



AUTORITÀ PER LE
GARANZIE NELLE
COMUNICAZIONI

OSSERVATORIO SULLE COMUNICAZIONI

N. 2/2023



RA

IL VALORE DEL SETTORE DELLE COMUNICAZIONI

(Relazione Annuale 2023)

RA.1 Andamento **annuale** dei ricavi nei settori di competenza AGCOM (2021 – 2022)

RA.2 Andamento **quinquennale** dei ricavi nei settori di competenza AGCOM (2018 – 2022)

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 2023. 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.

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 (download + upload)
- 1.6 Traffico dati, intensità dei flussi settimanali

Rete mobile

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

02

MEDIA E PIATTAFORME

Televisione (DVB-T e SAT)

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

Editoria quotidiana

- 2.6 Copie giornaliere vendute da inizio anno (1/2)
- 2.7 Copie giornaliere vendute da inizio anno (2/2)
- 2.8 Vendite complessive e distribuzione per principali gruppi editoriali
- 2.9 Distribuzione delle vendite per principali testate

Piattaforme

- 2.10 Utenti unici dei siti/app dei principali operatori
- 2.11 Utenti unici dei siti/app di informazione generalista
- 2.12 Utenti unici dei siti/app di e-commerce
- 2.13 Utenti unici dei siti/app di video on demand a pagamento
- 2.14 Tempo speso sui siti/app di servizi video on demand a pagamento
- 2.15 Utenti unici delle piattaforme di servizi video on demand gratuiti
- 2.16 Tempo speso sulle piattaforme di servizi video on demand gratuiti

03

SERVIZI POSTALI



Ricavi

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

Volumi

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

Il mercato

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

04

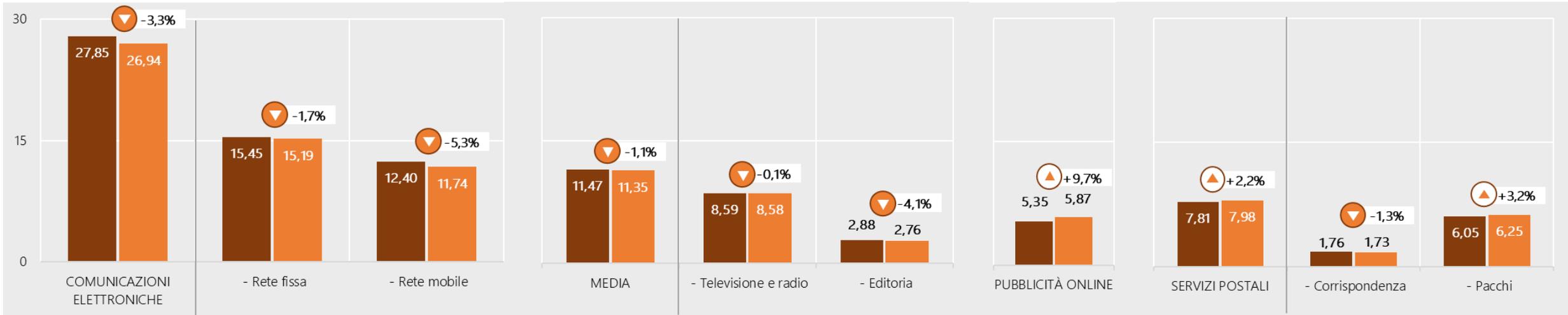
I PREZZI DEI SERVIZI DI COMUNICAZIONE

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

RA-1: ANDAMENTO ANNUALE DEI RICAVI NEI SETTORI DI COMPETENZA AGCOM

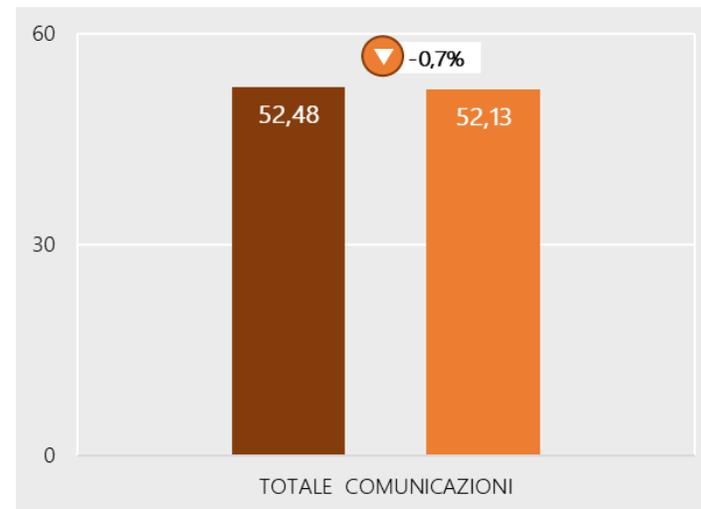
MILIARDI DI €

CONFRONTO:
Anno 2021 – Anno 2022



1 Nel 2022 il valore complessivo dei **settori di competenza AGCOM** è stimabile in 52,13 mld. di €, in flessione dello 0,7% (-350 mln. di €) su base annua

2 La flessione maggiore si registra nel settore delle **Comunicazioni elettroniche** (-910 mln. di €) a causa della riduzione sia dei ricavi da rete fissa (-260 mln. di €) sia, in misura maggiore, dei ricavi da rete mobile (-650 mln. di €)

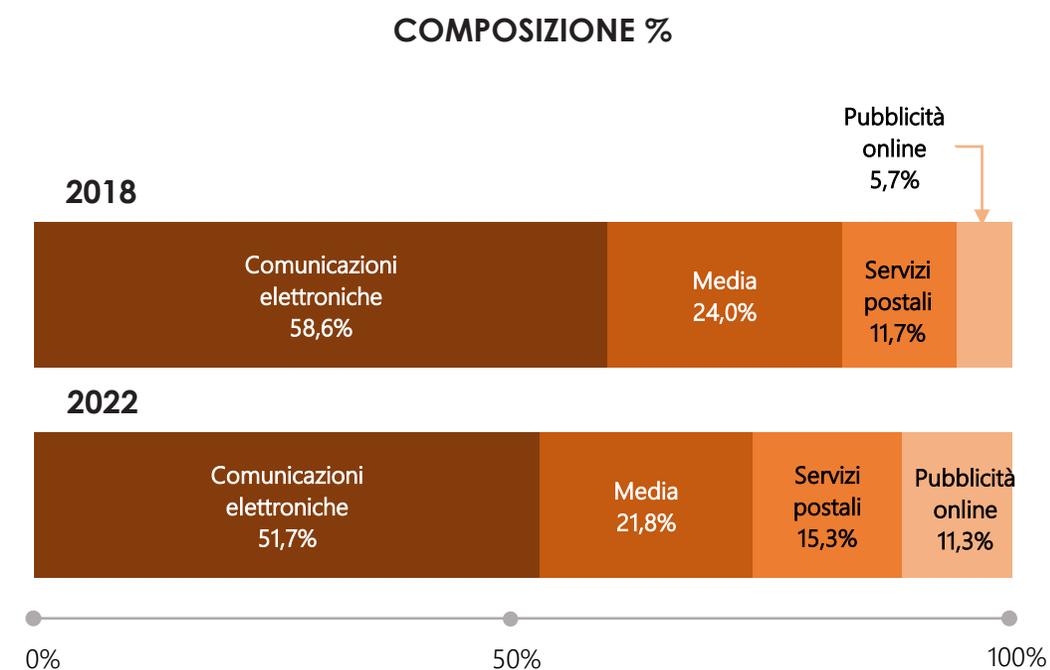
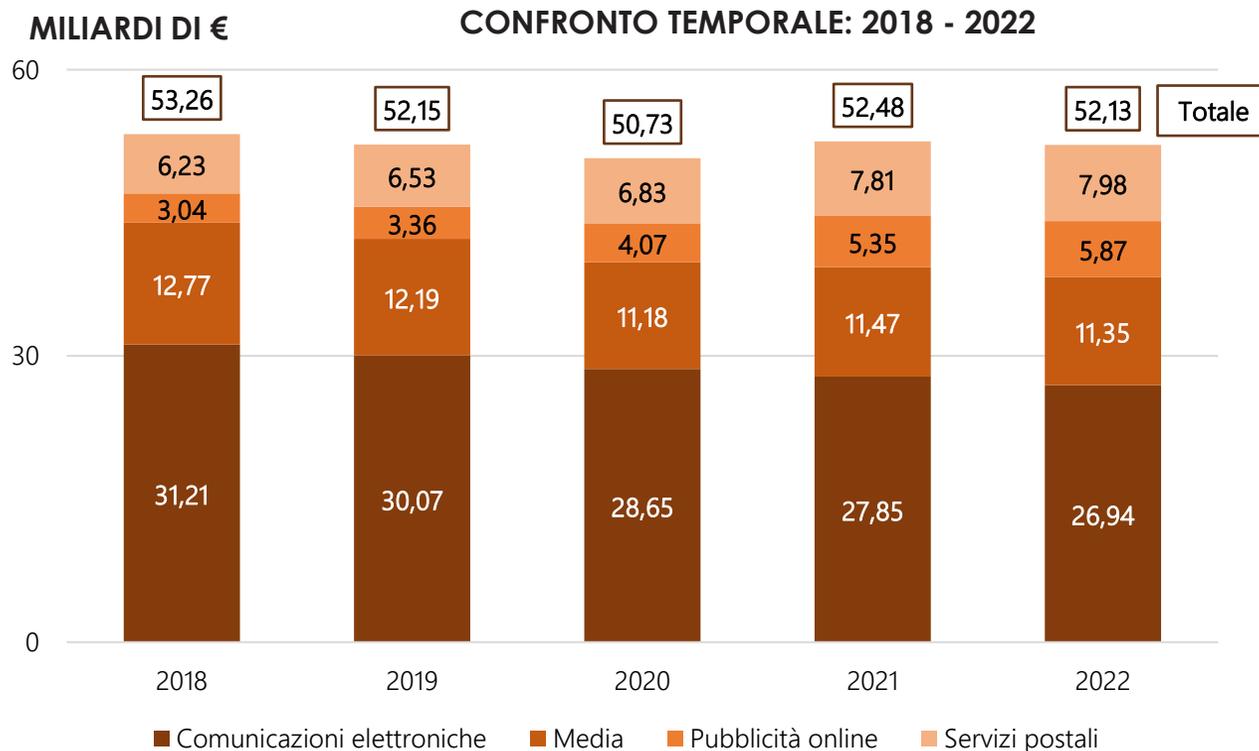


3 Nel settore dei **Media** (-130 mln. di €), rilevante è la perdita registrata nel comparto dell'editoria (-120 mln. di €), mentre nella sostanza stabili risultano i ricavi della televisione e radio (circa 8,6 mld. di €)

4 Le risorse afferenti al settore della **Pubblicità online** proseguono la loro crescita (+520 mln. di €)

5 Nel **Settore postale** (+170 mln. di €) la crescita dei ricavi è ascrivibile al segmento dei servizi di consegna pacchi (+190 mln. di €), mentre il segmento dei servizi di corrispondenza registra una flessione (-20 mln. di €)

RA-2: ANDAMENTO QUINQUENNALE DEI RICAVI NEI SETTORI DI COMPETENZA AGCOM



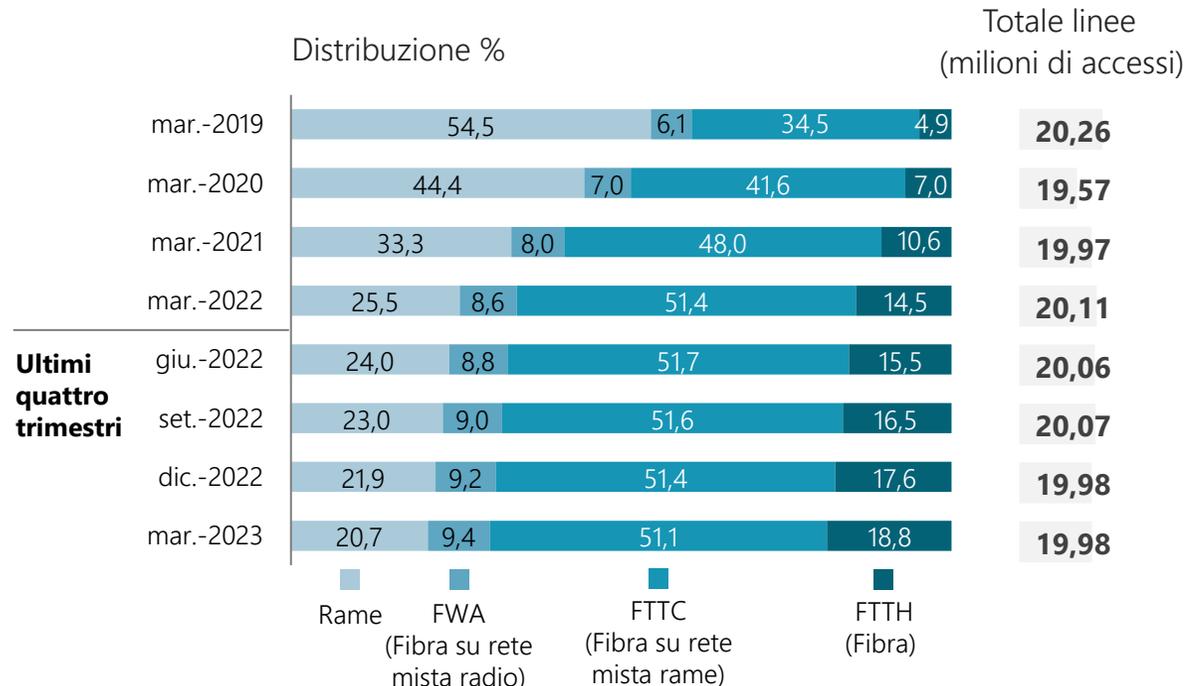
Totale «AGCOM»
(Mld. di €)



	Variazione % (2018 vs. 2022)
Comunicazioni elettroniche	-13,7
- Rete fissa	-7,7
- Rete mobile	-20,4
Media	-11,2
- Televisione e radio	-4,7
- Editoria	-26,7
Pubblicità online	+93,0
Servizi postali	+28,0
- Servizi di corrispondenza	-27,2
- Servizi di consegna pacchi	+62,1

	Variazione p.p. (2018 vs. 2022)
Comunicazioni elettroniche	-6,9
- Rete fissa	-1,8
- Rete mobile	-5,2
Media	-2,2
- Televisione e radio	-0,4
- Editoria	-1,8
Pubblicità online	+5,6
Servizi postali	+3,6
- Servizi di corrispondenza	-1,1
- Servizi di consegna pacchi	+4,7

1.1 RETE FISSA: ACCESSI DIRETTI COMPLESSIVI

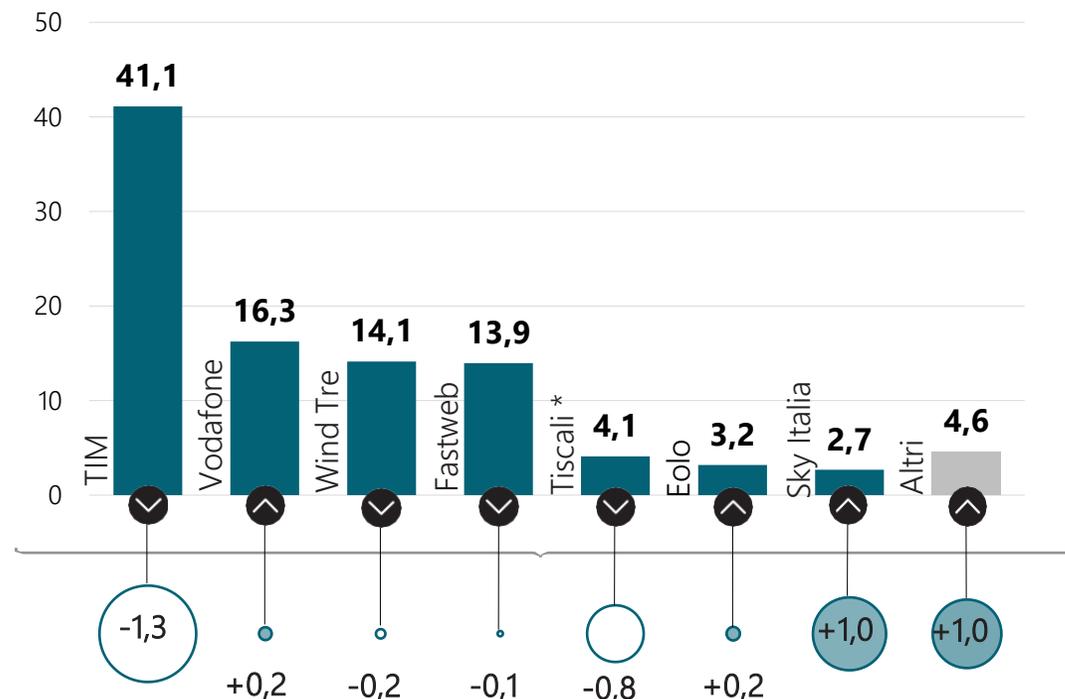


Nota: Sono compresi gli accessi fisici TIM, Full ULL, SLU, Vula, DSL Naked, WLR, Bitstream NGA, Fibra e FWA

Totale linee	(valori assoluti)	(Δ %)	Composizione % (Δ 2022-2023) punti percentuali
Variazione trimestrale: (Dic. 2022 – Mar. 2023)	+5 mila accessi	↑ +0,02	Rame: -4,8 ↓
Variazione annuale: (Mar. 2022 – Mar. 2023)	-131 mila accessi	↓ -0,7	FWA: +0,8 ↑
Variazione periodo: (Mar. 2019 – Mar. 2023)	-284 mila accessi	↓ -1,4	FTTC: -0,3 ↓
			FTTH: +4,4 ↑

QUOTE DI MERCATO (%)

MARZO 2023

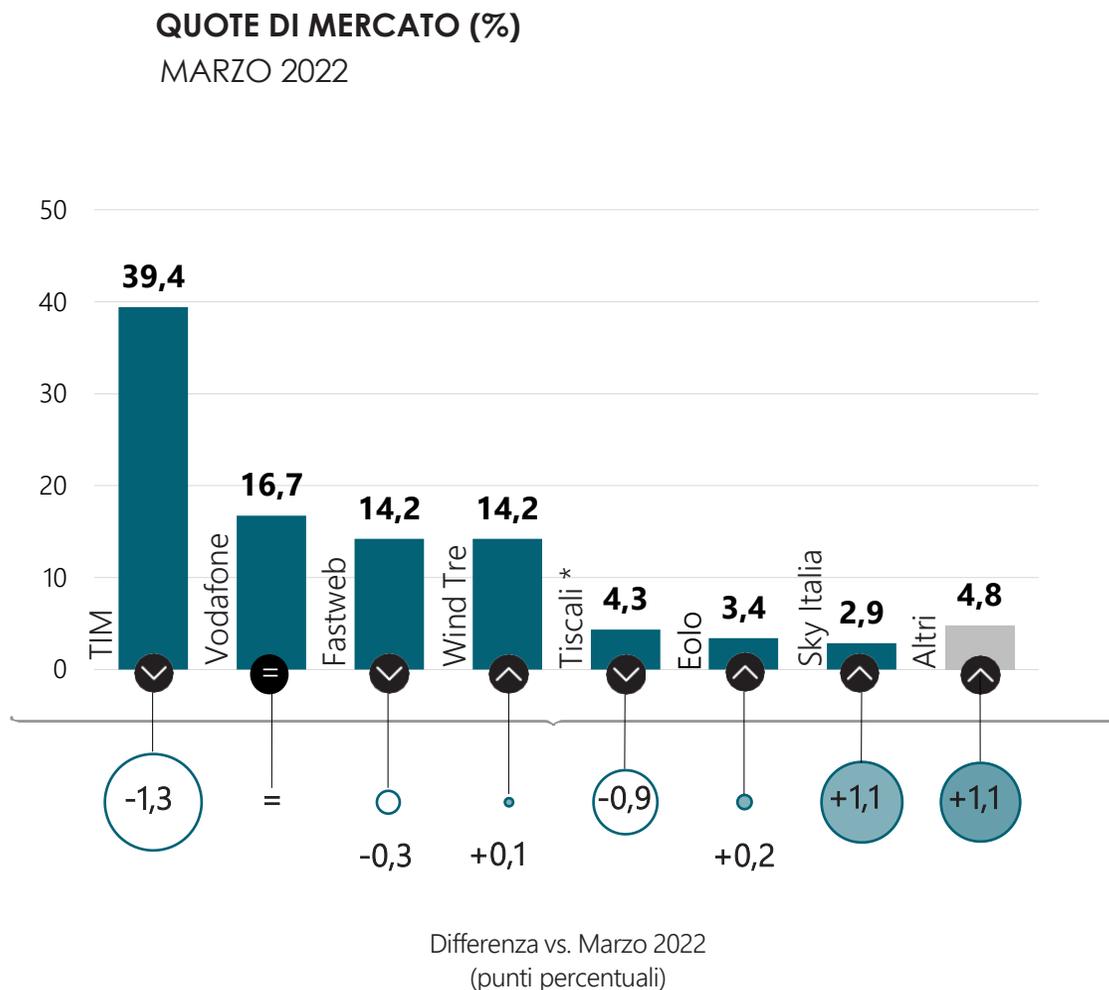
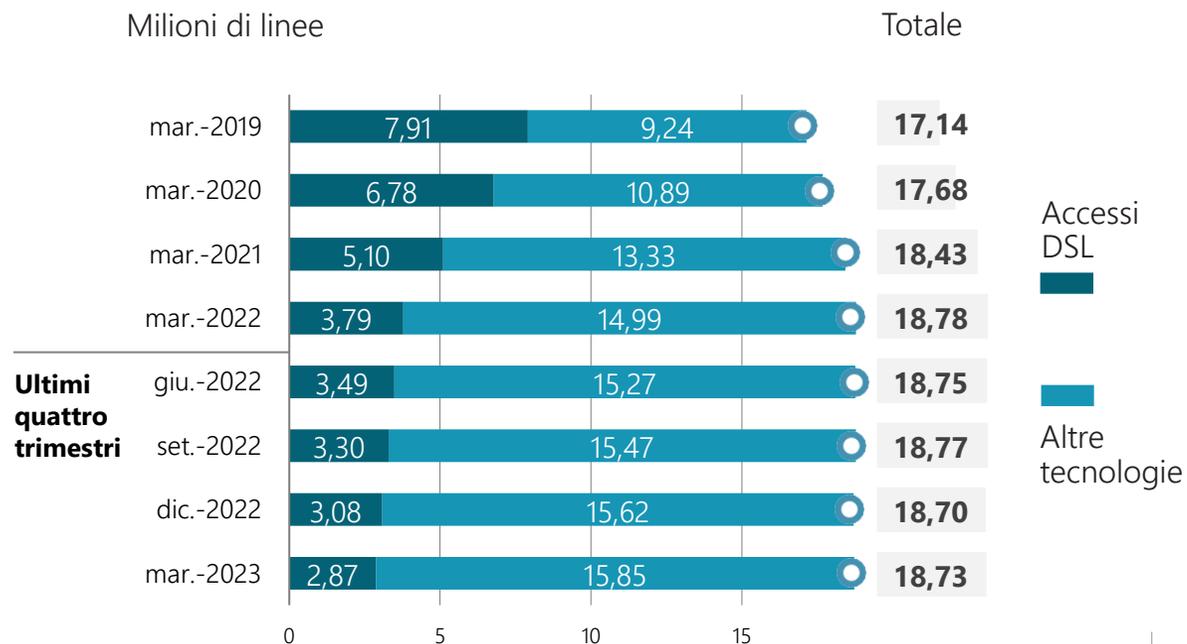


Differenza vs. Marzo 2022
(punti percentuali)

* Il valore esposto - a seguito della fusione intervenuta a partire dal 1° agosto 2022- include anche la quota in precedenza attribuita a Linkem

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

1.2 RETE FISSA: ACCESSI BROADBAND E ULTRABROADBAND



Variatione trimestrale
(Dic. 2022 – Mar. 2023)

Totale linee



+21 mila
accessi
(+0,1%)

Variatione annuale
(Mar. 2022 – Mar. 2023)

Totale linee



-52 mila
accessi
(-0,3%)

Accessi DSL



-914 mila
accessi
(-24,1%)

Altre tecnologie



+862 mila
accessi
(+5,7%)

* Il valore esposto - a seguito della fusione intervenuta a partire dal 1° agosto 2022- include anche la quota in precedenza attribuita a Linkem

