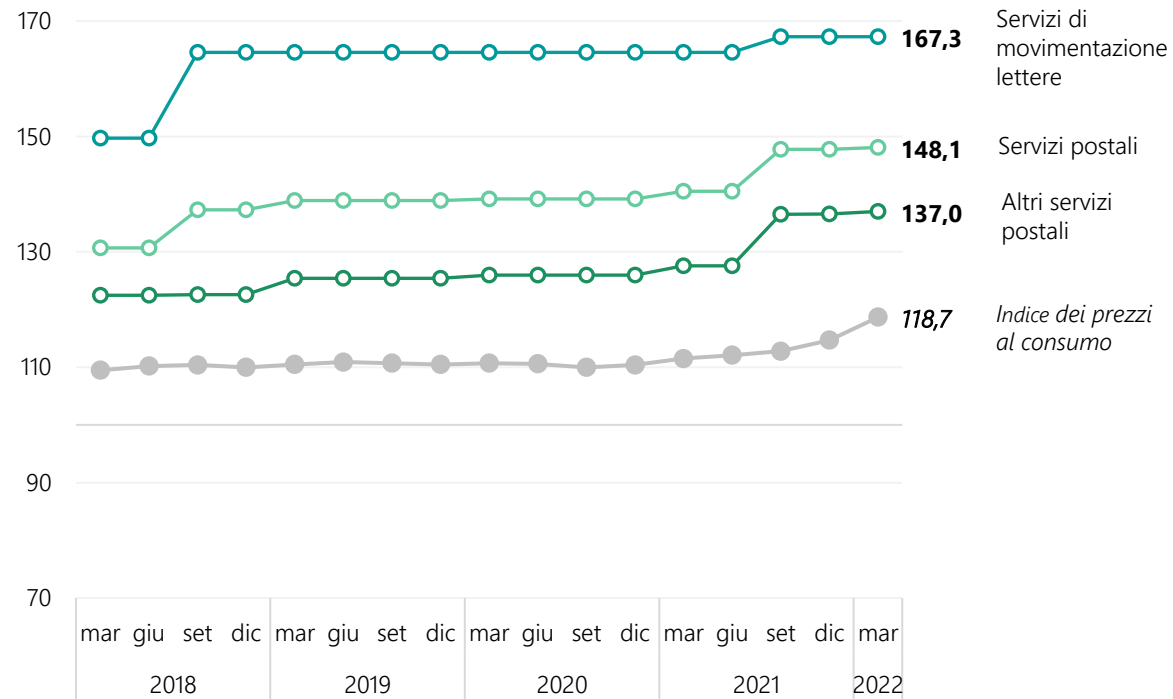
4.3 PREZZI: QUOTIDIANI, PERIODICI, TV E SERVIZI POSTALI (2010=100)



INDICI PREZZI QUOTIDIANI, PERIODICI E TV



INDICI PREZZI SERVIZI POSTALI



Fonte: Istat ed elaborazioni Agcom

Variazione in %

	(2018 - 2022)		(2021 - 2022)
Quotidiani (09.5.2.1.0):	+8,8 ▲	+2,9 ▲	
Pay TV (09.4.2.3.0.02):	-1,3 ▼	+0,2 ▲	
Riviste e periodici (09.5.2.2.0):	+3,2 ▲	+0,4 ▲	

Variazione in %

	(2018 - 2022)		(2021 - 2022)
Servizi postali (08.1):	+13,3 ▲	+5,4 ▲	
Servizi di movimentazione lettere (08.1.0.1.0.00):	+11,8 ▲	+1,6 ▲	
Altri servizi postali (08.1.0.9.0.00):	+11,8 ▲	+7,4 ▲	

(Codice COICOP - Classification of Individual Consumption by Purpose)

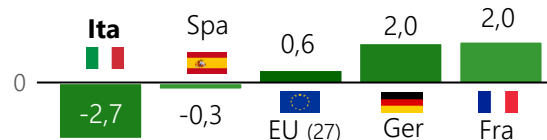
4.4 PREZZI: DINAMICHE IN EUROPA

COMUNICAZIONI ELETTRONICHE

(COICOP 08.2 - 08.3)

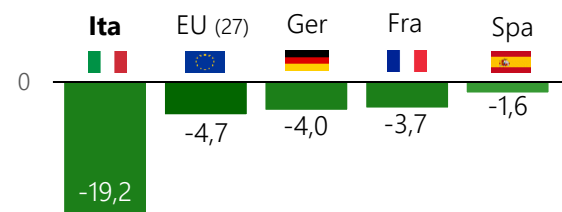
Variazione % (1 anno)