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

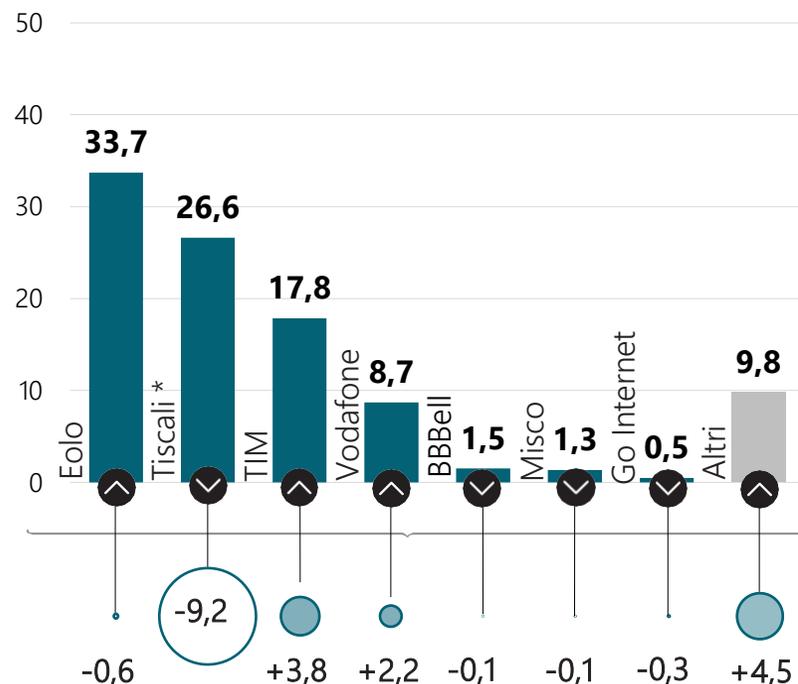
MARZO 2023

FWA

Totale linee: **1,88** milioni di accessi

Variazione
Mar. 2022 – Mar. 2023

+8,2% ↑

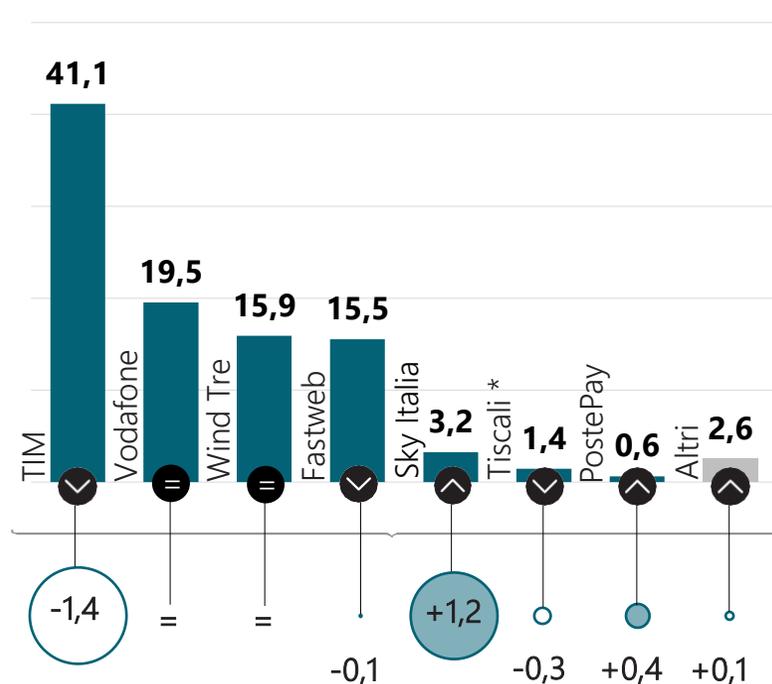


FTTC

Totale linee: **10,20** milioni di accessi

Variazione
Mar. 2022 – Mar. 2023

-1,2% ↓

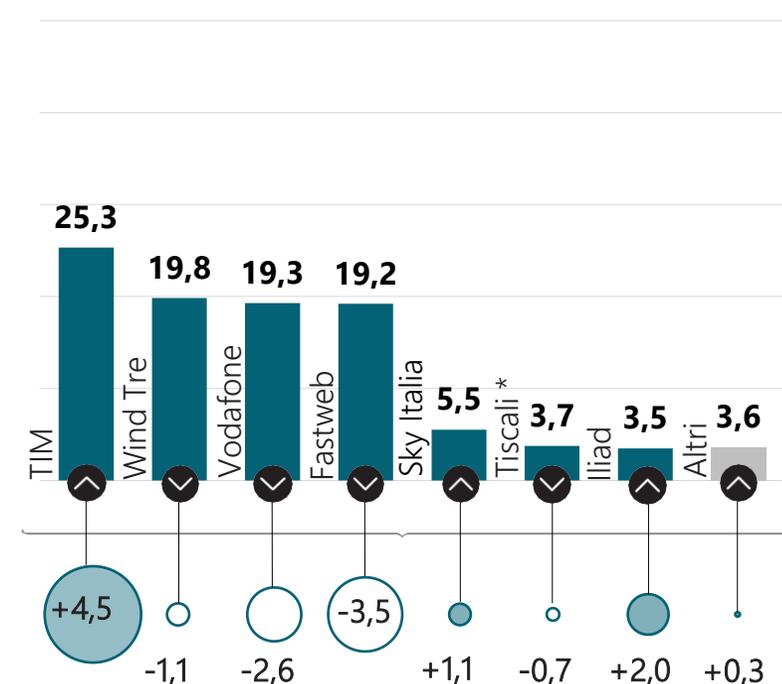


FTTH

Totale linee: **3,76** milioni di accessi

Variazione
Mar. 2022 – Mar. 2023

+29,2% ↑



* Il valore esposto - a seguito della fusione intervenuta a partire dal 1° agosto 2022- include anche la quota in precedenza attribuita a Linkem

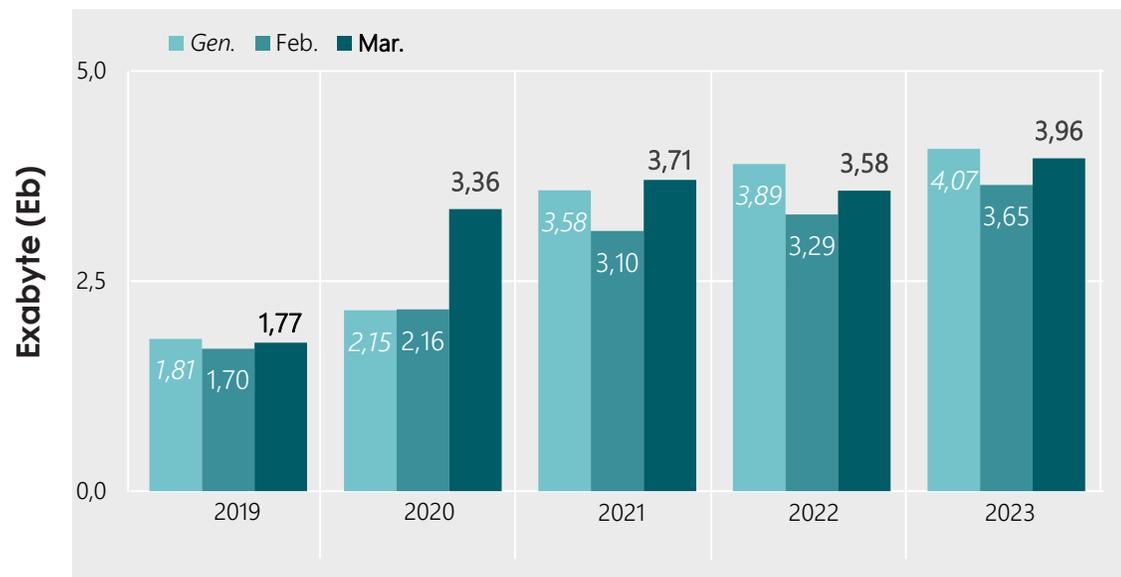
Differenza vs. Marzo 2022
(punti percentuali)

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 IN DOWNLOAD E UPLOAD



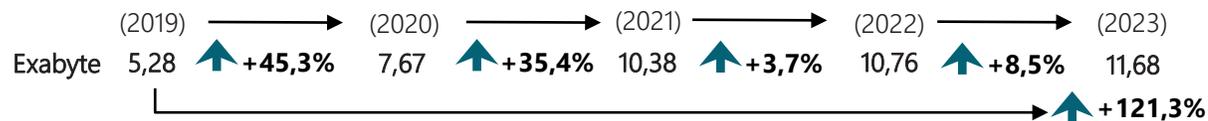
DOWNLOAD (valori mensili cumulati)



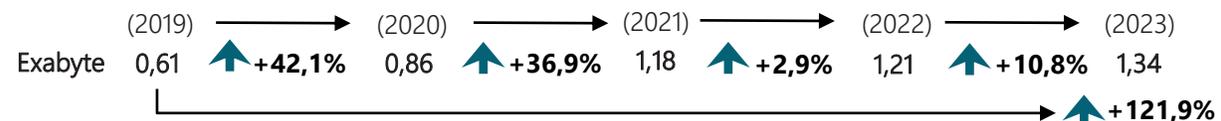
UPLOAD (valori mensili cumulati)



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



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



2 Confronto valori mensili (variazioni %)

	Annuale				Di periodo 2019/2023
	2019/2020	2020/2021	2021/2022	2022/2023	
Gennaio	+18,6	+66,4	+8,8	+4,6	+124,6
Febbraio	+27,4	+43,2	+6,3	+10,7	+114,9
Marzo	+89,9	+10,4	-3,5	+10,8	+124,2

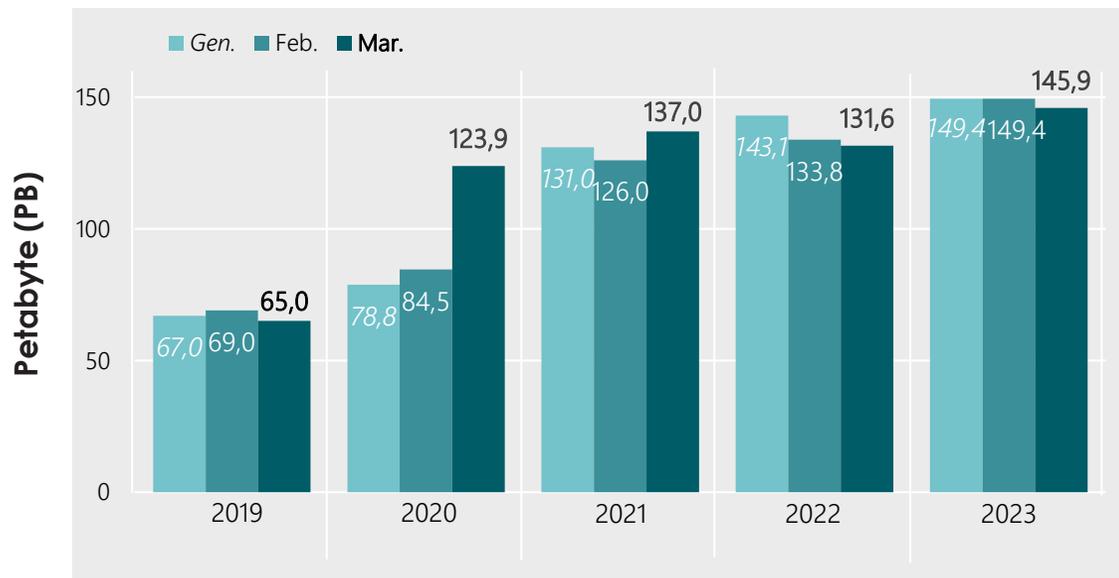
2 Confronto valori mensili (variazioni %)

	Annuale				Di periodo 2019/2023
	2019/2020	2020/2021	2021/2022	2022/2023	
Gennaio	+10,2	+64,8	+13,5	+2,4	+111,0
Febbraio	+21,3	+50,8	+5,0	+19,6	+129,7
Marzo	+95,6	+12,1	-7,9	+12,0	+126,0

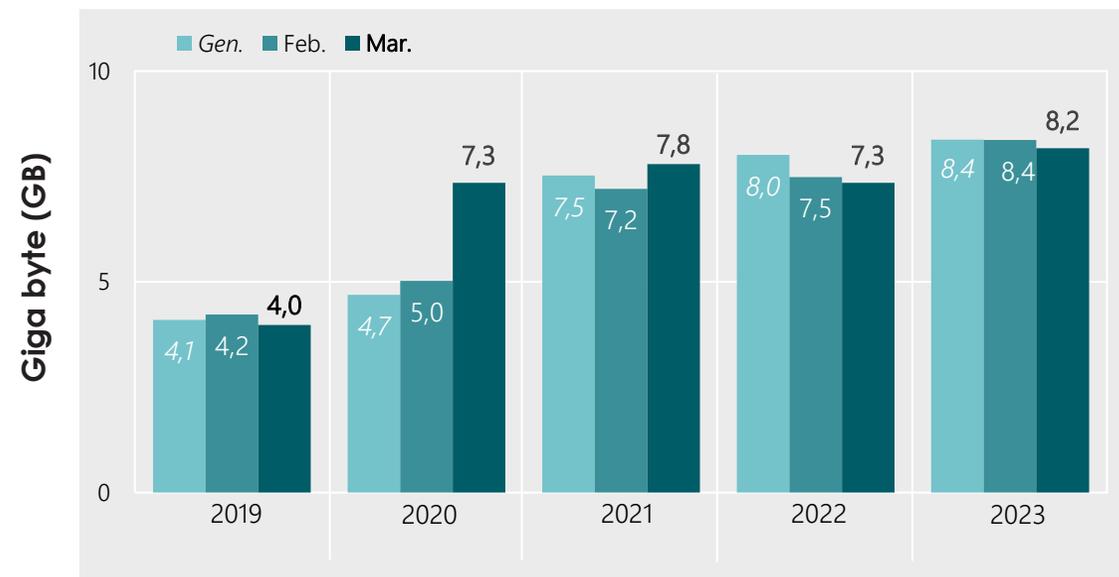
1.5 RETE FISSA: TRAFFICO DATI MEDIO GIORNALIERO (download + upload)



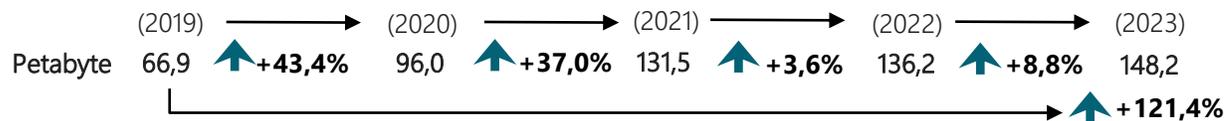
COMPLESSIVO



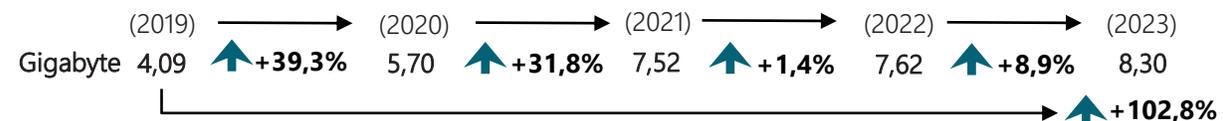
PER LINEA BROADBAND



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



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



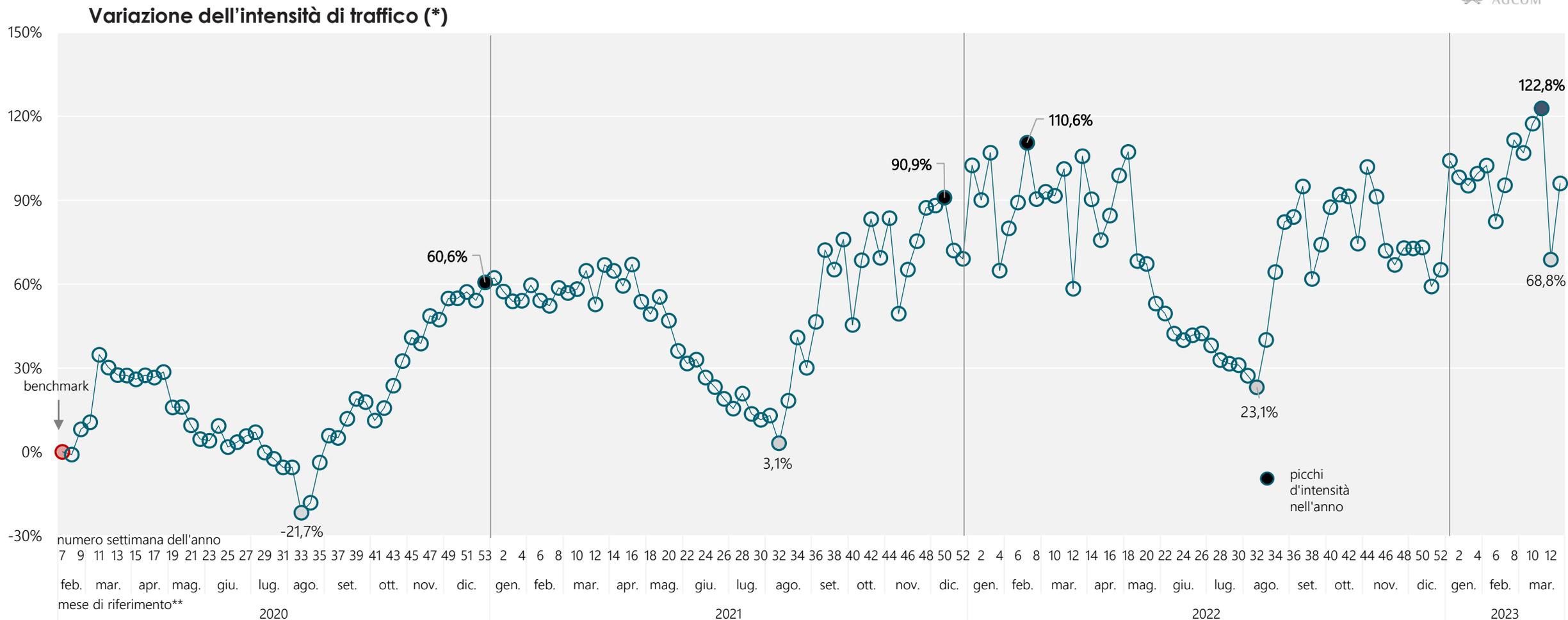
2 Confronto valori medi mensili giornalieri (variazioni %)

	Annuale				Di periodo 2019/2023
	2019/2020	2020/2021	2021/2022	2022/2023	
Gennaio	+17,7	+66,2	+9,2	+4,4	+123,1
Febbraio	+22,4	+49,1	+6,2	+11,6	+116,4
Marzo	+90,5	+10,6	-3,9	+10,9	+124,4

2 Confronto valori medi mensili giornalieri (variazioni %)

	Annuale				Di periodo 2019/2023
	2019/2020	2020/2021	2021/2022	2022/2023	
Gennaio	+14,5	+60,4	+6,6	+4,4	+104,5
Febbraio	+18,9	+43,4	+3,9	+11,8	+98,2
Marzo	+84,7	+6,1	-5,7	+11,2	+105,4

1.6 RETE FISSA: TRAFFICO DATI, INTENSITÀ DEI FLUSSI SETTIMANALI



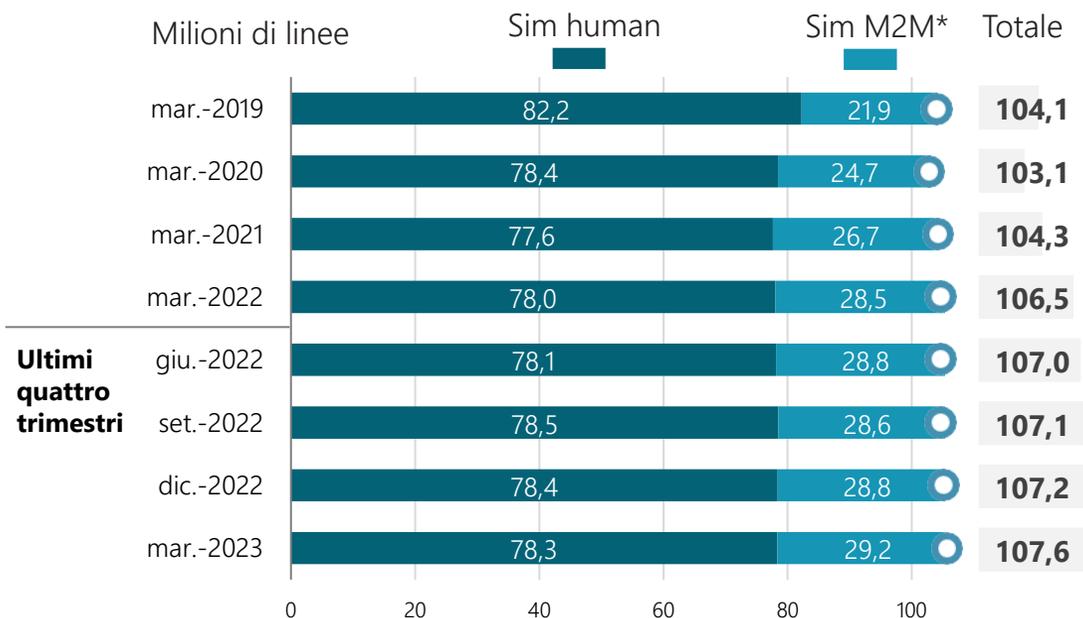
Definizione: per Intensità di traffico (Gbps) si intende il picco del volume di traffico dati in ingresso nella rete dell'operatore misurato in un intervallo temporale compreso tra i 5 e i 60 minuti.

* 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 (Dic. 2022 – Mar. 2023)

Variazione annuale (Mar. 2022 – Mar. 2023)

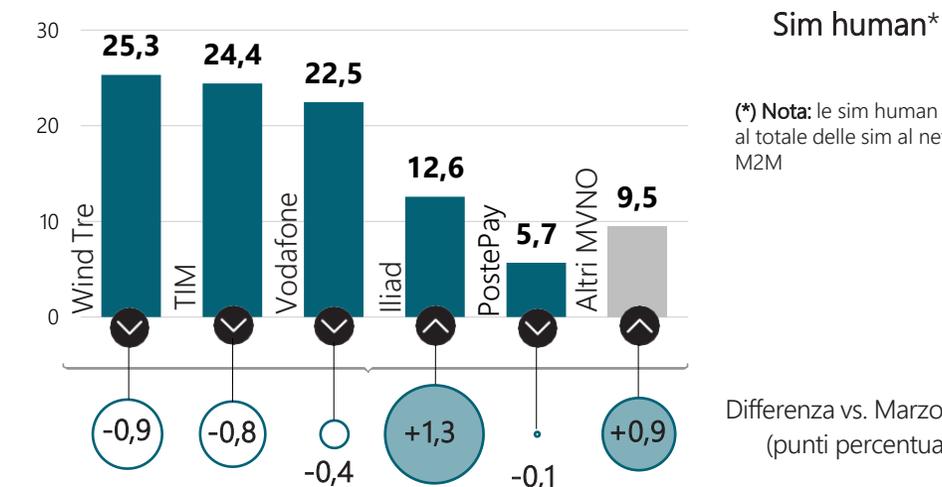
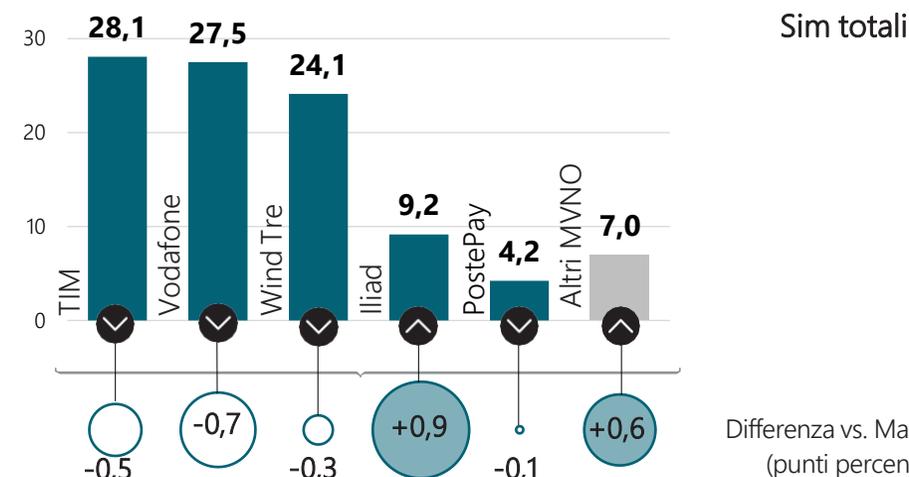
	(n° di sim in migliaia)	(%)
Totale sim:	+365	+0,3
Sim human:	-56	-0,1
Sim M2M:	+420	+1,5

	(n° di sim in migliaia)	(%)
Totale sim:	+1.115	+1,0
Sim human:	+332	+0,4
Sim M2M:	+783	+2,7

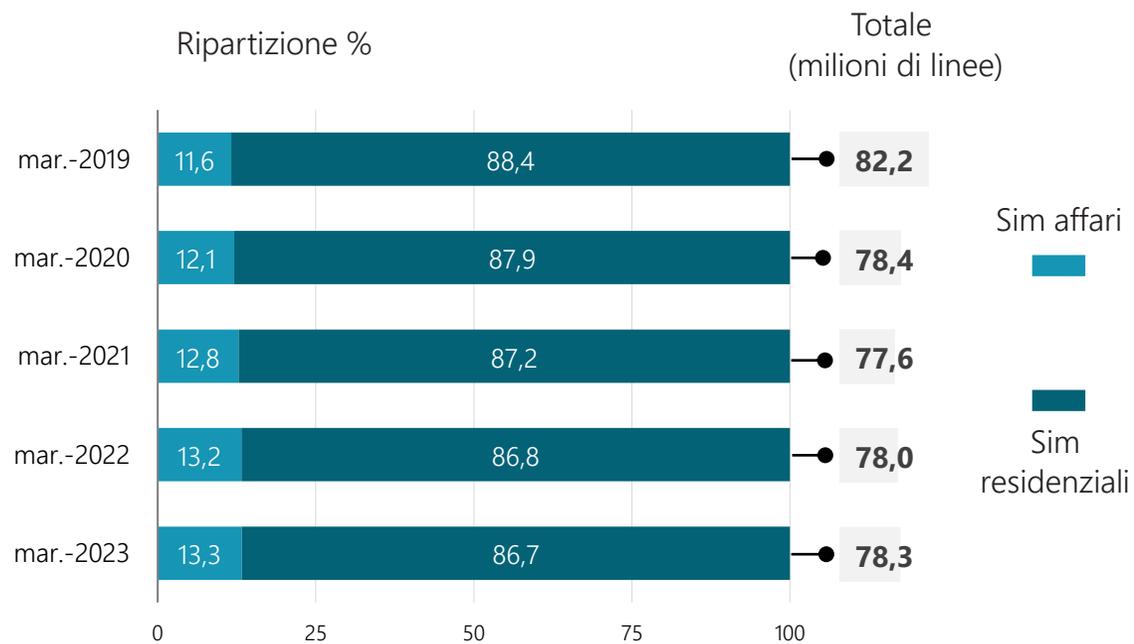
Nota: i dati degli operatori TIM e Vodafone includono le linee delle società controllate, rispettivamente Kena mobile e VEI (che offre servizi di telefonia mobile denominati ho.)

QUOTE DI MERCATO (%)

MARZO 2023

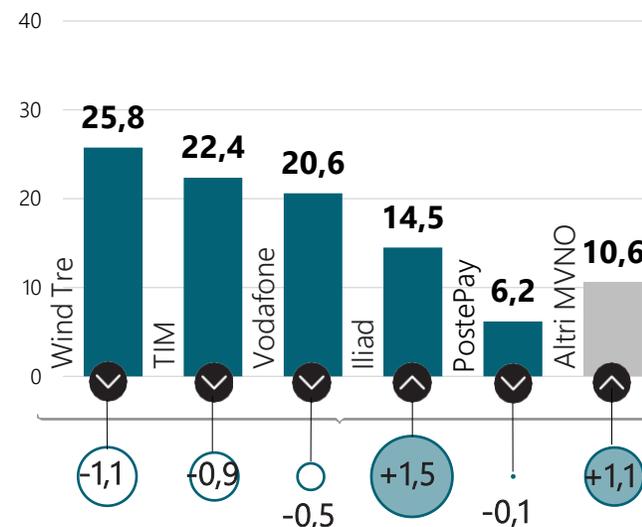


1.8 RETE MOBILE: SIM HUMAN PER TIPOLOGIA DI CLIENTELA



QUOTE DI MERCATO (%)

MARZO 2023



Sim residenziali

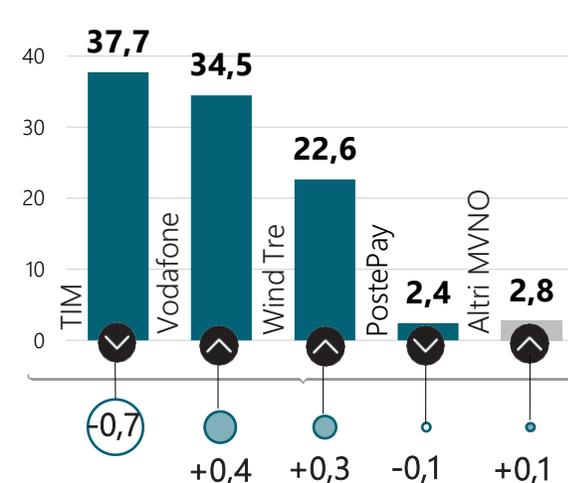
Differenza vs. Marzo 2022 (punti percentuali)

Variatione annuale
(Mar. 2022 – Mar. 2023)

Variatione di periodo
(Mar. 2019 – Mar. 2023)

	(n° di sim in migliaia)	(%)
Totale sim human:	+332	↑ +0,4
Sim residenziali:	+216	↑ +0,3
Sim affari:	+116	↑ +1,1

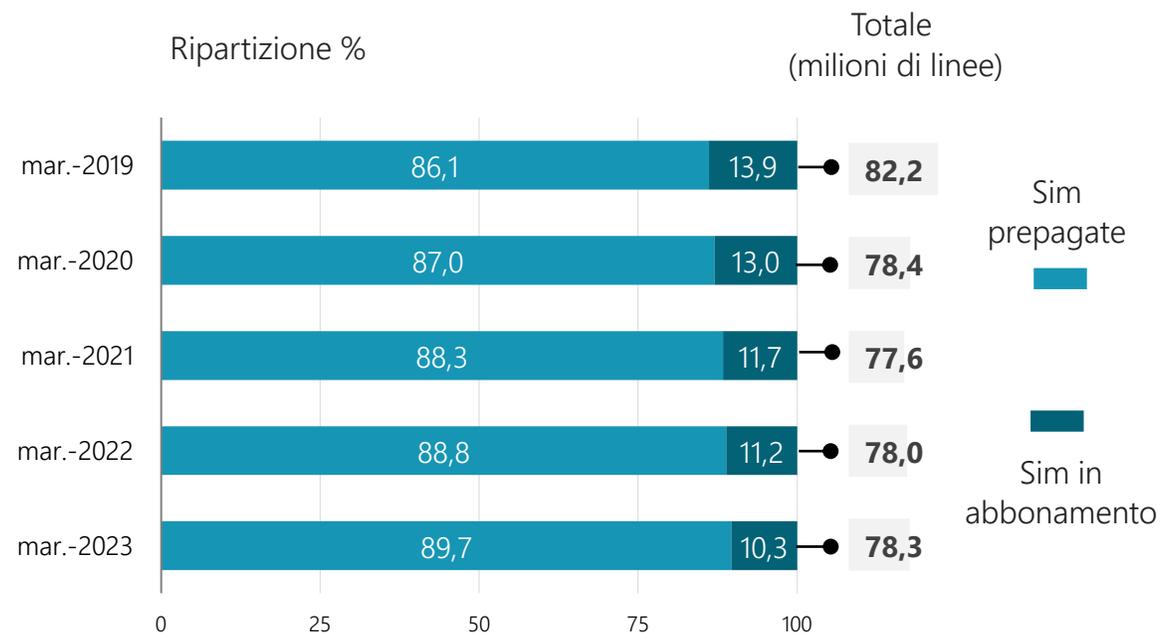
	(n° di sim in migliaia)	(%)
Totale sim human:	-3.899	↓ -4,7
Sim residenziali:	-4.749	↓ -6,5
Sim affari:	+850	↑ +8,9



Sim affari

Differenza vs. Marzo 2022 (punti percentuali)

1.9 RETE MOBILE: SIM HUMAN PER TIPOLOGIA DI CONTRATTO



QUOTE DI MERCATO (%)

MARZO 2023



Sim prepagate

Differenza vs. Marzo 2022 (punti percentuali)



Sim in abbonamento

Differenza vs. Marzo 2022 (punti percentuali)

Variazione annuale
(Mar. 2022 – Mar. 2023)

Variazione di periodo
(Mar. 2019 – Mar. 2023)

	(n° di sim in migliaia)	(%)
Totale sim human:	+332 ↑	+0,4
Sim prepagate:	+943 ↑	+1,4
Sim in abbonamento:	-610 ↓	-7,0

	(n° di sim in migliaia)	(%)
Totale sim human:	-3.899 ↓	-4,7
Sim prepagate:	-596 ↓	-0,8
Sim in abbonamento:	-3.303 ↓	-29,0

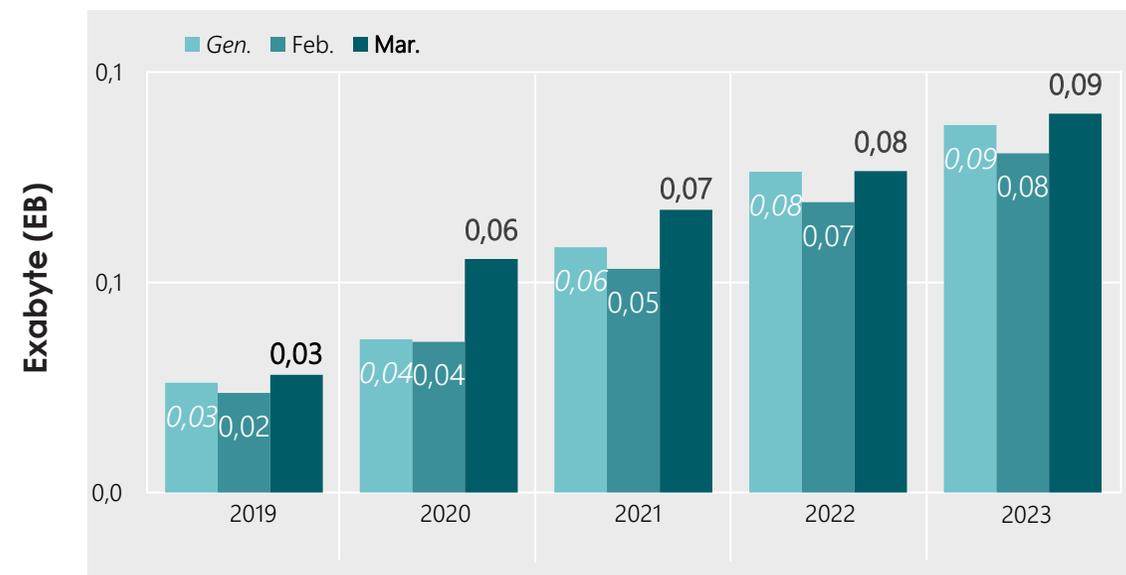
1.10 RETE MOBILE: TRAFFICO DATI IN DOWNLOAD E UPLOAD



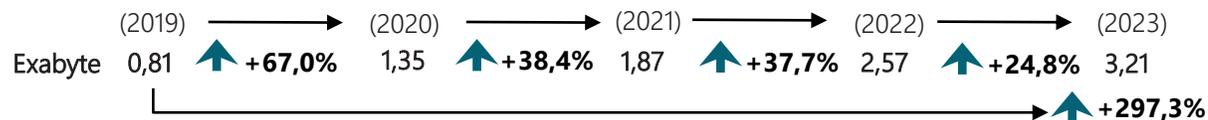
DOWNLOAD (valori mensili cumulati)



UPLOAD (valori mensili cumulati)



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



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



2 Confronto valori mensili (variazioni %)

	Annuale				Di periodo 2019/2023
	2019/2020	2020/2021	2021/2022	2022/2023	
Gennaio	+56,8	+49,5	+40,0	+25,6	+312,2
Febbraio	+62,3	+37,9	+41,3	+25,6	+297,3
Marzo	+80,4	+29,9	+32,6	+23,4	+283,5

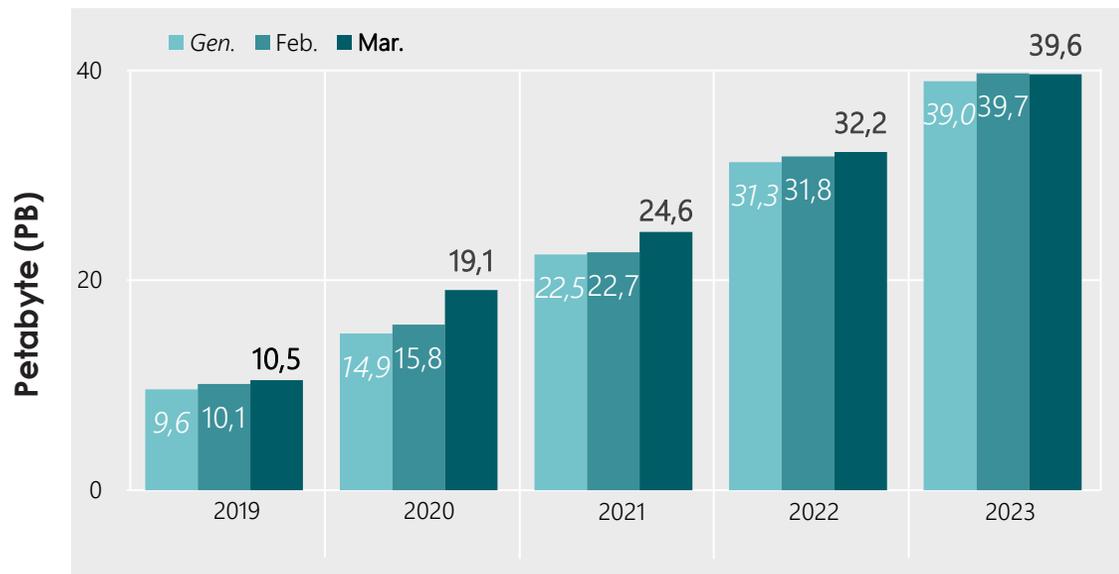
2 Confronto valori mensili (variazioni %)

	Annuale				Di periodo 2019/2023
	2019/2020	2020/2021	2021/2022	2022/2023	
Gennaio	+39,7	+60,0	+30,9	+14,5	+235,0
Febbraio	+51,3	+48,5	+29,7	+16,9	+240,8
Marzo	+98,7	+21,1	+13,7	+17,9	+222,5

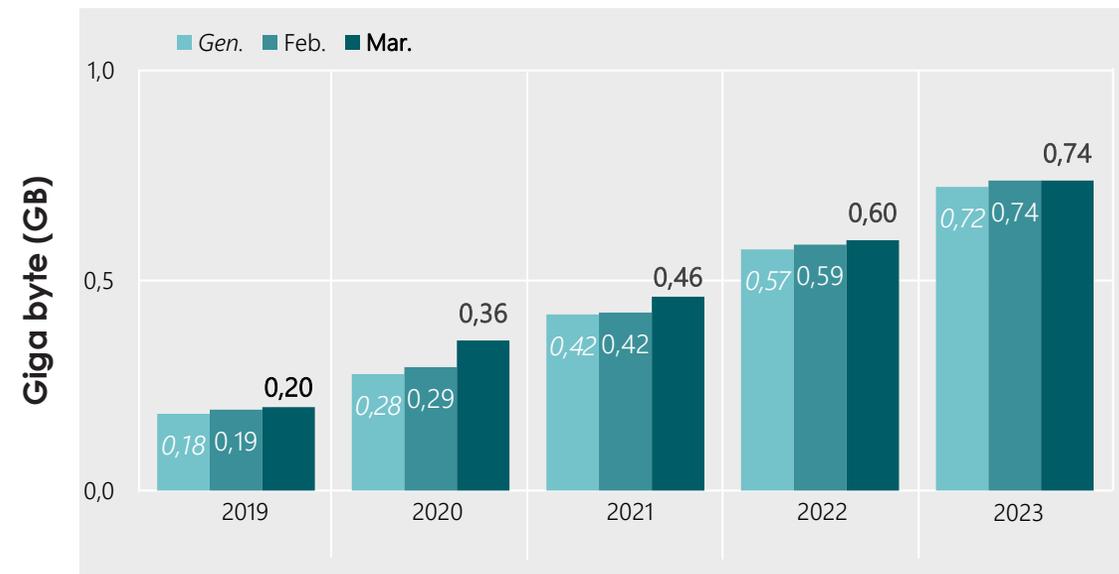
1.11 RETE MOBILE: TRAFFICO DATI MEDIO GIORNALIERO (download + upload)



COMPLESSIVO



TRAFFICO PER SIM CARD «HUMAN»



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



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



2 Confronto valori medi giornalieri mensili (variazioni %)

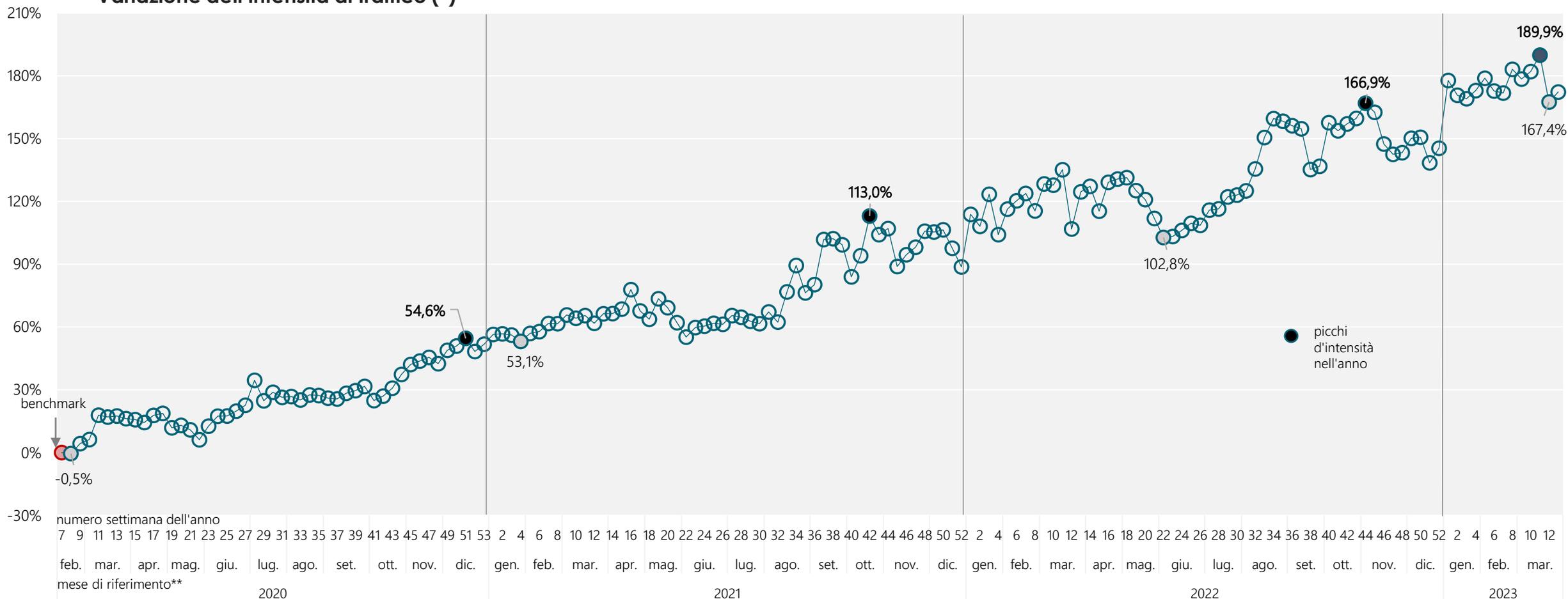
	Annuale				Di periodo 2019/2023
	2019/2020	2020/2021	2021/2022	2022/2023	
Gennaio	+55,3	+50,4	+39,2	+24,7	+305,3
Febbraio	+55,8	+43,7	+40,3	+24,9	+292,5
Marzo	+82,0	+29,0	+30,9	+23,0	+278,1

2 Confronto valori medi giornalieri mensili (variazioni %)

	Annuale				Di periodo 2019/2023
	2019/2020	2020/2021	2021/2022	2022/2023	
Gennaio	+51,4	+51,2	+37,0	+26,0	+295,2
Febbraio	+52,8	+44,2	+38,2	+26,0	+283,8
Marzo	+79,4	+29,2	+29,2	+23,8	+270,8

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.

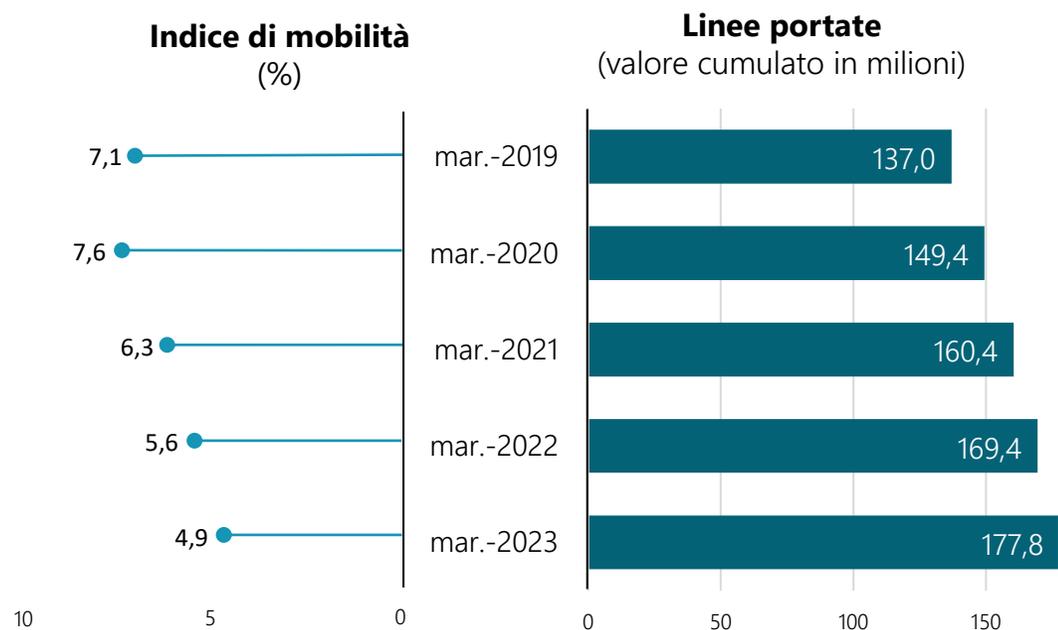
* Per ogni settimana l'indicatore dell'intensità è rappresentato dalla variazione percentuale, rispetto alla 7° settimana del 2020 (dal 10 al 16 febbraio – punto rosso nel grafico), della media ponderata dei dati di traffico calcolata sui dati degli operatori utilizzando come pesi le quote di mercato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

Ad esempio, il dato relativo alla settimana 51 dell'anno 2020 indica un incremento del 64,6% 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

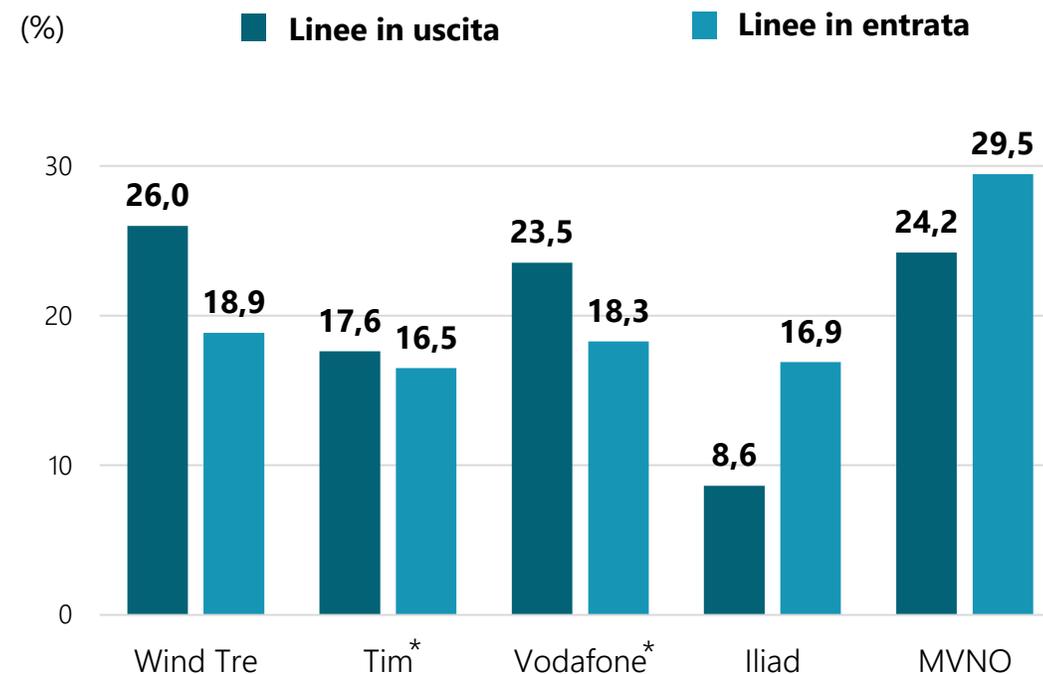
In un anno (Mar. 22 – Mar. 23), **8,3** mln di operazioni di Mobile Number Portability (MNP)



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)

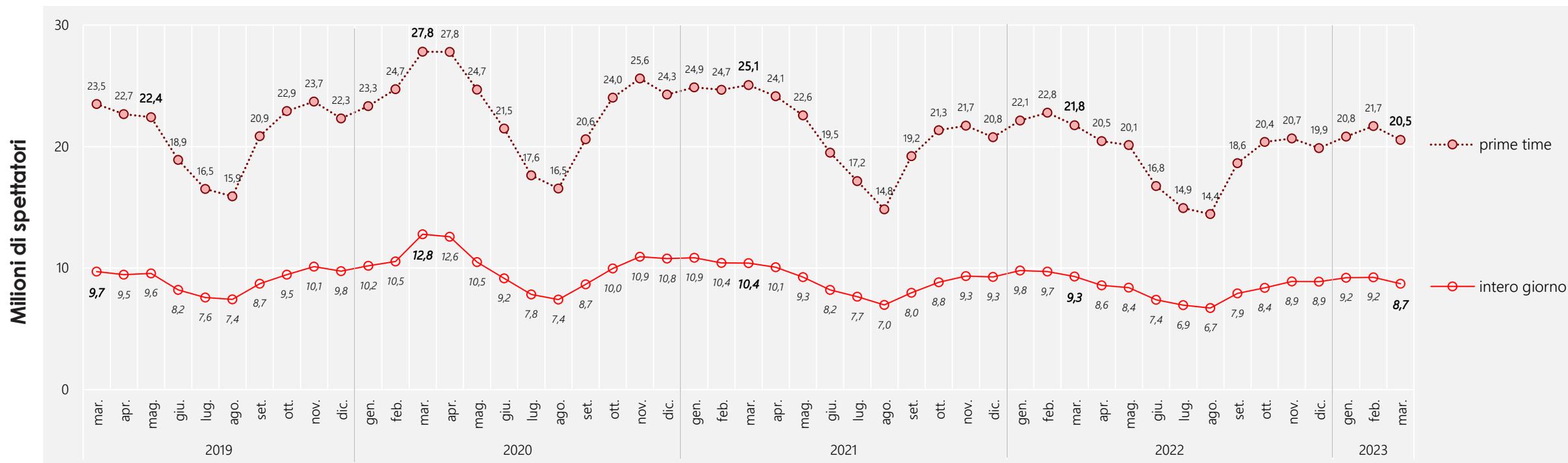
MARZO 2023



(*) **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

Marzo 2019 – Marzo 2023



Andamento numero di spettatori
(Valore giorno medio dell'anno in milioni)

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

(2019) → (2020) → (2021) → (2022) → (2023)

23,74 **↑ +6,5%** 25,29 **↑ -1,7%** 24,87 **↓ -10,6%** 22,23 **↓ -5,5%** 21,02

↳ **↓ -11,5%**

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

10,06 **↑ +11,1%** 11,17 **↓ -5,5%** 10,56 **↓ -9,0%** 9,61 **↓ -5,8%** 9,06

↳ **↓ -9,9%**

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

GIORNO MEDIO - PRIME TIME

Gruppi televisivi	Spettatori medi giornalieri periodo gennaio - marzo (in milioni)					Var. %	
	2019	2020	2021	2022	2023	'19-'23	'22-'23
RAI	9,85	10,45	10,27	9,23	8,56	-13,1	-7,2
Mediaset	8,07	8,99	8,82	8,40	7,83	-2,9	-6,8
Comcast / Sky	2,01	1,87	1,81	1,41	1,47	-27,0	+4,3
Warner Bros. Discovery	1,39	1,55	1,55	1,39	1,39	0,2	-0,2
Cairo Comm. / La 7	1,36	1,38	1,47	1,23	1,02	-25,1	-17,1
Altri	1,07	1,05	0,94	0,58	0,75	-30,1	+30,3

Gruppi televisivi	Share in %					Var. punti percentuali	
	2019	2020	2021	2022	2023	'19-'23	'22-'23
RAI	41,5	41,3	41,3	41,5	40,7	-0,8	-0,8
Mediaset	34,0	35,5	35,5	37,8	37,3	+3,3	-0,5
Comcast / Sky	8,5	7,4	7,3	6,3	7,0	-1,5	+0,7
Warner Bros. Discovery	5,9	6,1	6,2	6,3	6,6	+0,8	+0,4
Cairo Comm. / La 7	5,7	5,5	5,9	5,5	4,8	-0,9	-0,7
Altri	4,5	4,1	3,8	2,6	3,6	-1,0	+1,0