Mar. 2021
-
Mar. 2022



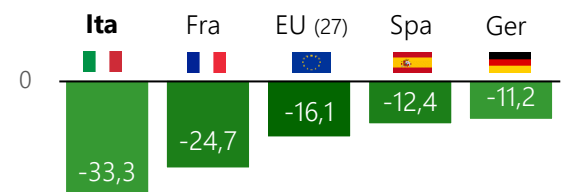
Variazione % (5 anni)

Mar. 2017
-
Mar. 2022



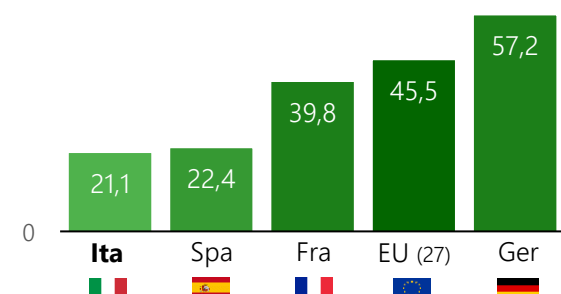
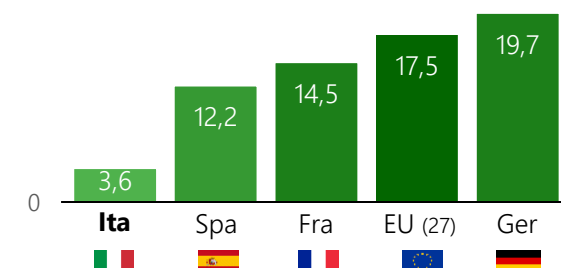
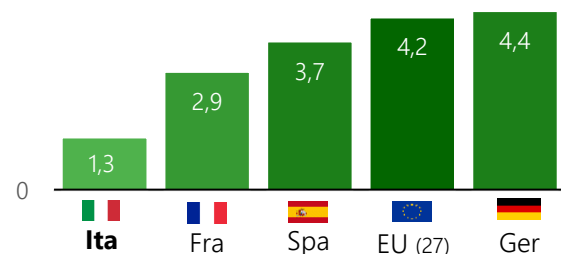
Variazione % (10 anni)

Mar. 2012
-
Mar. 2022



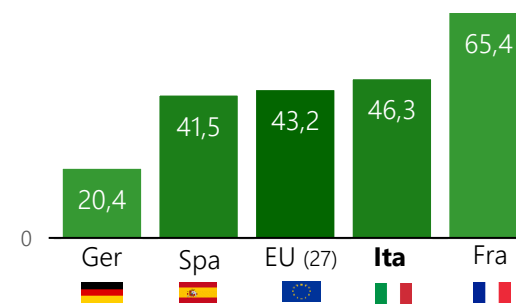
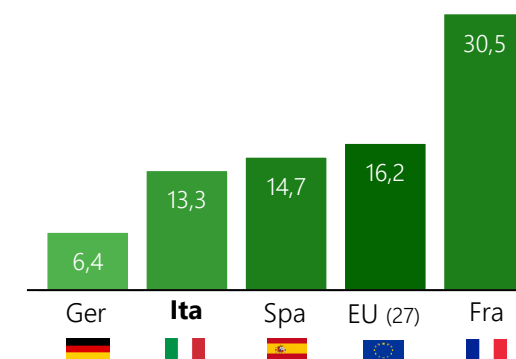
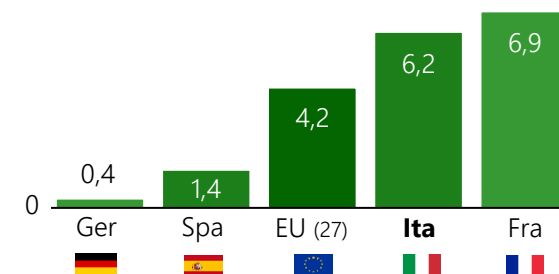
QUOTIDIANI E PERIODICI

(COICOP 09.5.2)



SERVIZI POSTALI

(COICOP 08.1)





OSSERVATORIO SULLE COMUNICAZIONI

N. 2/2022

Per informazioni: Direzione studi, ricerche e statistiche - segreteria.dsr@agcom.it

Roma

Via Isonzo 21/b -00198

Napoli

Centro Direzionale Isola B5 -80143