GIORNO MEDIO – INTERO GIORNO

Gruppi televisivi	Spettatori medi giornalieri periodo gennaio - marzo (in milioni)					Var. %	
	2019	2020	2021	2022	2023	'19-'23	'22-'23
RAI	4,05	4,49	4,24	3,83	3,55	-12,3	-7,4
Mediaset	3,41	3,87	3,76	3,60	3,40	-0,3	-5,7
Warner Bros. Discovery	0,71	0,87	0,82	0,73	0,69	-3,2	-5,8
Comcast / Sky	0,75	0,80	0,70	0,63	0,63	-15,7	=
Cairo Comm. / La 7	0,46	0,49	0,49	0,42	0,34	-26,4	-21,0
Altri	0,67	0,65	0,56	0,38	0,45	-33,7	+16,9

Gruppi televisivi	Share in %					Var. punti percentuali	
	2019	2020	2021	2022	2023	'19-'23	'22-'23
RAI	40,3	40,2	40,1	39,9	39,2	-1,1	-0,7
Mediaset	33,9	34,7	35,6	37,5	37,5	+3,6	=
Warner Bros. Discovery	7,1	7,8	7,8	7,6	7,6	+0,5	=
Comcast / Sky	7,5	7,1	6,6	6,6	7,0	-0,5	+0,4
Cairo Comm. / La 7	4,5	4,3	4,6	4,4	3,7	-0,8	-0,7
Altri	6,7	5,8	5,3	4,0	4,9	-1,8	+1,0

2.3 TELEVISIONE (DVB-T E SAT): ASCOLTI DEI PRINCIPALI CANALI NAZIONALI

GIORNO MEDIO - PRIME TIME

Spettatori medi giornalieri periodo gennaio - marzo (in milioni)							Var. %	
Gruppi televisivi	Canali TV	2019	2020	2021	2022	2023	'19-'23	'22-'23
RAI	Rai 1	5,26	5,81	5,49	5,29	5,00	-5,0	-5,5
	Rai 2	1,57	1,65	1,44	1,16	0,99	-36,7	-14,6
	Rai 3	1,49	1,37	1,74	1,58	1,44	-3,0	-8,4
Mediaset	Canale 5	3,96	4,19	3,97	3,84	3,51	-11,4	-8,5
	Italia 1	1,29	1,48	1,39	1,26	1,21	-6,2	-4,2
	Rete 4	1,10	1,25	1,23	1,05	0,84	-22,9	-19,2
Cairo Comm.	La7	1,26	1,30	1,40	1,14	0,93	-26,0	-18,9
Warner Bros. Discovery	TV8	0,64	0,61	0,56	0,43	0,49	-23,7	+14,0
Comcast / Sky	Nove	0,39	0,38	0,47	0,39	0,42	+9,8	+9,9

Share in %							Var. punti percentuali	
Gruppi televisivi	Canali TV	2019	2020	2021	2022	2023	'19-'23	'22-'23
RAI	Rai 1	22,1	23,0	22,1	23,8	23,8	+1,6	=
	Rai 2	6,6	6,5	5,8	5,2	4,7	-1,9	-0,5
	Rai 3	6,3	5,4	7,0	7,1	6,9	0,6	-0,2
Mediaset	Canale 5	16,7	16,6	16,0	17,3	16,7	=	-0,5
	Italia 1	5,4	5,8	5,6	5,7	5,8	+0,3	+0,1
	Rete 4	4,6	4,9	5,0	4,7	4,0	-0,6	-0,7
Cairo Comm.	La7	5,3	5,1	5,6	5,1	4,4	-0,9	-0,7
Warner Bros. Discovery	TV8	2,7	2,4	2,3	1,9	2,3	-0,4	+0,4
Comcast / Sky	Nove	1,6	1,5	1,9	1,7	2,0	+0,4	+0,3

GIORNO MEDIO – INTERO GIORNO

Spettatori medi giornalieri periodo gennaio - marzo (in milioni)							Var. %	
Gruppi televisivi	Canali TV	2019	2020	2021	2022	2023	'19-'23	'22-'23
RAI	Rai 1	1,92	2,19	2,02	1,99	1,86	-3,1	-6,4
	Rai 2	0,63	0,62	0,55	0,47	0,46	-27,3	-1,6
	Rai 3	0,78	0,84	0,88	0,76	0,66	-15,4	-13,4
Mediaset	Canale 5	1,75	1,88	1,85	1,78	1,64	-6,3	-7,6
	Italia 1	0,50	0,58	0,52	0,44	0,42	-16,3	-5,7
	Rete 4	0,42	0,46	0,43	0,40	0,34	-18,7	-16,5
Cairo Comm.	La7	0,40	0,43	0,44	0,38	0,29	-26,8	-22,7
Warner Bros. Discovery	TV8	0,23	0,25	0,20	0,18	0,20	-13,4	+13,4
Comcast / Sky	Nove	0,15	0,18	0,20	0,17	0,16	+2,1	-4,8

Share in %							Var. punti percentuali	
Gruppi televisivi	Canali TV	2019	2020	2021	2022	2023	'19-'23	'22-'23
RAI	Rai 1	19,1	19,6	19,2	20,7	20,6	+1,5	-0,1
	Rai 2	6,3	5,6	5,2	4,9	5,1	-1,2	+0,2
	Rai 3	7,7	7,6	8,3	7,9	7,3	-0,5	-0,6
Mediaset	Canale 5	17,4	16,9	17,5	18,5	18,1	+0,7	-0,4
	Italia 1	5,0	5,2	4,9	4,6	4,6	-0,4	=
	Rete 4	4,1	4,1	4,1	4,2	3,7	-0,4	-0,5
Cairo Comm.	La7	4,0	3,9	4,2	4,0	3,3	-0,8	-0,7
Warner Bros. Discovery	TV8	2,3	2,2	1,9	1,9	2,2	-0,1	+0,4
Comcast / Sky	Nove	1,5	1,6	1,9	1,7	1,7	+0,2	=

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

**FASCIA ORARIA:
12:00 – 14:30**

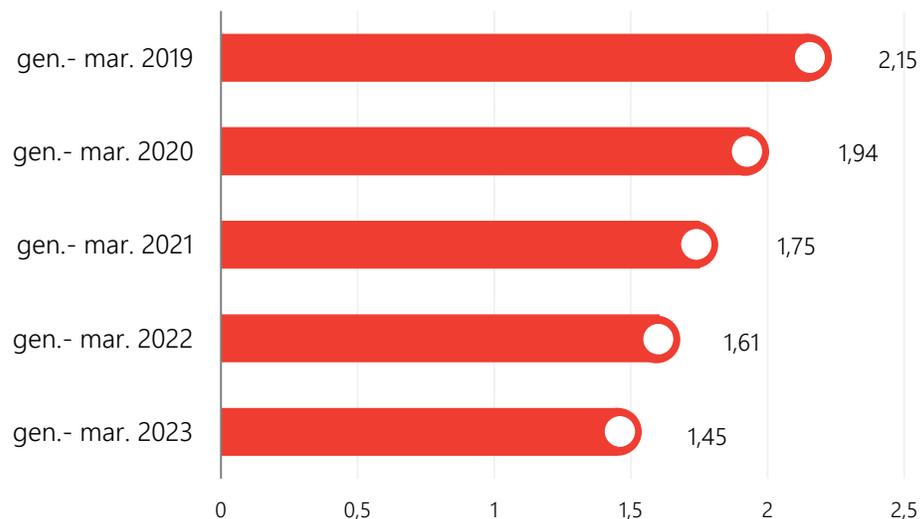
Spettatori medi giornalieri nel periodo gennaio - marzo (in milioni)						Variazione in migliaia		Variazione in %		
TG Nazionali	2019	2020	2021	2022	2023	'19 - '23	'22 - '23	'19 - '23	'22 - '23	
RAI	Tg 1 (ore 13:30)	3,61	4,27	4,31	3,89	3,59	-16	-294	-0,5	-7,6
	Tg 2 (ore 13:00)	2,23	2,53	2,23	1,93	1,75	-477	-179	-21,4	-9,3
	Tg 3 (ore 12:00)	0,95	1,24	1,14	0,91	0,80	-156	-112	-16,4	-12,4
	Tg 3 Regionale (ore 14:00)	2,52	3,08	3,17	2,50	2,19	-331	-310	-13,1	-12,4
Mediaset	Tg 4 (ore 12:00)	2,98	3,52	3,33	3,05	2,98	-90	-25	-23,6	-7,9
	Tg 5 (ore 13:00)	0,38	0,44	0,35	0,31	0,29	-4	-73	-0,1	-2,4
	Studio Aperto (ore 12:25)	1,39	1,81	1,62	1,24	1,13	-255	-107	-18,4	-8,7
La 7	Tg La 7 (ore 13:30)	0,65	0,77	0,72	0,61	0,50	-150	-110	-23,2	-18,0

**FASCIA ORARIA:
18:30 – 20:30**

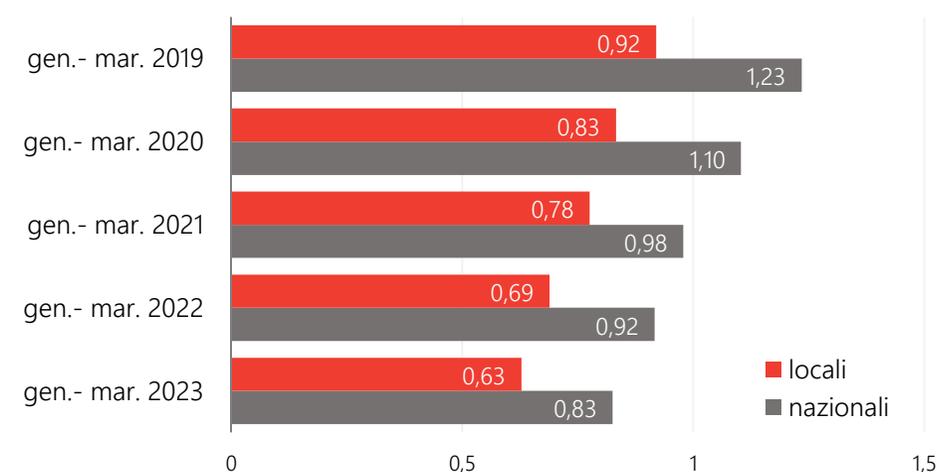
Spettatori medi giornalieri nel periodo gennaio - marzo (in milioni)						Variazione in migliaia		Variazione in %		
TG Nazionali	2019	2020	2021	2022	2023	'19 - '23	'22 - '23	'19 - '23	'22 - '23	
RAI	Tg 1 (ore 20:00)	5,56	6,34	6,23	5,65	5,03	-523	-612	-9,4	-10,8
	Tg 2 (ore 20:30)	1,70	1,94	1,79	1,41	1,13	-575	-282	-33,8	-20,0
	Tg 3 (ore 19:00)	2,12	2,54	2,66	2,23	2,04	-75	-184	-3,5	-8,3
	Tg 3 Regionale (ore 19:30)	2,65	3,29	3,44	2,78	2,55	-104	-230	-3,9	-8,3
Mediaset	Tg 4 (ore 12:00)	0,67	0,81	0,74	0,75	0,66	-9	-93	-1,3	-12,3
	Tg 5 (ore 13:00)	4,43	5,13	4,97	4,51	4,25	-182	-267	-4,1	-5,9
	Studio Aperto (ore 18:30)	0,83	1,05	0,95	0,69	0,60	-221	-89	-26,8	-12,8
La 7	Tg La 7 (ore 20:00)	1,30	1,38	1,44	1,22	1,06	-248	-160	-19,0	-13,2

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

VENDITE GIORNALIERE
(milioni di copie vendute)



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



Variazione in %

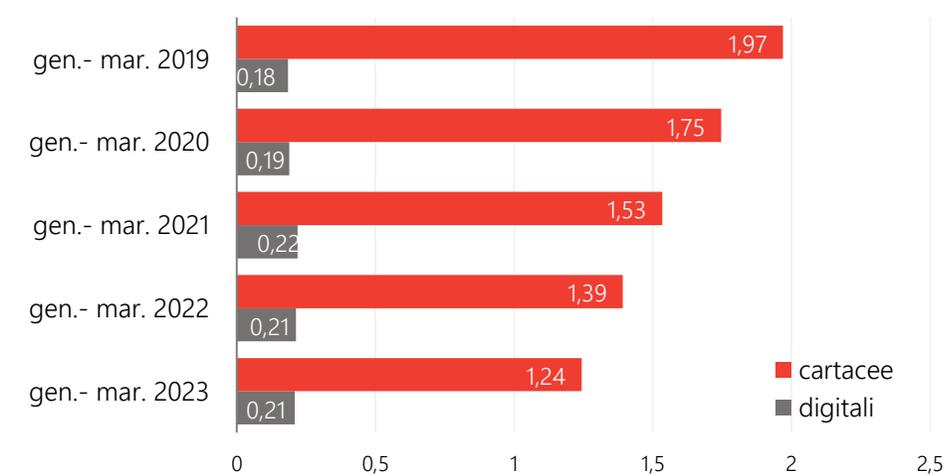
Periodo gennaio - marzo

(2022 – 2023)

(2019 -2023)

Copie complessive:	-9,5 ↓	-32,5 ↓
Copie cartacee:	-10,7 ↓	-36,8 ↓
Copie digitali:	-1,7 ↓	+13,4 ↑
Copie quotidiani nazionali:	-9,9 ↓	-33,1 ↓
Copie quotidiani locali:	-8,9 ↓	-31,7 ↓

COPIE CARTACEE vs. DIGITALI



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

COPIE CARTACEE PER MACRO CATEGORIA

(migliaia di copie)

	Gen. – Mar.	2019	2020	2021	2022	2023
Testate nazionali	Generaliste Top 5	629	568	493	448	386
	Generaliste Altre	136	127	129	113	103
	Economici	90	78	63	56	51
	Sportivi	237	189	136	145	133
Testate locali	Top 10	407	368	347	310	279
	Altre testate	470	417	367	320	292

	Variazione in %	Gen. – Mar.	('19 – '23)	('22 – '23)
Testate nazionali		Generaliste Top 5	-38,6 ↓	-13,7 ↓
		Generaliste Altre	-24,6 ↓	-9,4 ↓
		Economici	-43,6 ↓	-8,9 ↓
		Sportivi	-43,9 ↓	-8,4 ↓
Testate locali		Top 10	-31,5 ↓	-10,1 ↓
		Altre testate	-37,9 ↓	-8,7 ↓

COPIE DIGITALI PER MACRO CATEGORIA

(migliaia di copie)

	Gen. – Dic.	2019	2020	2021	2022	2023
Testate nazionali	Generaliste Top 5	75	78	89	89	91
	Generaliste Altre	17	21	32	31	27
	Economici	42	36	30	28	28
	Sportivi	8	7	7	6	5
Testate locali	Top 10	17	19	26	25	23
	Altre testate	25	28	35	34	34

	Variazione in %	Gen. – Mar.	('19 – '23)	('22 – '23)
Testate nazionali		Generaliste Top 5	+21,1 ↑	+3,3 ↑
		Generaliste Altre	+64,0 ↑	-12,9 ↓
		Economici	-32,2 ↓	=
		Sportivi	-32,6 ↓	-9,8 ↓
Testate locali		Top 10	+31,7 ↑	-8,2 ↓
		Altre testate	+34,7 ↑	+0,3 ↑

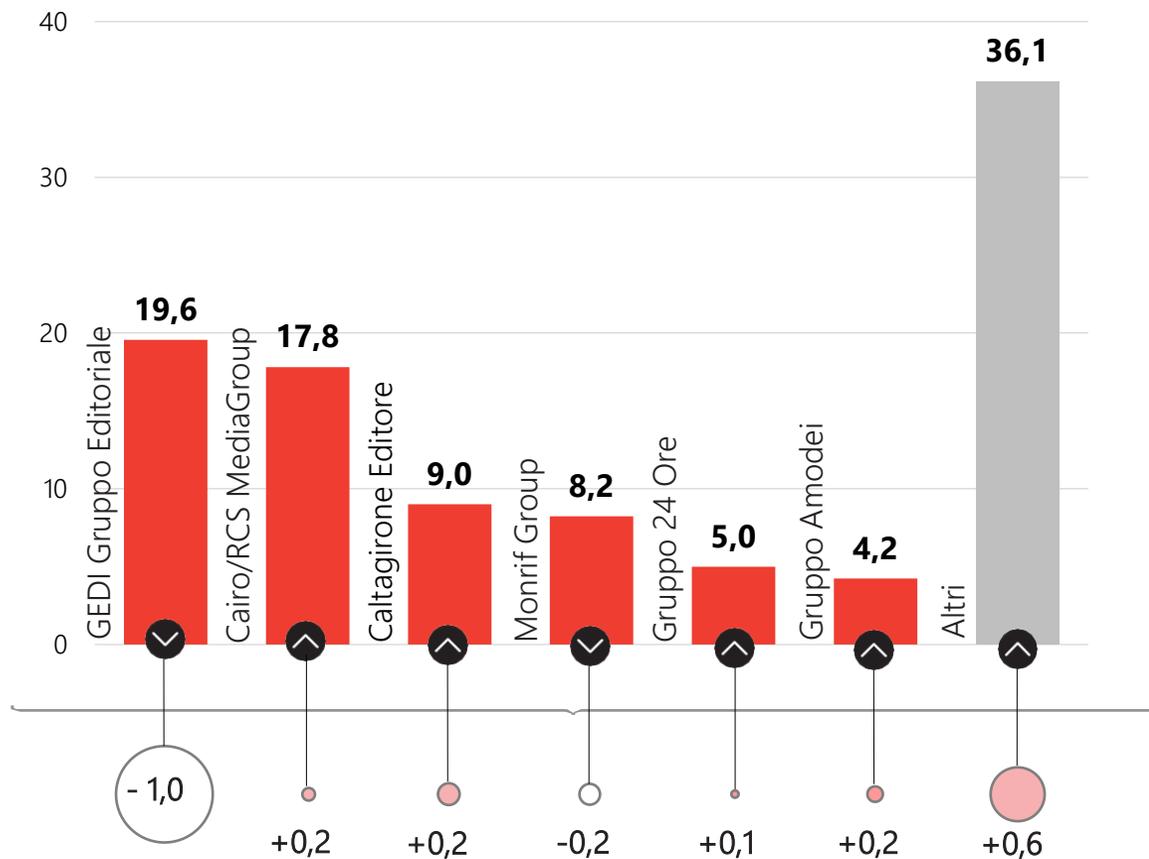
Ripartizione dei quotidiani

- **Nazionali generaliste - Top 5:** in termini di vendite complessive nel 2022: 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 2022: 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

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

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

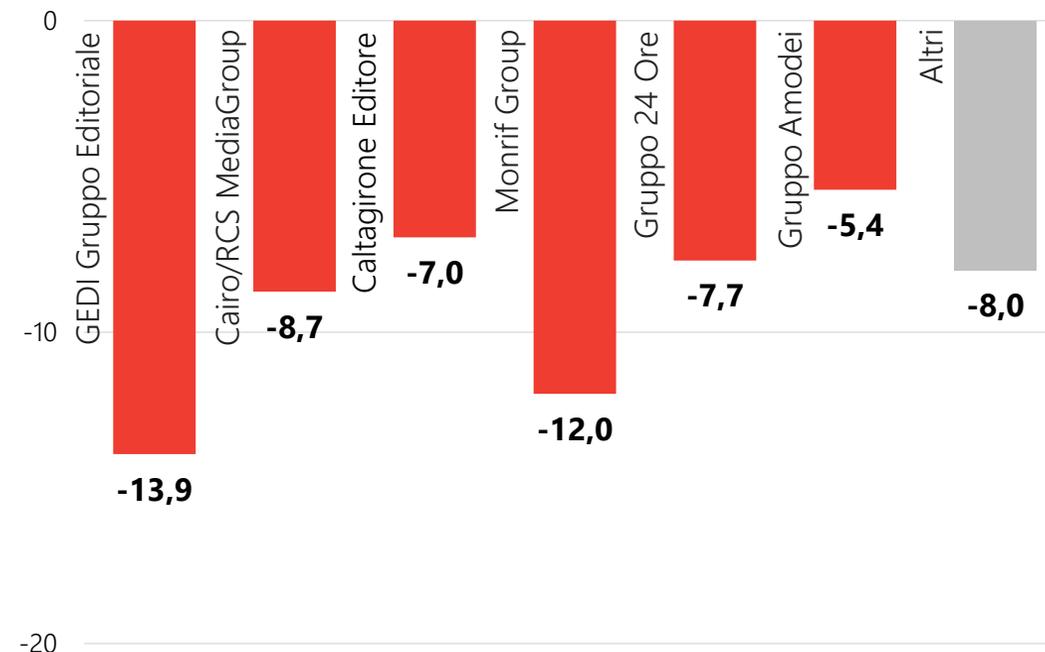
GENNAIO – MARZO 2023



Differenza vs. Gen. – Mar. 2022
(punti percentuali)

VARIAZIONE DELLE COPIE VENDUTE (%)

DIFFERENZA VS. GEN. – MAR. 2022



Fonte: elaborazioni Autorità su dati ADS

2.9 EDITORIA QUOTIDIANA: DISTRIBUZIONE DELLE VENDITE PER PRINCIPALI TESTATE

DISTRIBUZIONE DELLE COPIE VENDUTE NEGLI ULTIMI 12 MESI (%)

(Rank decrescente >2% sulla base del periodo aprile 2022 – marzo 2023)

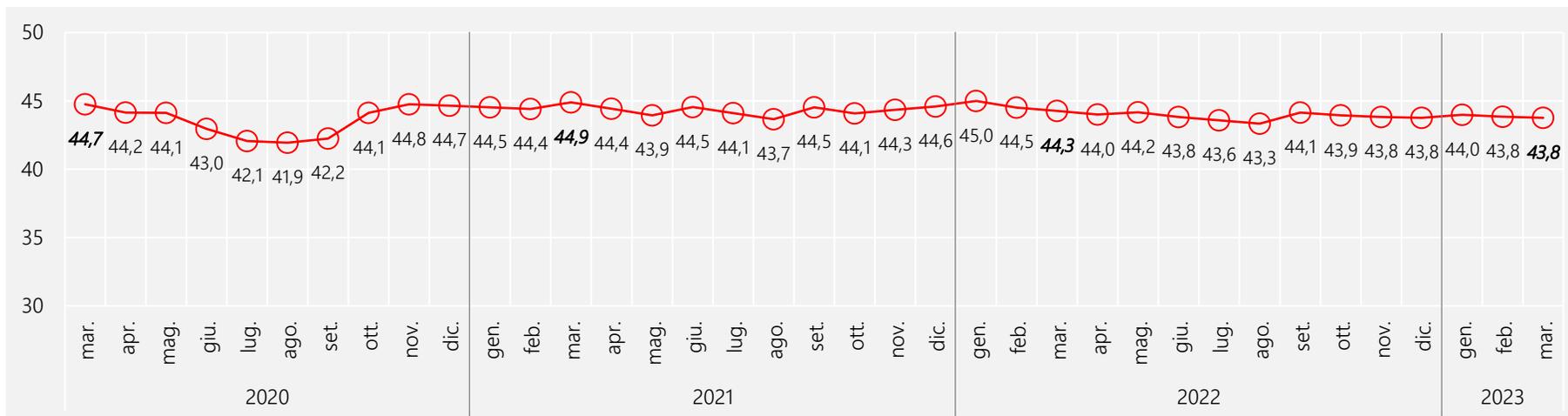
Principali testate	COPIE COMPLESSIVE							COPIE CARTACEE			COPIE DIGITALI		
	18/19	19/20	20/21	21/22	22/23	Var. p.p. 21/22 vs 22/23	Var. p.p. 18/19 vs 22/23	22/23	Var. p.p. 21/22 vs 22/23	Var. p.p. 18/19 vs 22/23	22/23	Var. p.p. 21/22 vs 22/23	Var. p.p. 18/19 vs 22/23
Corriere della sera	10,6	10,9	11,4	11,6	12,3	0,66	1,70	11,2	0,28	1,28	19,2	2,76	0,87
Repubblica (La)	8,2	8,5	8,9	8,4	7,4	-1,04	-0,85	6,3	-0,75	-1,27	13,9	-3,30	-1,30
Gazzetta dello sport (La) (*)	6,8	6,6	4,4	5,5	5,8	0,28	-1,00	6,5	0,38	-0,62	1,6	-0,22	-1,92
Stampa (La)	5,7	5,5	5,5	5,4	5,3	-0,15	-0,48	5,3	-0,15	-0,57	4,9	-0,14	0,79
Sole 24 Ore (Il)	5,3	5,0	4,9	4,7	4,8	0,09	-0,49	3,4	-0,07	-0,17	13,1	0,72	-10,51
Avvenire	4,0	4,0	4,2	4,2	4,2	-0,03	0,12	4,7	0,01	0,38	0,9	-0,12	-0,15
QN - Il Resto del Carlino	3,8	4,0	4,1	4,1	4,0	-0,14	0,16	4,4	-0,16	0,28	1,2	0,13	0,90
Messaggero (Il)	3,9	3,9	3,5	3,8	3,8	0,05	-0,11	3,9	0,06	-0,13	3,1	0,03	0,73
Corriere dello sport (*)	3,2	3,1	2,3	2,6	2,7	0,09	-0,47	3,1	0,11	-0,37	0,6	0,08	0,05
QN - La Nazione	2,9	2,9	2,9	2,8	2,7	-0,11	-0,22	3,1	-0,10	-0,07	0,5	-0,04	-0,15
Gazzettino (Il)	1,7	1,7	2,5	2,5	2,5	-0,01	0,82	1,5	0,05	0,20	8,7	-0,69	2,99
Fatto quotidiano (Il)	2,3	2,1	2,5	2,1	2,0	-0,12	-0,26	2,2	-0,12	-0,18	0,6	-0,09	-0,08

(*) – include edizione del lunedì

Fonte: elaborazioni Autorità su dati ADS

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

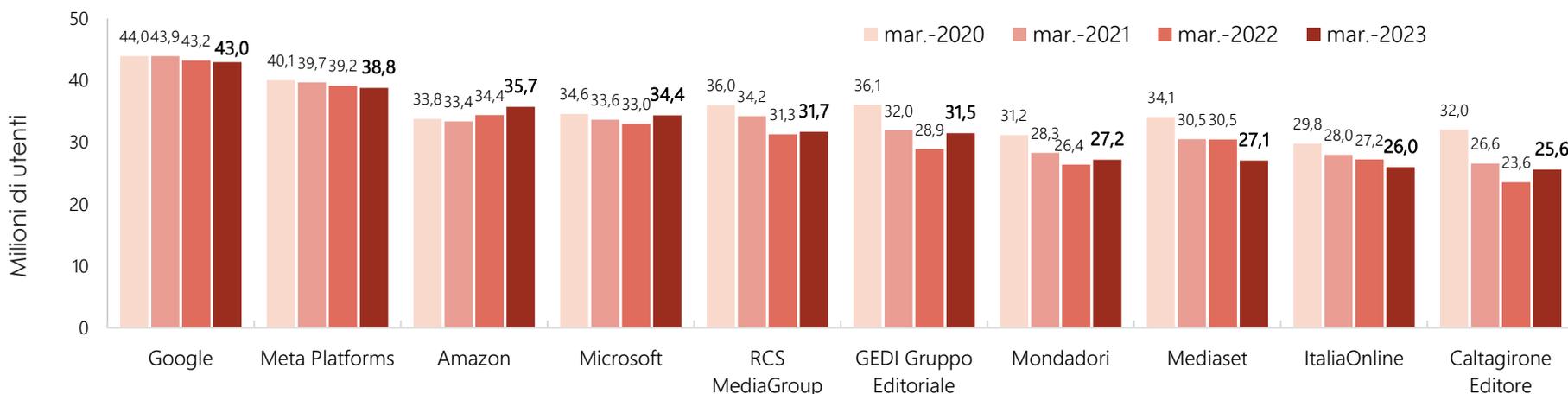
MILIONI DI UTENTI UNICI MENSILI (marzo 2020 – marzo 2023)



43 milioni e 758 mila utenti unici si sono collegati a internet nel mese di marzo 2023 (-**502** mila utenti rispetto a marzo 2022)

Oltre **68** ore e **15** minuti complessive trascorse, in media, da ciascun utente navigando su internet nel mese di marzo 2023

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.

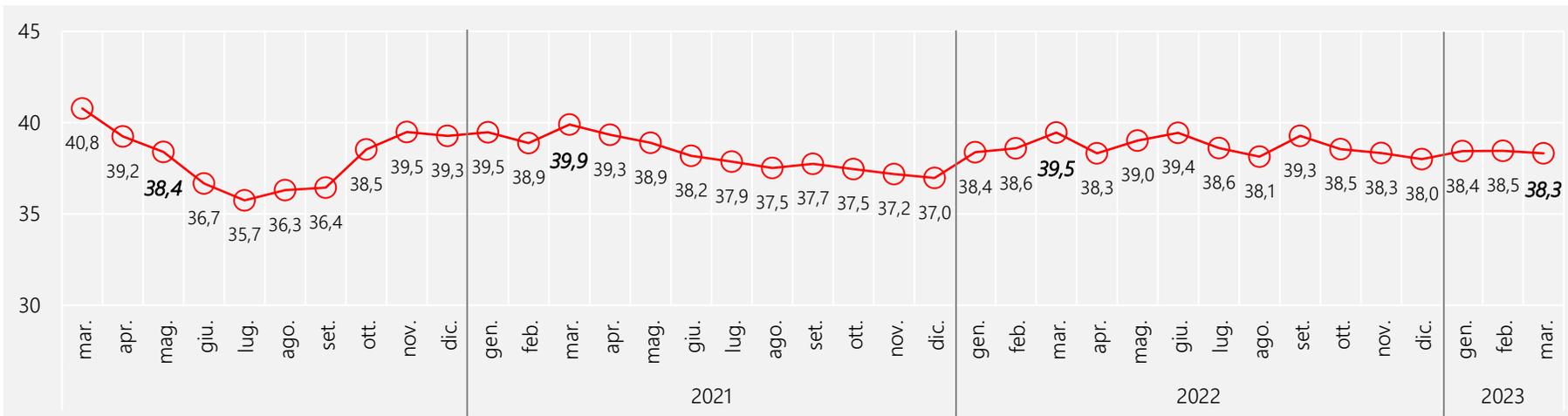
* Il **Parent** è definito come un gruppo di domini e di URL che sono di proprietà di una specifica società, delle sue sussidiarie o unità operative. Inoltre, un Parent può essere anche rappresentato da un'organizzazione, ente governativo, gruppo privato, società o altra istituzione, che ha partecipazioni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

* Nota: Google, Meta Platforms, Amazon e Microsoft sono rilevati solo attraverso *Audiweb Panel*.

Fonte: elaborazioni Autorità su dati Audicom – sistema Audiweb

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

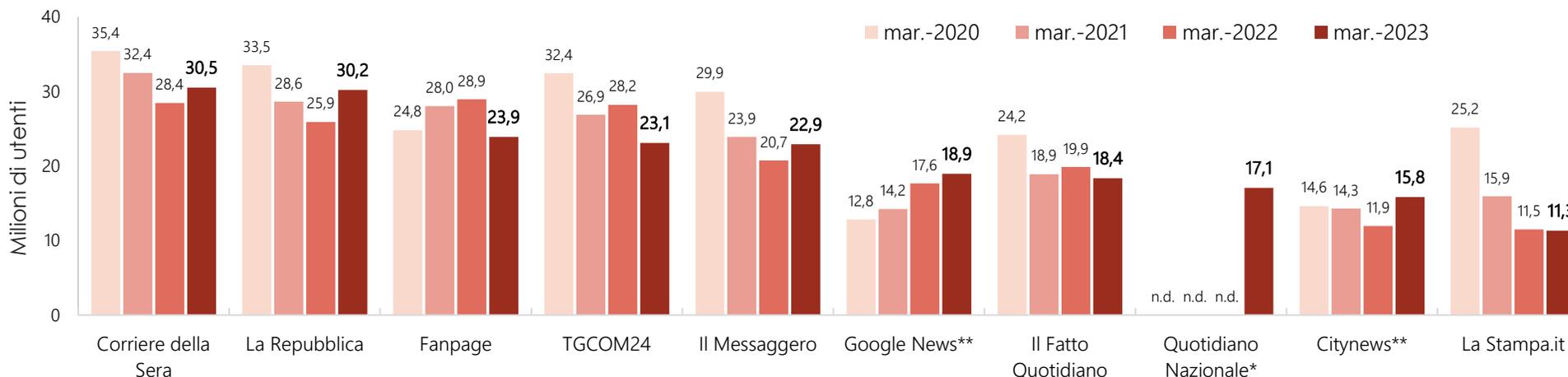
MILIONI DI UTENTI UNICI MENSILI (marzo 2020 – marzo 2023)



38 milioni e 317 mila utenti unici si sono collegati a siti/APP di informazione generalista nel mese di marzo 2023 (oltre **1 milione** di utenti in meno rispetto a marzo 2022)

Poco più di **1 ora e 5 minuti** trascorsi, in media, da ciascun utente navigando su siti/APP di informazione generalista nel mese di marzo 2023

UTENTI UNICI MENSILI DEI PRINCIPALI SITI



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

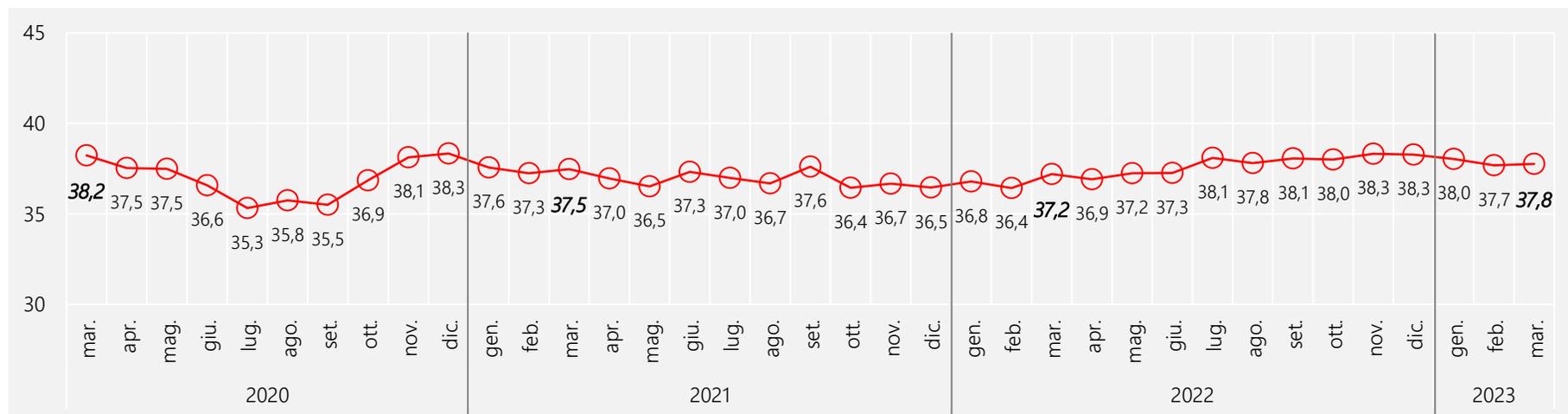
* Nota: a partire da aprile 2022 il gruppo Monrif è entrato nel sistema di rilevazione Audiweb. Ciò ha comportato una modifica del perimetro di classificazione e della modalità di rilevazione che – oltre ad *Audiweb Panel* – utilizza ora anche la componente censuaria, *Audiweb Census*. Per questa ragione i valori relativi al mese di marzo 2023 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»)

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

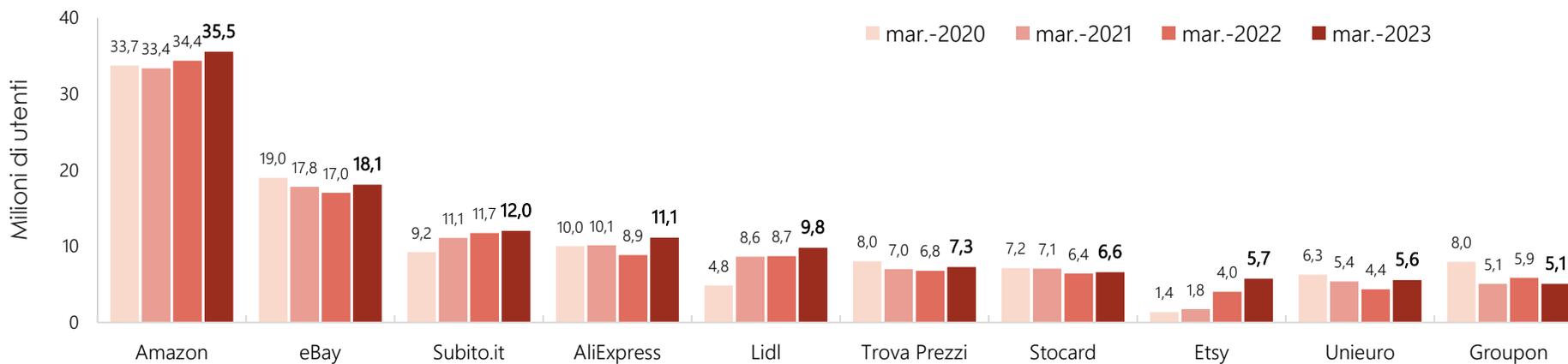
MILIONI DI UTENTI UNICI MENSILI (marzo 2020 – marzo 2023)



37 milioni e 761 mila utenti unici si sono collegati a siti/APP di e-commerce nel mese di marzo 2023 (+553 mila utenti rispetto a marzo 2022)

2 ore e 29 minuti, in media, trascorse da ciascun utente navigando su siti/APP di e-commerce nel mese di marzo 2023

UTENTI UNICI MENSILI DEI PRINCIPALI SITI*



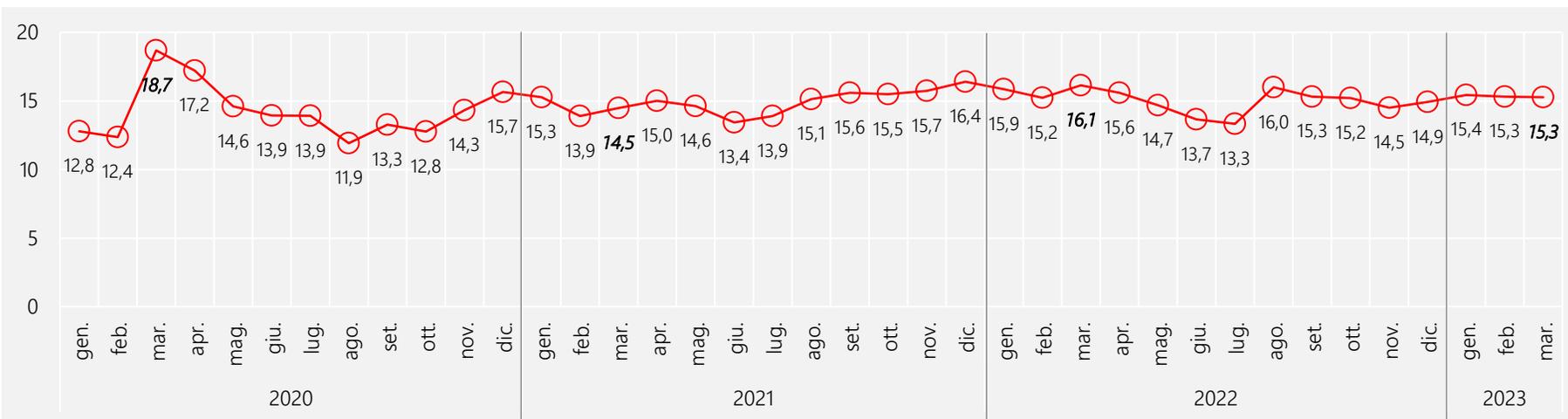
Utenti unici: numero di utenti/persone diverse che hanno visitato qualsiasi contenuto di un sito Web, una categoria, un canale o un'applicazione durante il periodo di riferimento.

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

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

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

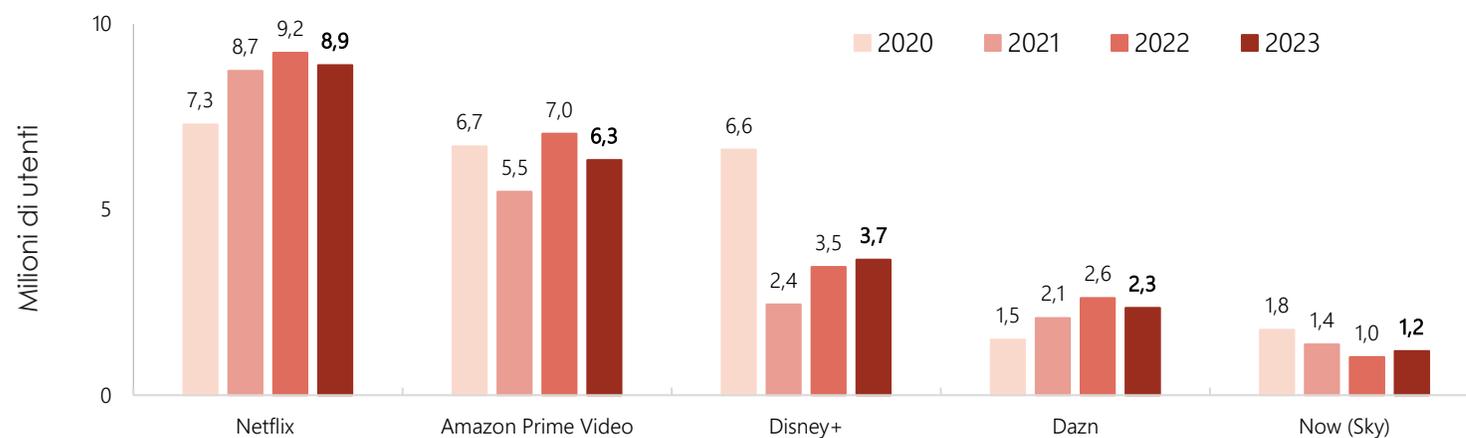
MILIONI DI UTENTI UNICI MENSILI (gennaio 2020 – marzo 2023)



15 milioni e 275 mila utenti unici si sono collegati a siti/APP di video on demand nel mese di marzo 2023 (-**870** mila utenti rispetto a marzo 2022)

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 da inizio anno)



* Nota: sono rappresentati gli operatori con minuti medi spesi per operatore nel periodo considerato pari a circa 1.

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).

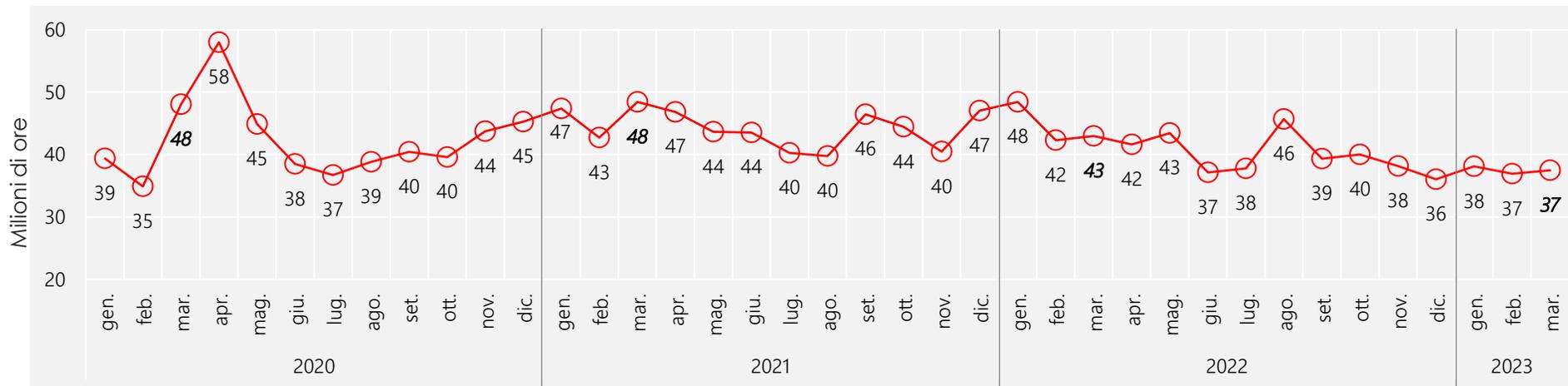
Non sono stati considerati gli utenti unici di Mediaset Infinity Sites in ragione di scelte editoriali che non consentono di scorporre il traffico dei servizi VOD a pagamento da quello gratuito. Nel complesso gli utenti unici di Mediaset Infinity Sites ammontano in media a poco meno di 14 milioni di utenti.

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

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»

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

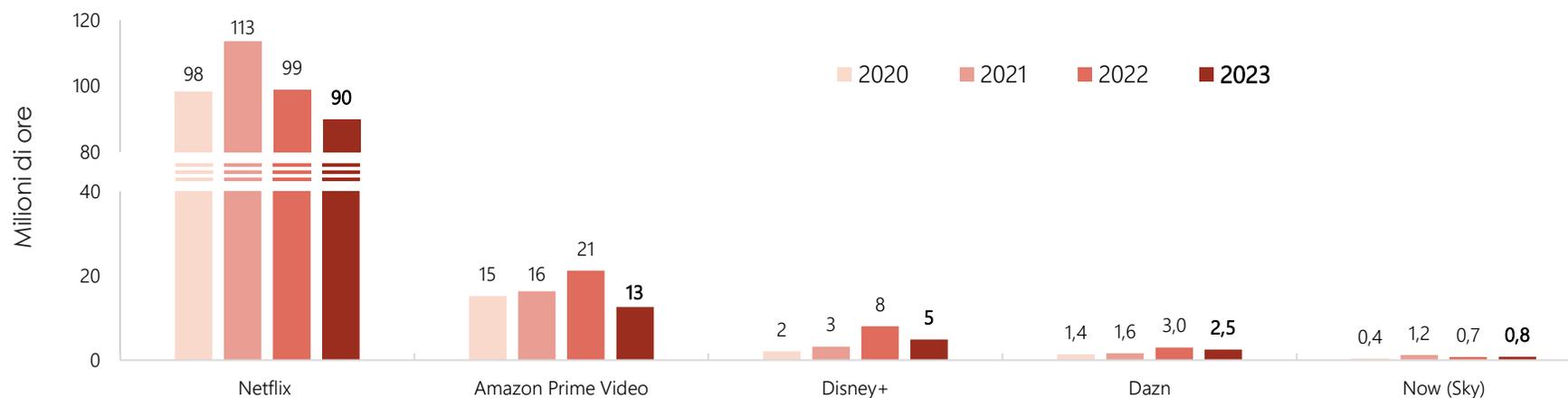
ORE COMPLESSIVE DI NAVIGAZIONE (in milioni) (gennaio 2020 – marzo 2023)



A marzo 2023, il tempo trascorso sui siti/APP di servizi video on demand a pagamento supera le **37 milioni di ore**

Il tempo trascorso in media da ciascun visitatore nel mese di marzo 2023 è pari a **2 ore e 27 minuti**

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



Fonte: elaborazioni Autorità su dati Comscore (Nel grafico si riportano gli utenti unici della categoria costituita dai principali operatori che offrono in Italia servizi di video on demand a pagamento, in particolare, 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))

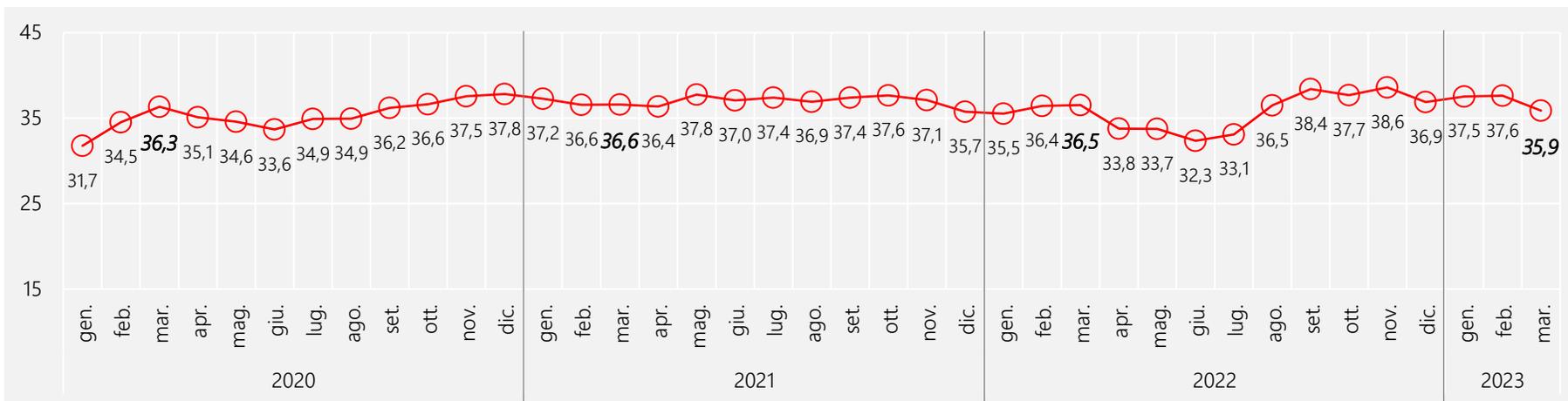
Non sono stati considerate le ore di navigazione degli utenti unici di Mediaset Infinity Sites in ragione di scelte editoriali che non consentono di scorporare il traffico dei servizi VOD a pagamento da quello gratuito. Nel complesso gli utenti unici di Mediaset Infinity Sites ammontano da inizio anno a poco meno di 22 milioni di ore.

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

* Nota: sono rappresentate le ore complessive dei primi 5 operatori per utenti unici (slide 2.12)

2.15 PIATTAFORME: UTENTI UNICI DELLE PIATTAFORME DI SERVIZI VIDEO ON DEMAND GRATUITI

MILIONI DI UTENTI UNICI MENSILI (gennaio 2020 – marzo 2023)



35 milioni e 864 mila utenti unici si sono collegati a siti/APP di video on demand gratuiti nel mese di marzo 2023 (**-648 mila** di utenti rispetto a marzo 2022)

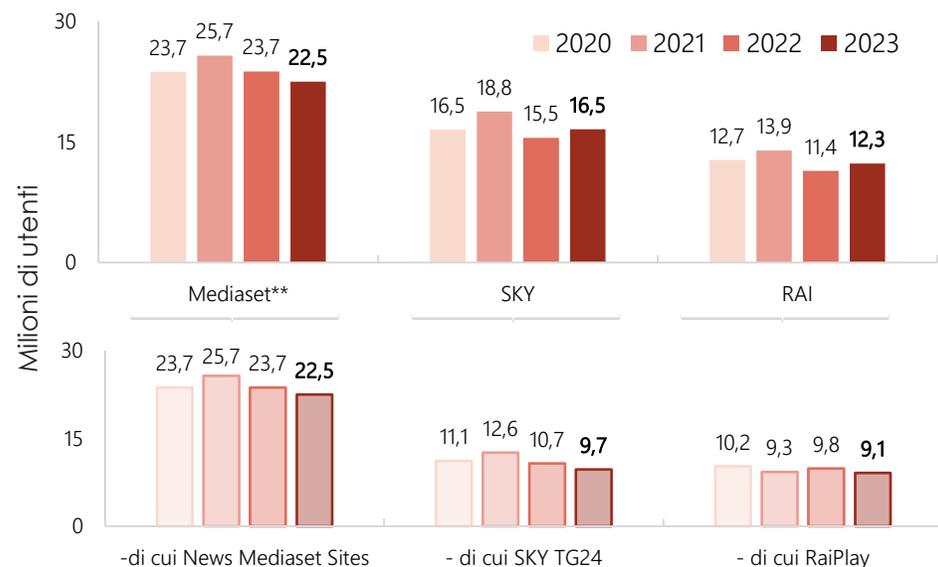
Nel grafico si riportano gli utenti unici dei principali operatori che offrono in Italia servizi di video on demand riferibili alle seguenti piattaforme: Mediaset (Mediaset Infinity Sites e TGC0M 24 Sites gen.20 - apr.22; Mediaset.it Sites da mag. 22), Rai (RaiPlay; Rai News, Rai Sport), Discovery (Discovery Inc), Sky (Sky Free ToAir; Sky sport; Sky TG24, Sky Entertainment), Cairo/La 7 (La7), Paramount/Viacom (Nickelodeon Kids and Family; MTV Italy), Rakuten (VIKI.COM), Warner (TBS Entertainment Digital), De Agostini (DEABYDAY.TV; DEAKIDS.IT), VVVVID.IT; A+E Networks Digital; SPORTITALIA.COM; TV2000.IT; POPCORNTV.IT; WITTYTV.IT.

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

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.

Fonte: elaborazioni Autorità su dati ComScore

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

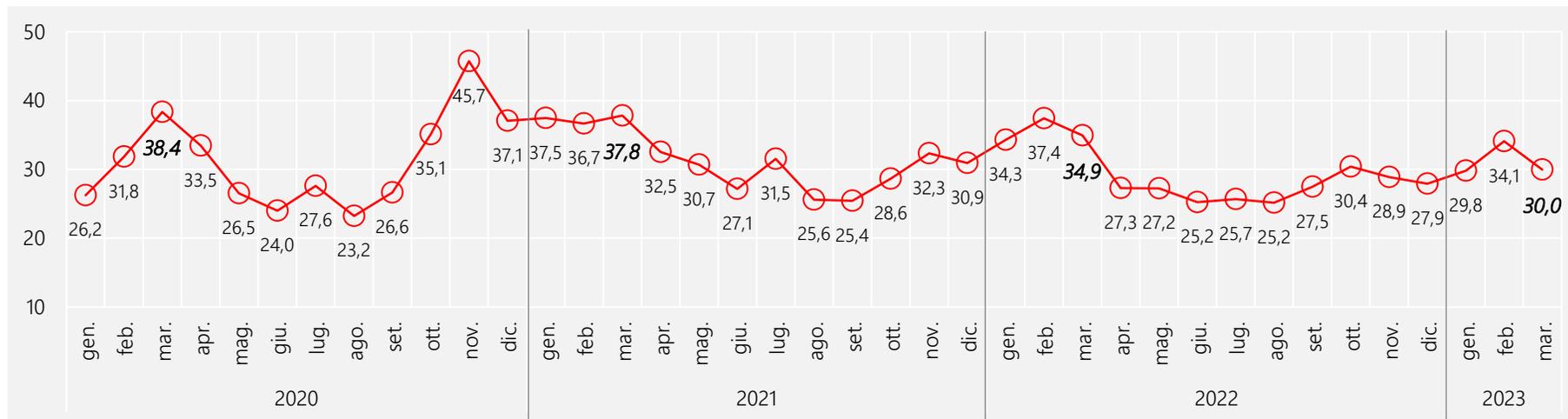


* Sono rappresentati i primi operatori per utenti unici e la loro componente - fra quelle considerate che comprendono news, sport e intrattenimento - più rilevante in termini di utenti unici.

** Gli utenti unici per MFE/Mediaset sono quelli relativi ai siti/App della componente News Mediaset Sites in ragione di scelte editoriali da parte dell'operatore che non consentono di scorporare il traffico dei servizi VOD a pagamento incluso in Mediaset Infinity Sites. Tenendo conto di questa componente (che da inizio anno ammonta in media a circa 14 milioni e 576 mila utenti unici), nel complesso MEF/Mediaset nel periodo gennaio - marzo 2023 raggiunge poco meno di 29 milioni di utenti unici medi mensili.

2.16 PIATTAFORME: TEMPO SPESO SULLE PIATTAFORME DI SERVIZI VIDEO ON DEMAND GRATUITI

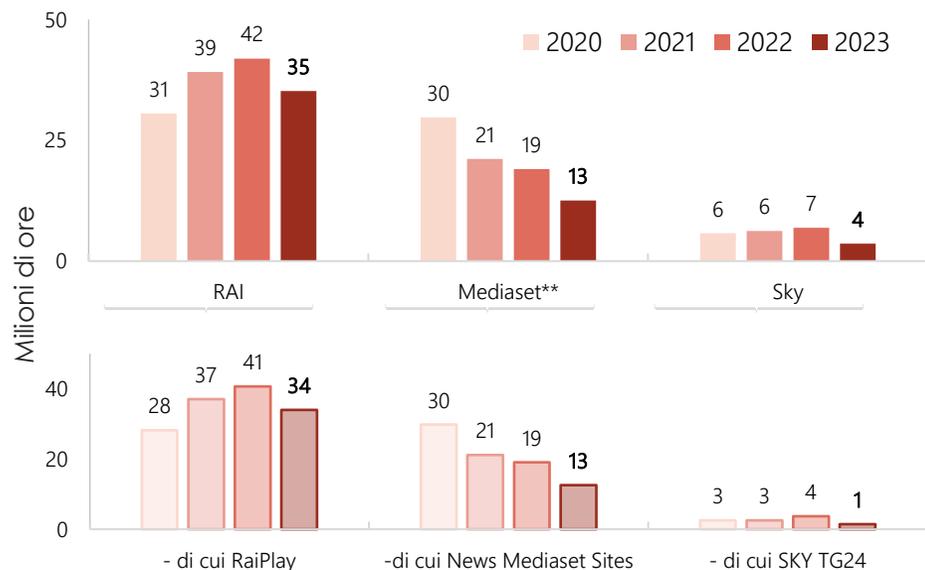
ORE COMPLESSIVE DI NAVIGAZIONE (in milioni) (gennaio 2020 – marzo 2023)



A marzo 2023, il tempo trascorso sui siti/APP di servizi video on demand gratuiti è stato di circa **30 milioni di ore**

Il tempo trascorso in media da ciascun visitatore nel mese di marzo 2023 è di quasi **50 minuti**

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 precedente slide 2.13.

** Le ore complessive per MEF/Mediaset sono quelle relative ai siti/App della componente *News Mediaset Sites* in ragione di scelte editoriali da parte dell'operatore che non consentono di scorporare il traffico dei servizi VOD a pagamento incluso in *Mediaset Infinity Sites*. Tenendo conto di questa componente (che da inizio anno ammonta in media a poco meno di 22 milioni di ore), nel complesso MEF/Mediaset nel periodo gennaio – marzo 2023 raggiunge 40 milioni di ore di navigazione.

Nel grafico si riportano le ore complessive di navigazione per i principali operatori che offrono in Italia servizi di video on demand riferibili alle seguenti piattaforme: Mediaset (Mediaset Infinity Sites e TGCOM 24 Sites gen.20 - apr.22; Mediaset.it Sites da mag. 22), Rai (RaiPlay; Rai News, Rai Sport), Discovery (Discovery Inc), Sky (Sky Free ToAir; Sky sport; Sky TG24, Sky Entertainment), Cairo/La 7 (La7), Paramount/Viacom (Nickelodeon Kids and Family; MTV Italy), Rakuten (VIKI.COM), Warner (TBS Entertainment Digital), De Agostini (DEABYDAY.TV; DEAKIDS.IT), VVVVID.IT; A+E Networks Digital; SPORTITALIA.COM; TV2000.IT; POPCORNTV.IT; WITTYTV.IT.

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

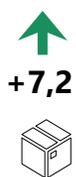
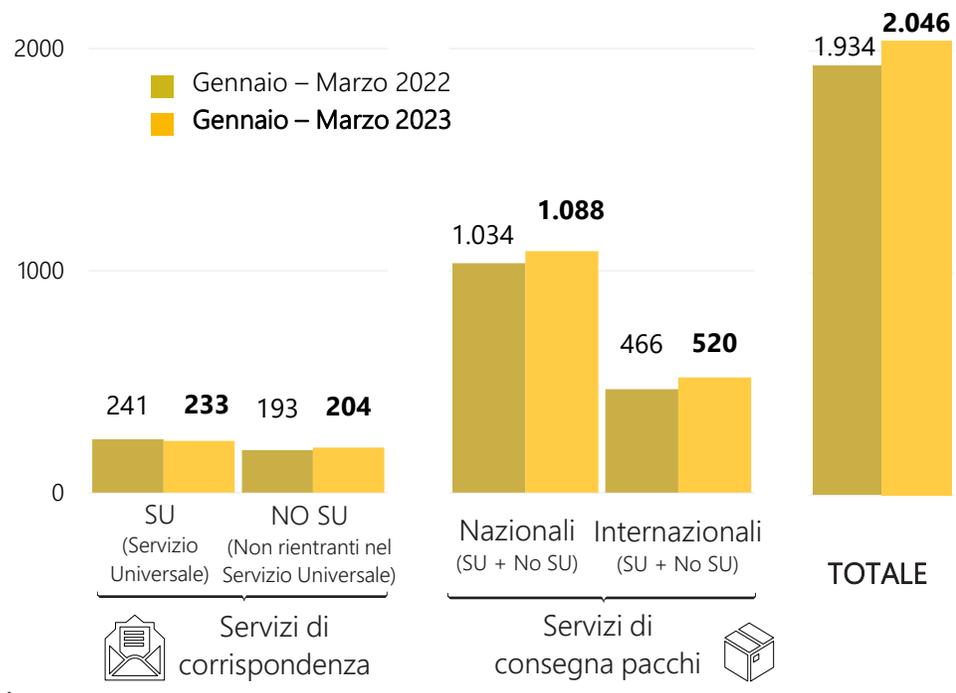
Nel leggere la serie storica occorre considerare che non è più presente il tag in pagina sul sito di RaiPlay e di RaiNews, rispettivamente da febbraio 2021 e da novembre 2021.

Fonte: elaborazioni Autorità su dati ComScore

3.1 SERVIZI POSTALI: ANDAMENTO DEI RICAVI

RICAVI CUMULATI DA INIZIO ANNO

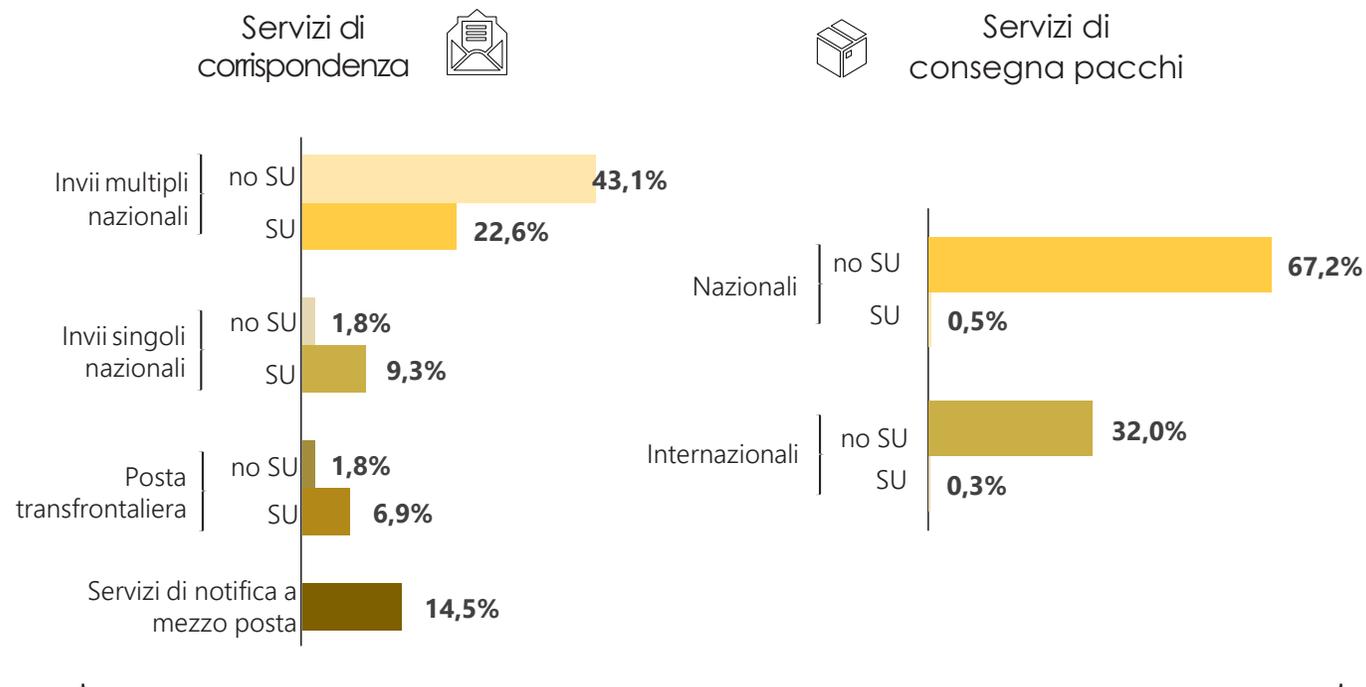
MILIONI DI €



Variazione annuale in %
(Gen. – Mar. 2022) – (Gen. – Mar. 2023)

RIPARTIZIONE DEI RICAVI DA INIZIO ANNO (%)

(Gennaio – Marzo 2023)



Variazione annuale in %
(Gen. – Mar. 2022 – Gen. – Mar. 2023)



Invii multipli nazionali

Invii singoli nazionali

Posta transfrontaliera

Servizi di notifica a mezzo posta

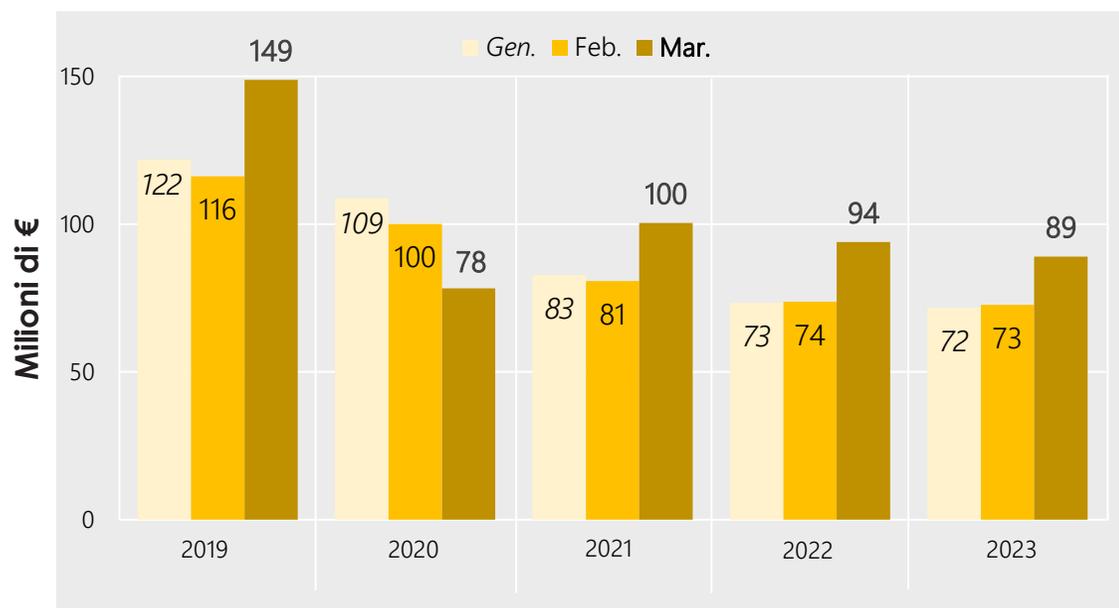
Nazionali

Internazionali

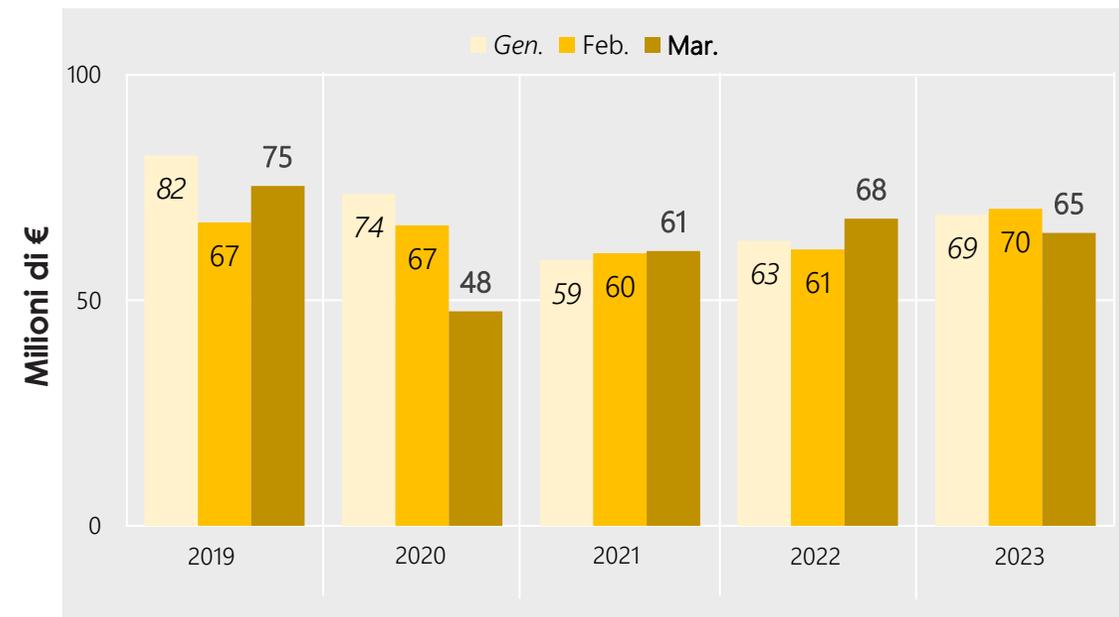
Nota: a seguito di riclassifiche effettuate dalle imprese i valori esposti non sono confrontabili con quanto corrispondentemente illustrato nelle precedenti versioni dell'Osservatorio. I dati esposti fanno riferimento ai seguenti operatori: Amazon Italia Transport S.r.l., BRT S.p.A., DHL Express Italy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



ALTRI SERVIZI (NO SU)



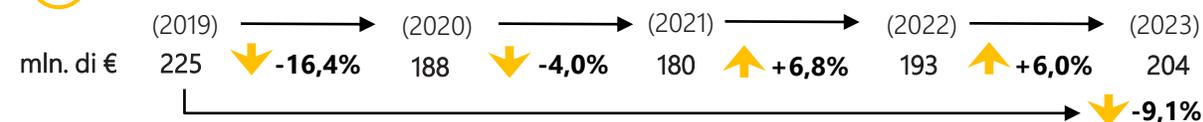
1 Valori cumulati da inizio anno (Gen. – Mar.)



2 Confronto valori mensili (variazioni %)

	Annuale				Di periodo 2019/2023
	2019/2020	2020/2021	2021/2022	2022/2023	
Gennaio	-10,7	-23,9	-11,5	-2,2	-41,2
Febbraio	-13,8	-19,3	-8,6	-1,5	-37,5
Marzo	-47,4	+28,3	-6,5	-5,2	-40,1

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

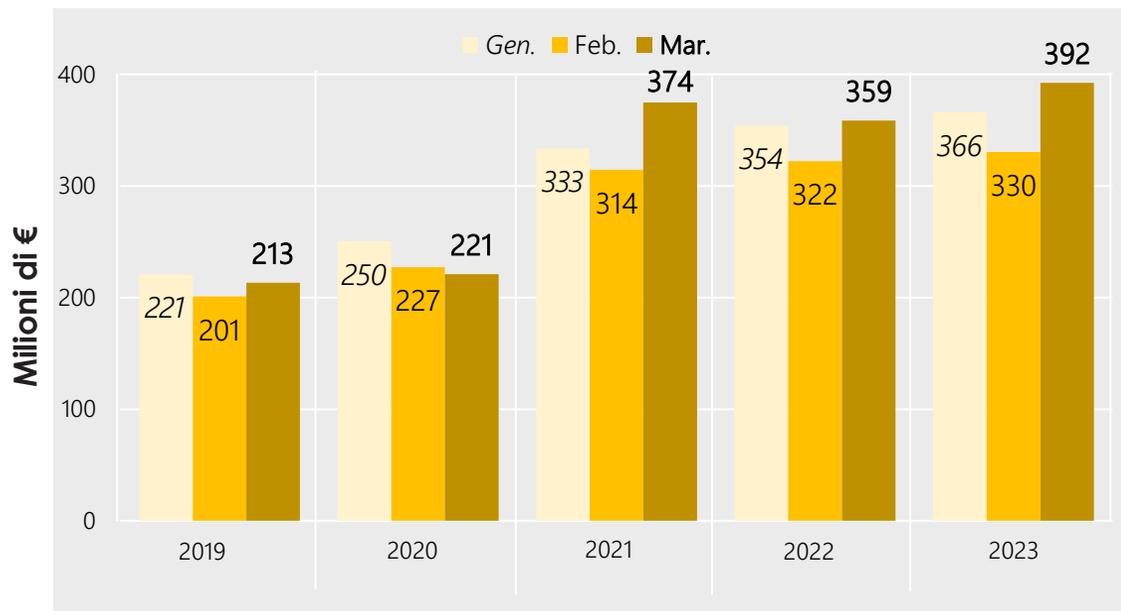


2 Confronto valori mensili (variazioni %)

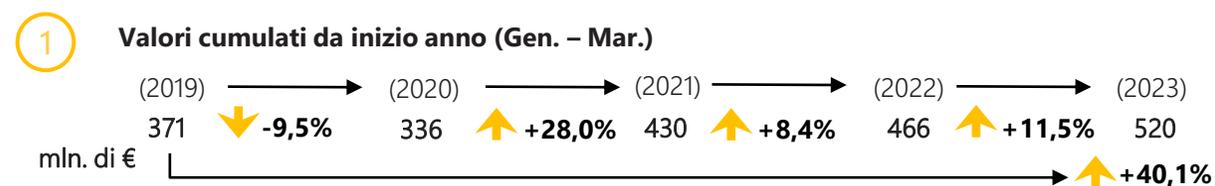
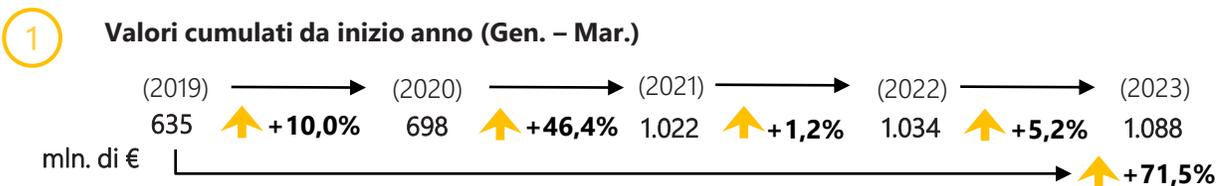
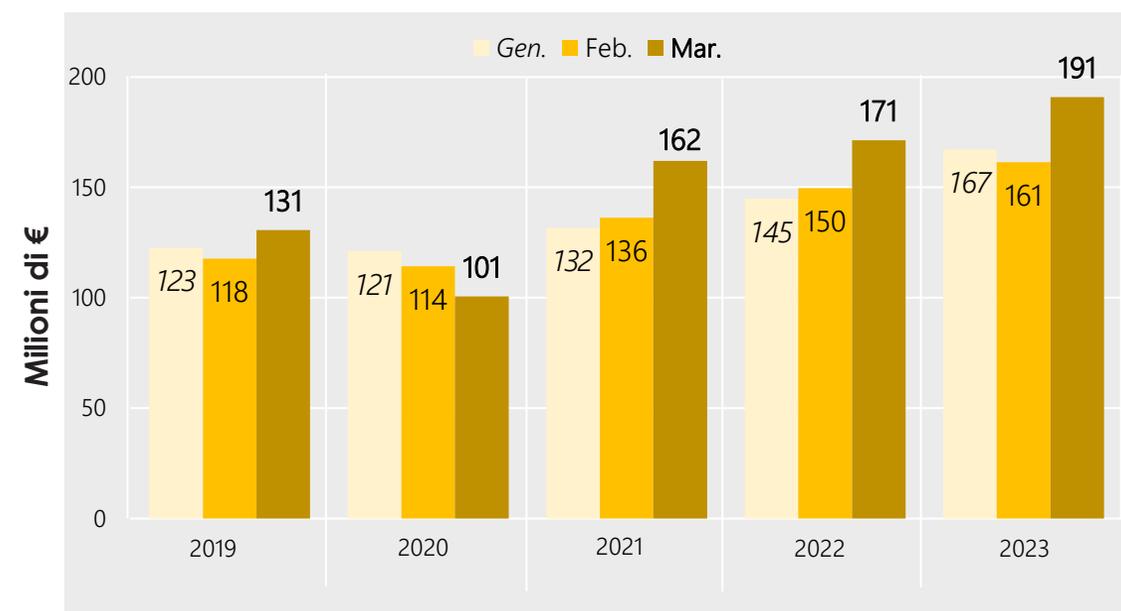
	Annuale				Di periodo 2019/2023
	2019/2020	2020/2021	2021/2022	2022/2023	
Gennaio	-10,4	-19,9	+7,1	+9,2	-16,0
Febbraio	-1,0	-9,3	+1,5	+14,6	+4,4
Marzo	-36,9	+28,1	+11,8	-4,6	-13,8

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

NAZIONALI



INTERNAZIONALI



2 Confronto valori mensili (variazioni %)

	Annuale				Di periodo 2019/2023
	2019/2020	2020/2021	2021/2022	2022/2023	
Gennaio	+13,4	+33,2	+6,1	+3,4	+65,8
Febbraio	+13,0	+38,4	+2,4	+2,6	+64,4
Marzo	+3,6	+69,6	-4,3	+9,4	+83,9

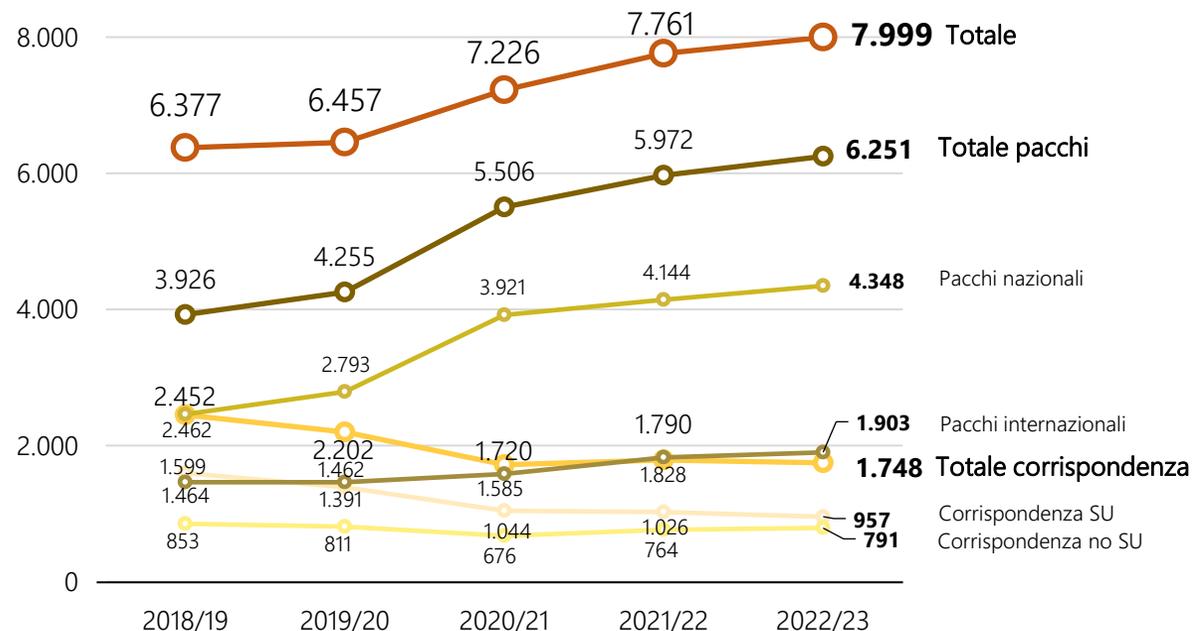
2 Confronto valori mensili (variazioni %)

	Annuale				Di periodo 2019/2023
	2019/2020	2020/2021	2021/2022	2022/2023	
Gennaio	-1,3	+8,7	+10,1	+15,4	+36,3
Febbraio	-3,0	+19,3	+9,8	+7,9	+37,2
Marzo	-23,0	+61,1	+5,8	+11,4	+46,2

3.4 SERVIZI POSTALI: TREND STORICO DEI RICAVI

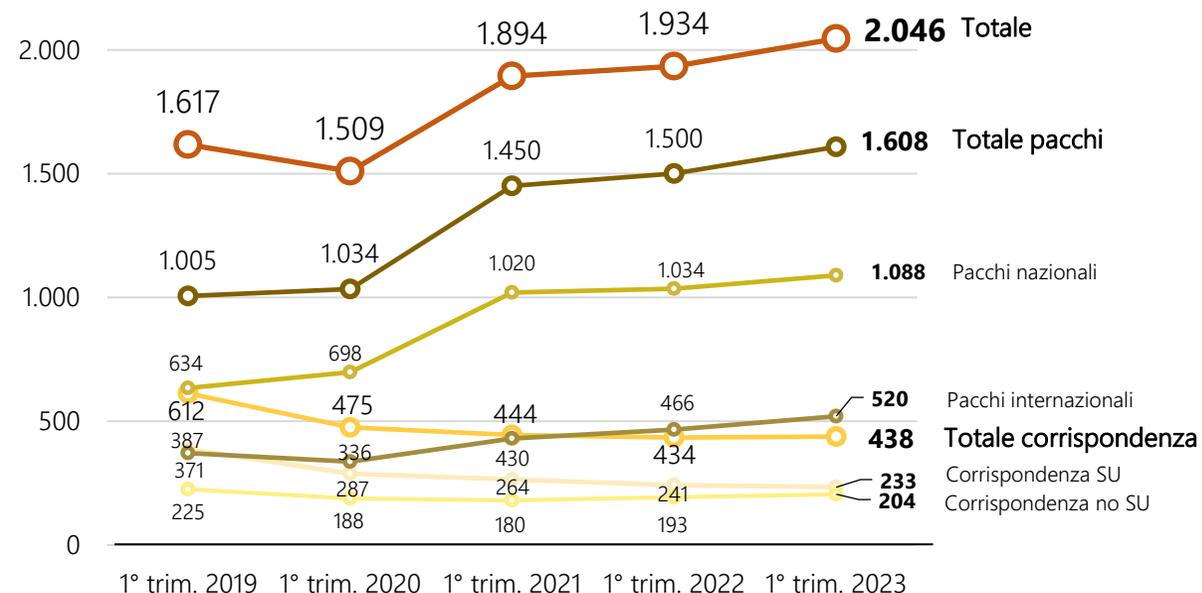
BASE ANNUALE (VALORI CUMULATI 12 MESI)

MILIONI DI €



BASE TRIMESTRALE

MILIONI DI €



Variazione in %

(2018/19 – 2022/23)

(2021/22 – 2022/23)

Totale:	+25,4	↑	+3,1	↑
Servizi di corrispondenza:	-28,7	↓	-2,3	↓
- Servizio Universale:	-40,1	↓	-6,7	↓
- No Servizio Universale:	-7,2	↓	+3,6	↑
Servizi di consegna pacchi:	+59,2	↑	+4,7	↑
- Pacchi nazionali:	+76,6	↑	+4,9	↑
- Pacchi internazionali:	+30,0	↑	+4,1	↑

Variazione in %

(1° trim. 2019 – 1° trim. 2023)

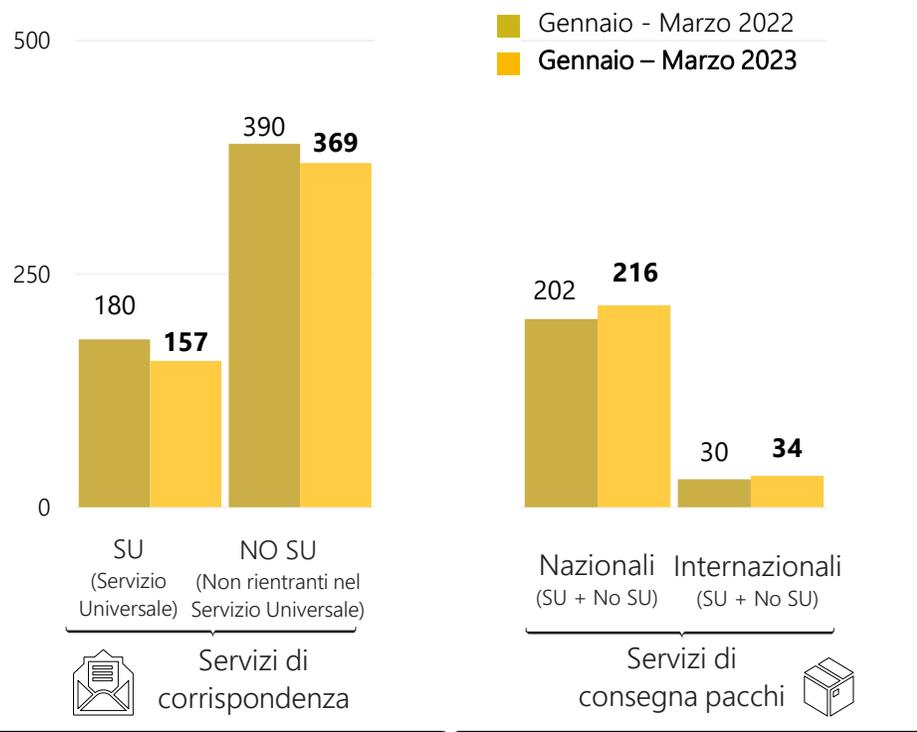
(1° trim. 2022 – 1° trim. 2023)

Totale:	+26,5	↑	+5,8	↑
Servizi di corrispondenza:	-28,4	↓	+0,9	↑
- Servizio Universale:	-39,7	↓	-3,1	↓
- No Servizio Universale:	-9,1	↓	+6,0	↑
Servizi di consegna pacchi:	+60,0	↑	+7,2	↑
- Pacchi nazionali:	+71,6	↑	+5,2	↑
- Pacchi internazionali:	+40,1	↑	+11,5	↑

3.5 SERVIZI POSTALI: ANDAMENTO DEI VOLUMI

VOLUMI COMPLESSIVI DA INIZIO ANNO

MILIONI DI INVII

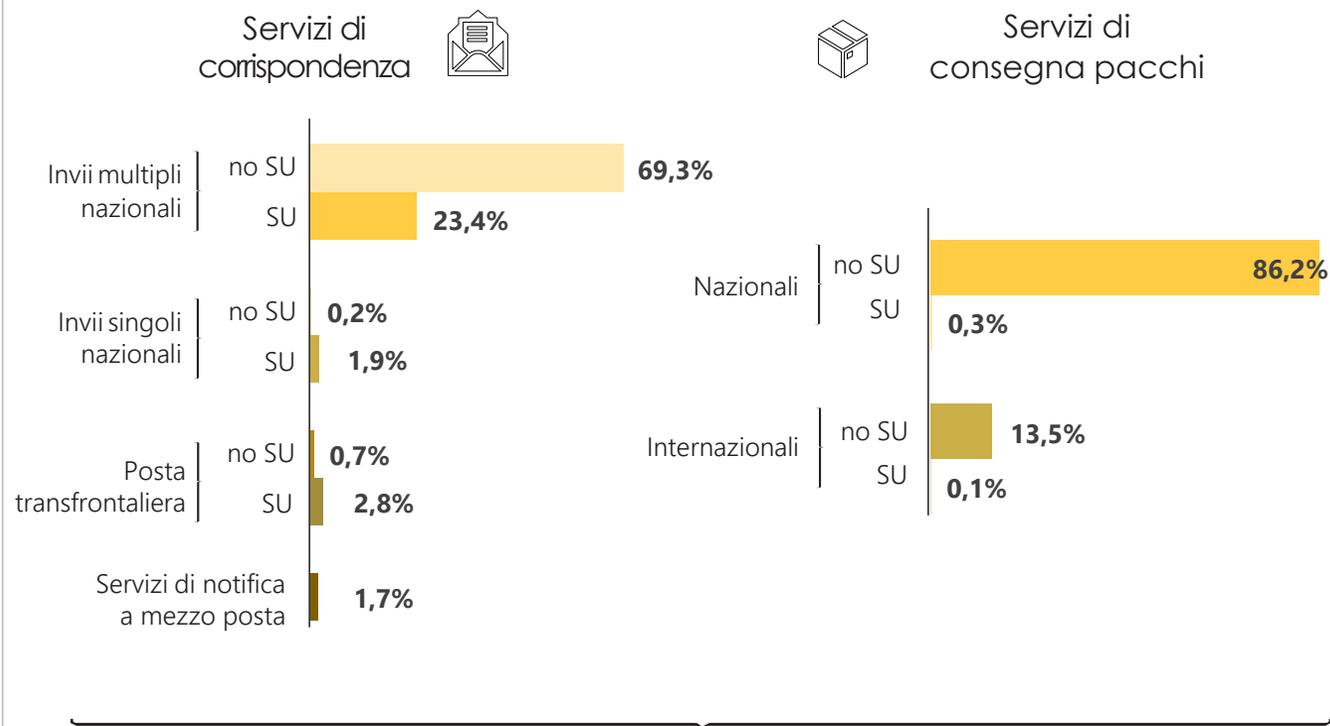


Variazione annuale in %
(Gen.- Mar. 2022) – (Gen.- Mar. 2023)



RIPARTIZIONE DEI VOLUMI DA INIZIO ANNO (%)

(Gennaio – Marzo 2023)



Variazione annuale in %
(Gen. - Mar. 2022 – Gen. - Mar. 2023)



Invii multipli nazionali



Invii singoli nazionali



Posta transfrontaliera



Servizi di notifica a mezzo posta



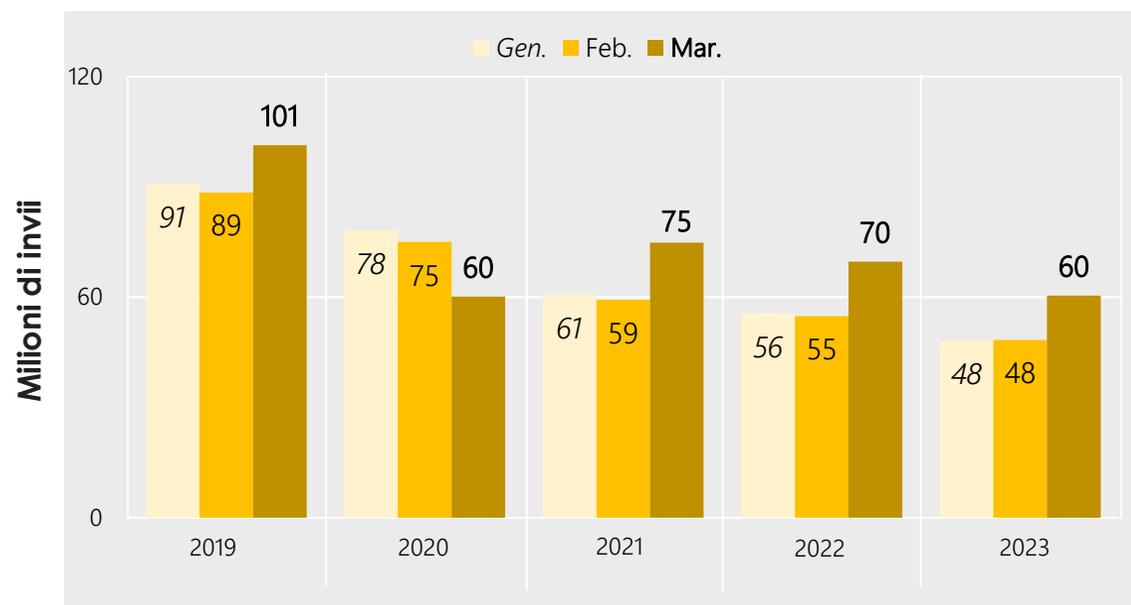
Nazionali



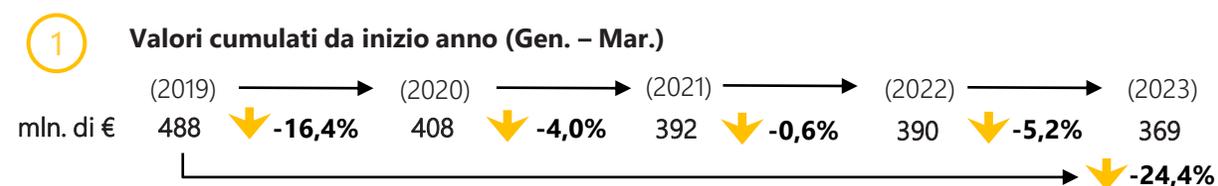
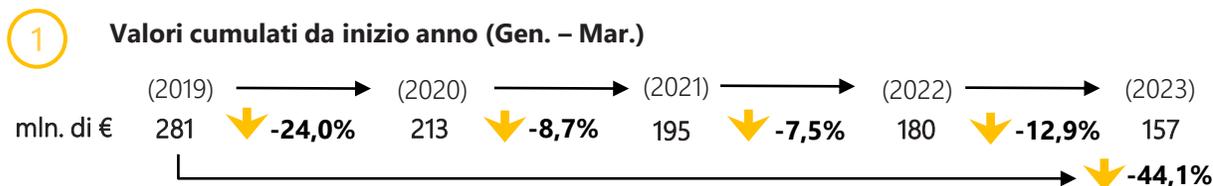
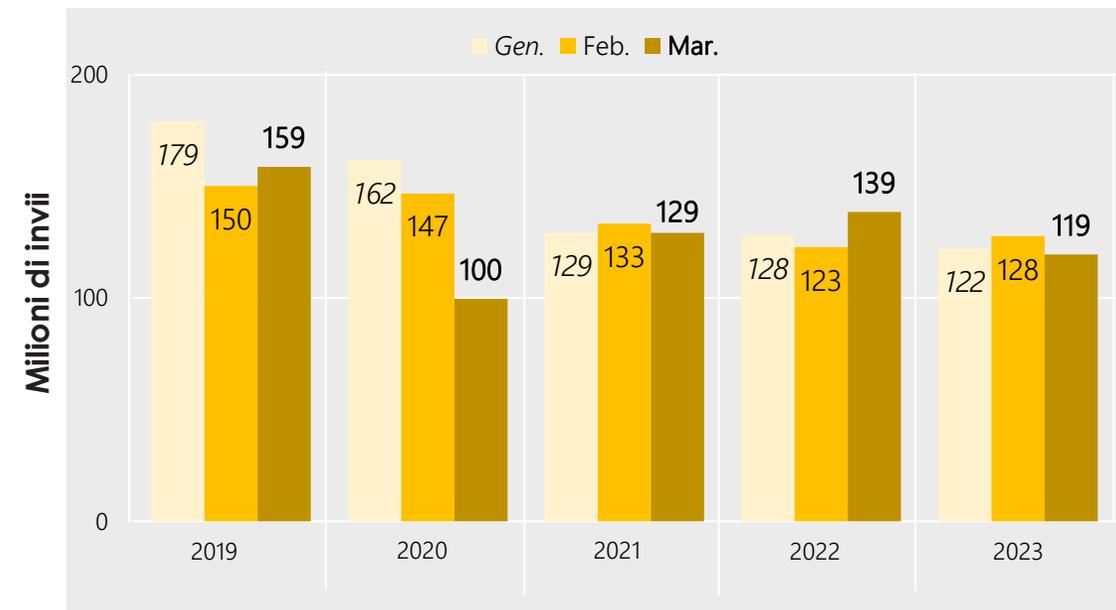
Internazionali

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

SERVIZIO UNIVERSALE



ALTRI SERVIZI (NO SU)



2 Confronto valori mensili (variazioni %)

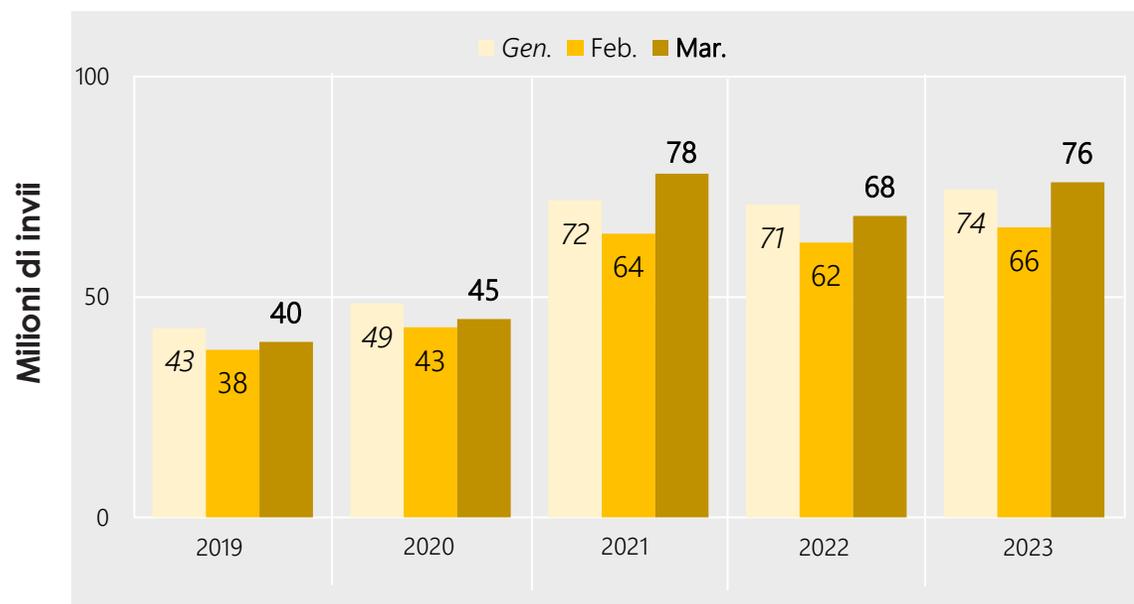
	Annuale				Di periodo 2019/2023
	2019/2020	2020/2021	2021/2022	2022/2023	
Gennaio	-14,0	-22,5	-8,2	-13,5	-47,1
Febbraio	-15,2	-21,0	-7,5	-11,8	-45,3
Marzo	-40,6	+24,4	-7,0	-13,2	-40,4

2 Confronto valori mensili (variazioni %)

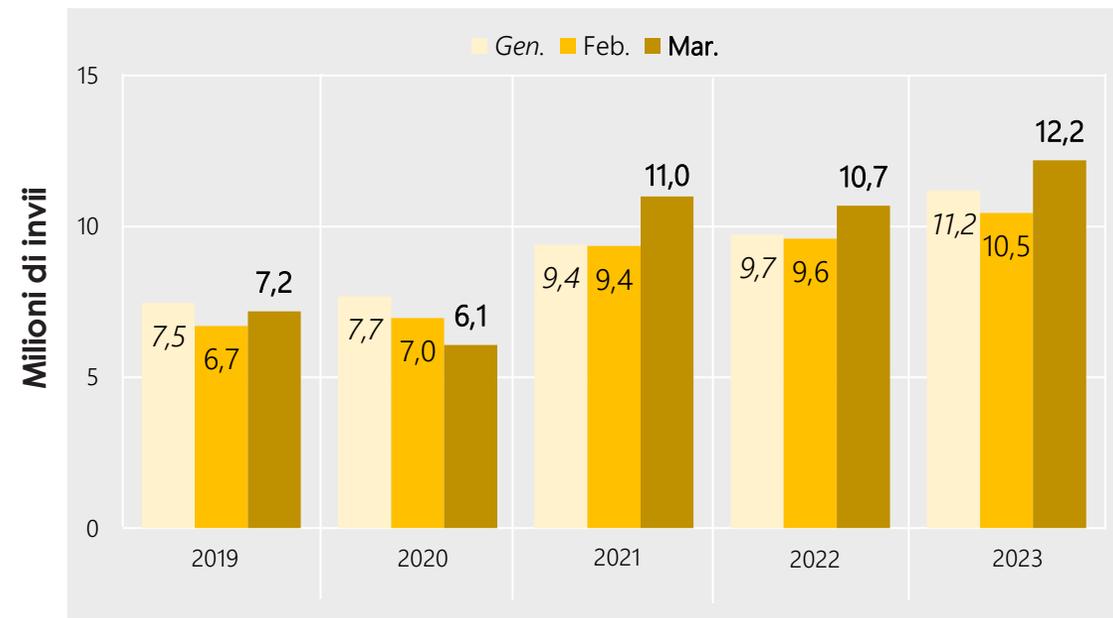
	Annuale				Di periodo 2019/2023
	2019/2020	2020/2021	2021/2022	2022/2023	
Gennaio	-9,7	-20,1	-0,8	-4,8	-31,9
Febbraio	-2,3	-9,2	-7,9	+4,0	-15,0
Marzo	-37,2	+29,7	+7,2	-13,8	-24,8

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

NAZIONALI



INTERNAZIONALI



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



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



2 Confronto valori mensili (variazioni %)

	Annuale				Di periodo 2019/2023
	2019/2020	2020/2021	2021/2022	2022/2023	
Gennaio	+13,0	+48,1	-1,3	+4,8	+73,3
Febbraio	+13,5	+49,3	-3,2	+5,6	+73,2
Marzo	+13,0	+73,4	-12,3	+11,2	+90,9

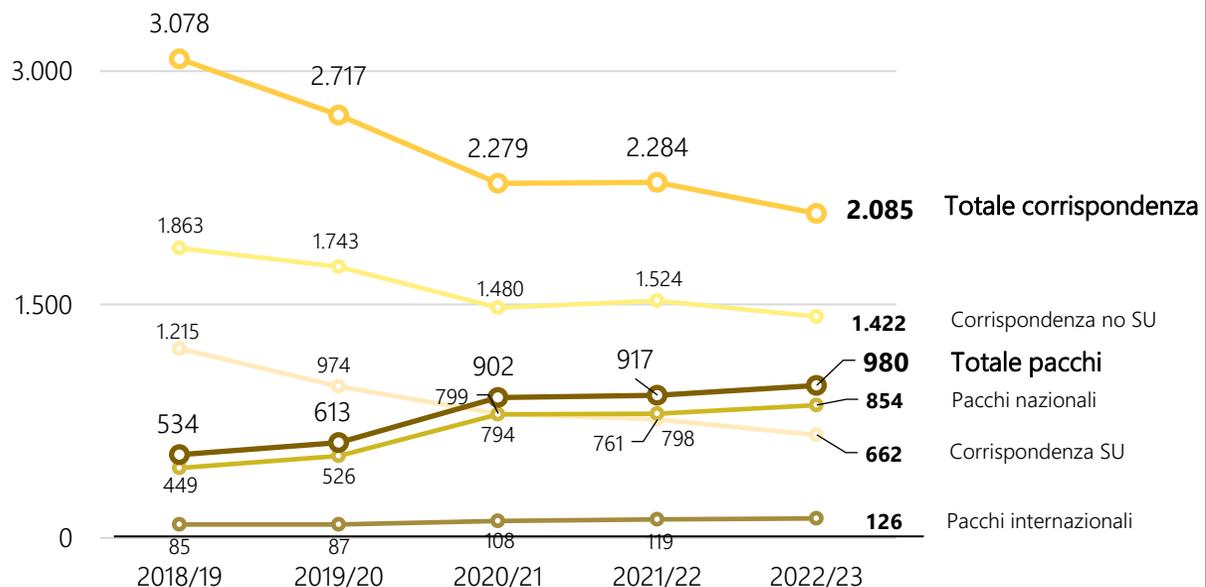
2 Confronto valori mensili (variazioni %)

	Annuale				Di periodo 2019/2023
	2019/2020	2020/2021	2021/2022	2022/2023	
Gennaio	+2,9	+22,3	+3,6	+14,8	+49,7
Febbraio	+3,9	+34,2	+2,6	+8,9	+55,8
Marzo	-15,5	+81,0	-2,8	+14,1	+69,6

3.8 SERVIZI POSTALI: TREND STORICO DEI VOLUMI

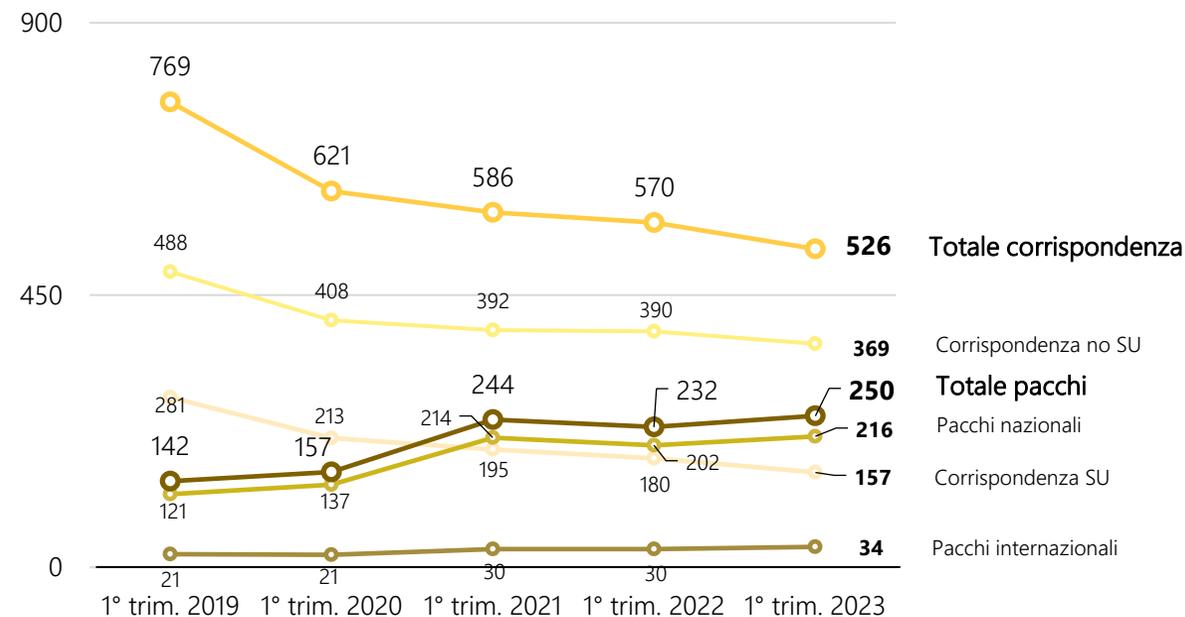
BASE ANNUALE (VALORI CUMULATI 12 MESI)

MILIONI DI INVII



BASE TRIMESTRALE

MILIONI DI INVII



Variazione in %
(2018/19 – 2022/23) (2021/22 – 2022/23)

Servizi di corrispondenza:	-32,3	▼	-8,7	▼
- Servizio Universale:	-45,5	▼	-12,9	▼
- No Servizio Universale:	-23,7	▼	-6,7	▼
Servizi di consegna pacchi:	+83,5	▲	+6,9	▲
- Pacchi nazionali:	+90,4	▲	+7,0	▲
- Pacchi internazionali:	+47,2	▲	+5,9	▲

Variazione in %
(1° trim. 2019 – 1° trim 2023) (1° trim. 2022 – 1° trim 2023)

Servizi di corrispondenza:	-31,6	▼	-7,6	▼
- Servizio Universale:	-44,1	▼	-12,9	▼
- No Servizio Universale:	-24,4	▼	-5,2	▼
Servizi di consegna pacchi:	+75,9	▲	+7,9	▲
- Pacchi nazionali:	+79,1	▲	+7,2	▲
- Pacchi internazionali:	+58,3	▲	+12,7	▲

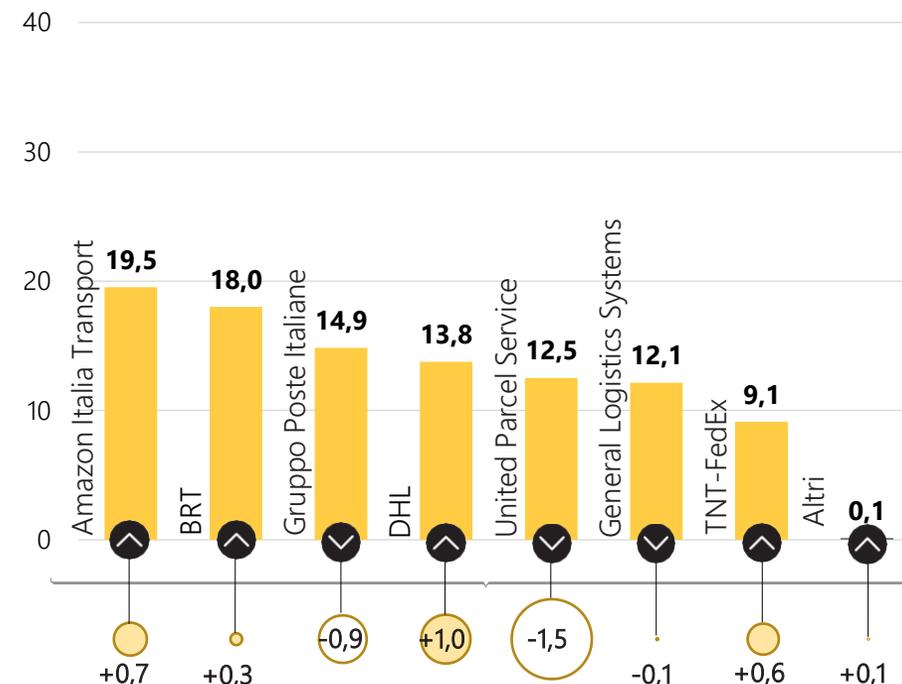
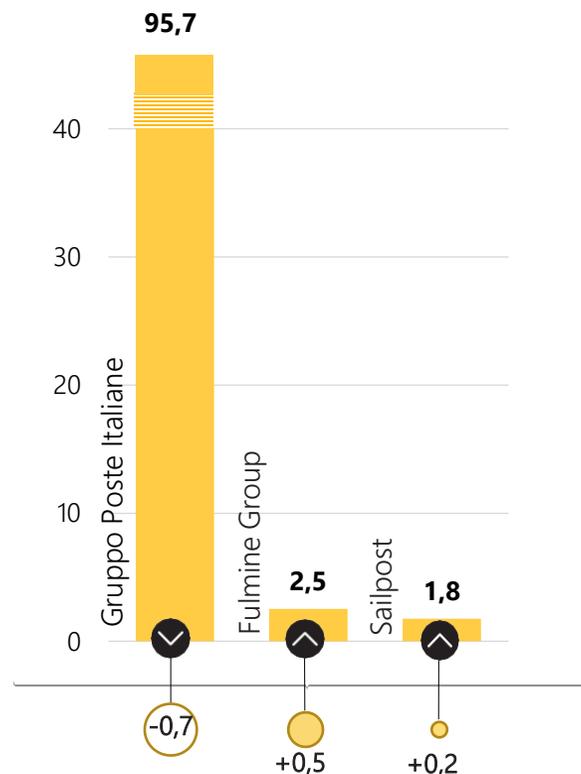
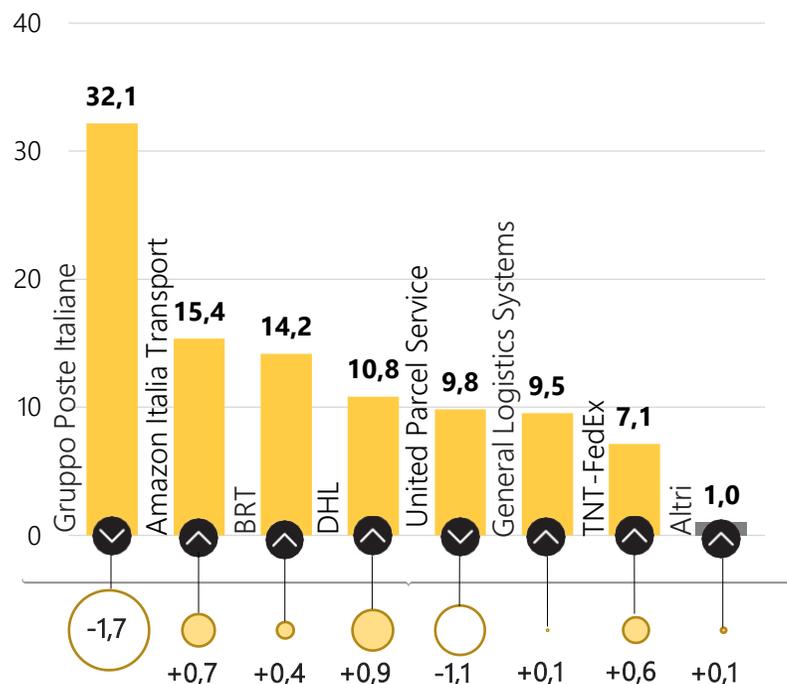
3.9 SERVIZI POSTALI: IL QUADRO CONCORRENZIALE

GENNAIO – MARZO 2023, 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

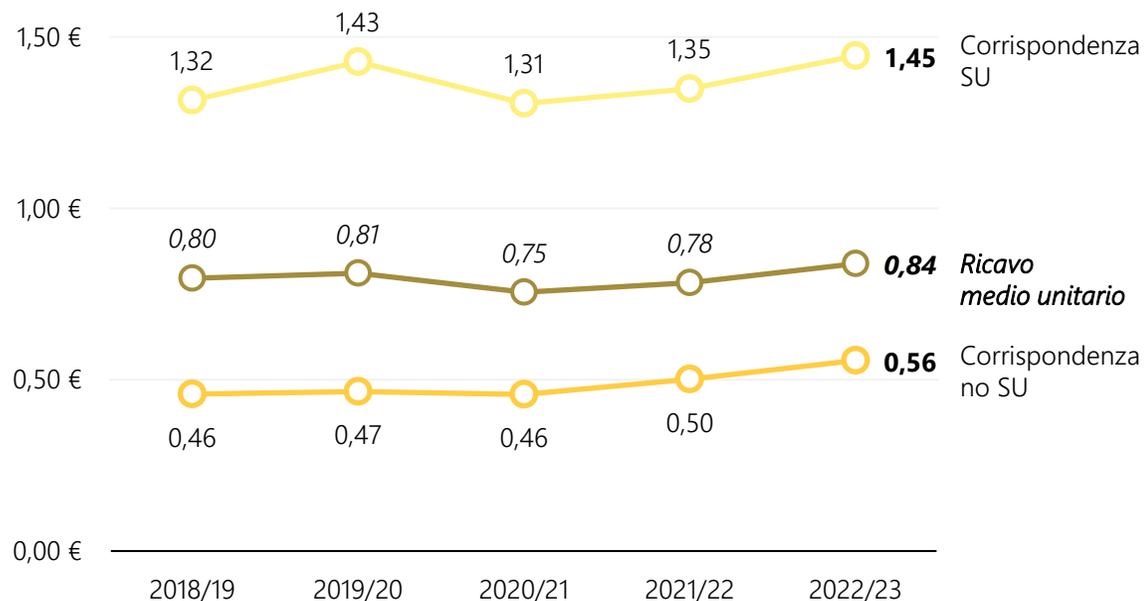


Differenza vs. Gen. – Mar. 2022
(punti percentuali)

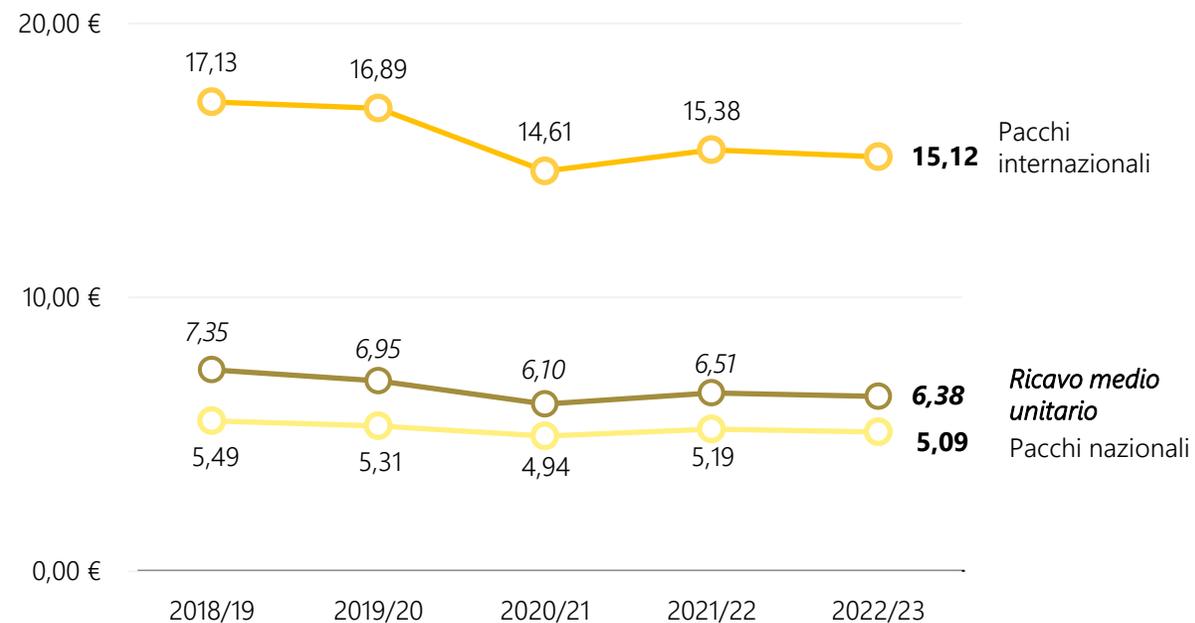
Nota: i dati del Gruppo Poste Italiane comprendono quelli di Poste Italiane S.p.a e delle società appartenenti al gruppo, Nexive Group S.r.l. e SDA Express Courier S.p.A.

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

SERVIZI DI CORRISPONDENZA



SERVIZI DI CONSEGNA PACCHI



Variazione in %

(2018/19 – 2022/23) (2021/22 – 2022/23)

Ricavo medio unitario:	+5,3	↑	+7,1	↑
Corrispondenza SU:	+9,9	↑	+7,1	↑
Corrispondenza no SU:	+21,5	↑	+11,0	↑

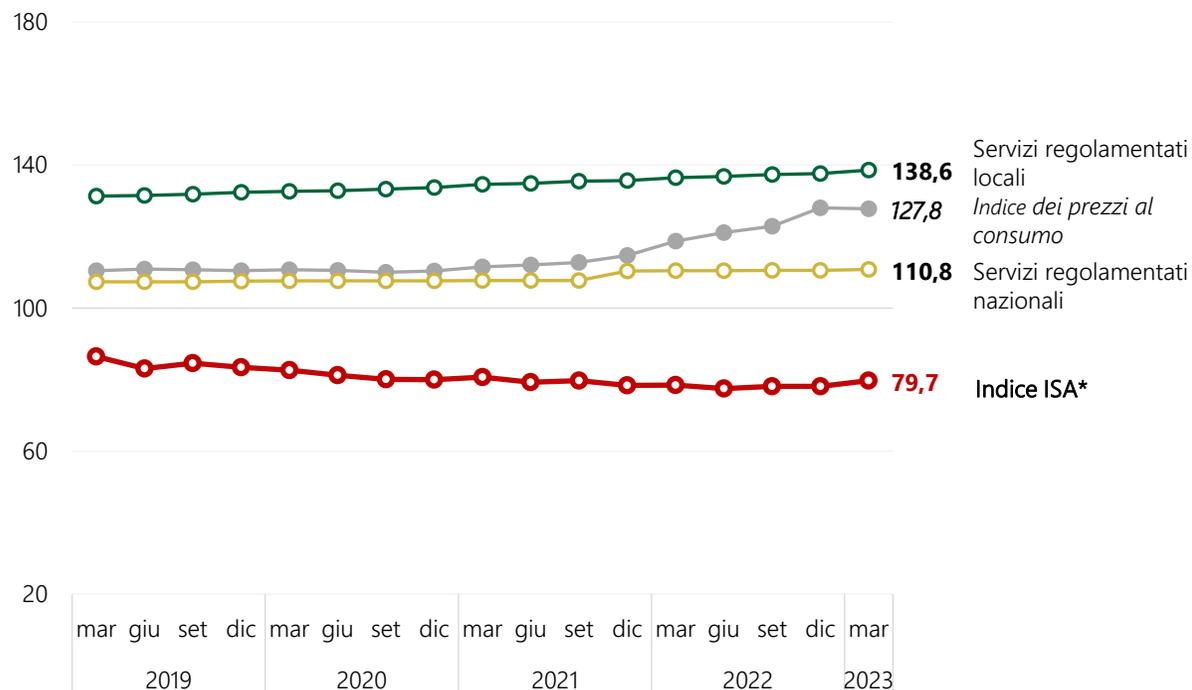
Variazione in %

(2018/19 – 2022/23) (2021/22 – 2022/23)

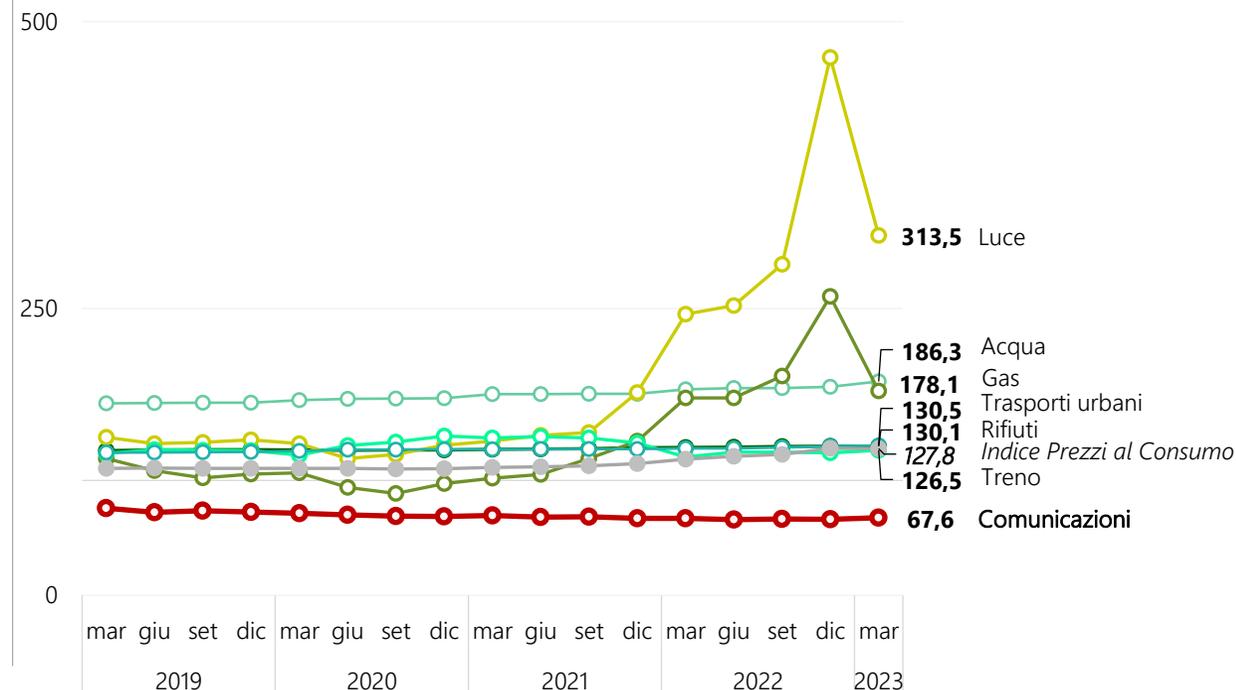
Ricavo medio unitario:	-13,2	↓	-2,0	↓
Pacchi internazionali:	-11,7	↓	-1,6	↓
- SU:	+6,7	↑	+4,9	↑
- No SU:	-11,7	↓	-1,6	↓
Pacchi nazionali:	-7,2	↓	-1,9	↓
- SU:	+2,6	↑	+5,6	↑
- No SU:	-7,3	↓	-2,0	↓

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

INDICI PREZZI GENERALI



INDICI PREZZI UTILITIES



Fonte: Istat ed elaborazioni Agcom

	Variazione in %	
	(2019 - 2023)	(2022 - 2023)
ISA (Indice Sintetico Agcom):	-7,9 ▼	+1,5 ▲
Indice dei prezzi al consumo:	+15,7 ▲	+7,7 ▲
Servizi regolamentati locali:	+5,6 ▲	+1,5 ▲
Servizi regolamentati nazionali:	+3,2 ▲	+0,3 ▲

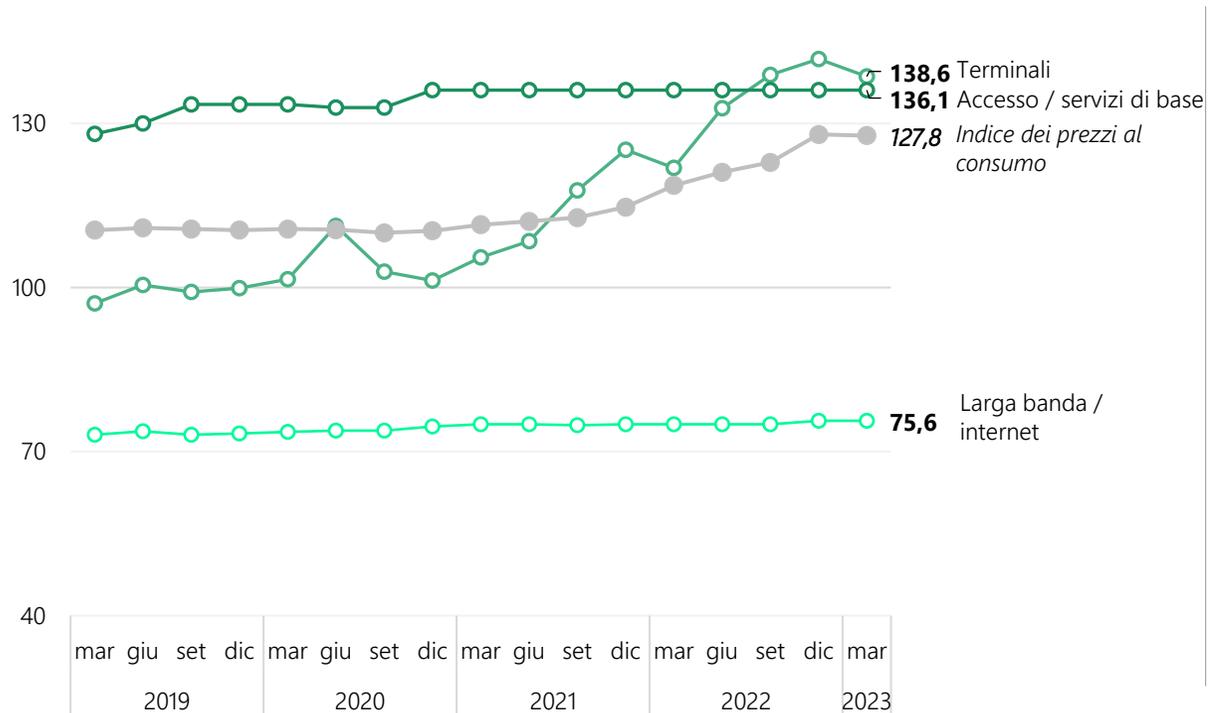
	Variazione in %		Variazione in %	
	(2019 - 2023)	(2022 - 2023)	(2019 - 2023)	(2022 - 2023)
Acqua (04.4.1):	+11,3 ▲	+3,7 ▲	Treno (07.3.1):	+2,3 ▲
Rifiuti (04.4.2):	+3,0 ▲	+0,9 ▲	Trasporti urbani (07.3.2.1.1):	+4,7 ▲
Luce (04.5.1):	+127,5 ▲	+28,0 ▲	Comunicazioni (08):	-11,1 ▼
Gas (04.5.2):	+49,5 ▲	+3,5 ▲		+0,9 ▲

(*) 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.

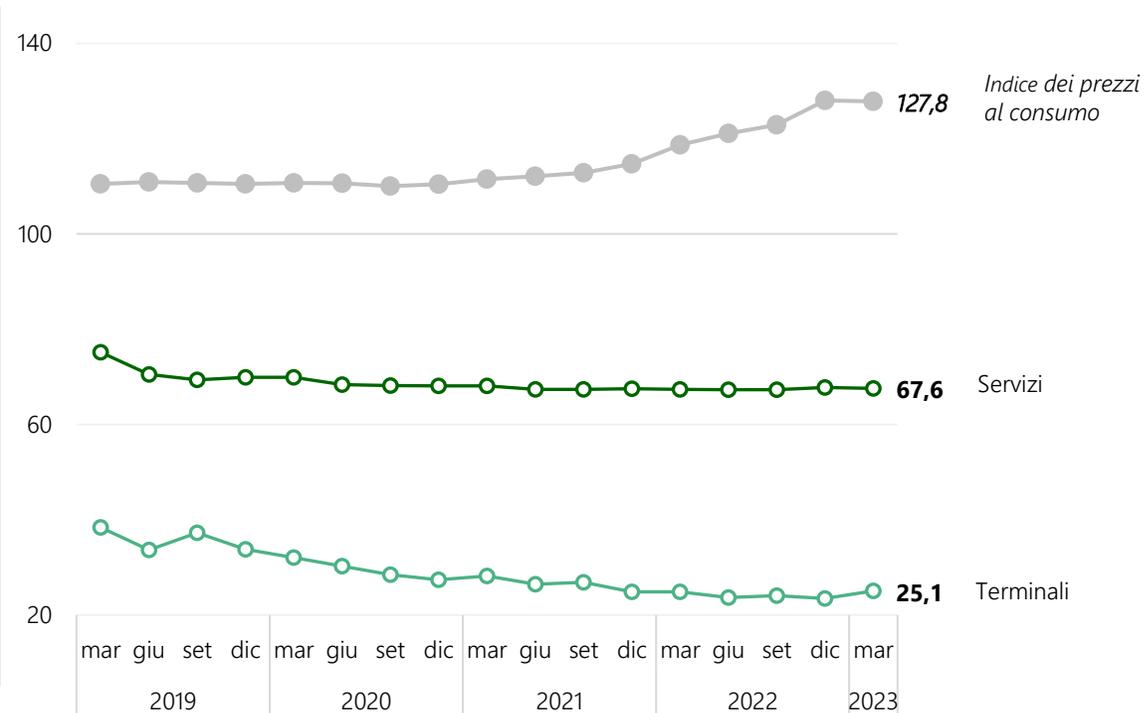
(Codice COICOP - Classification of Individual Consumption by Purpose)

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

INDICI PREZZI TELEFONIA FISSA



INDICI PREZZI TELEFONIA MOBILE



Fonte: Istat ed elaborazioni Agcom

Variazione in %

	(2019 - 2023)	(2022 - 2023)
Accesso / servizi di base (08.3.0.1):	+6,2 ↑	=
Terminali (08.2.0.1):	+42,7 ↑	+13,7 ↑
Larga banda / internet (08.3.0.3.0.07):	+3,4 ↑	+0,8 ↑

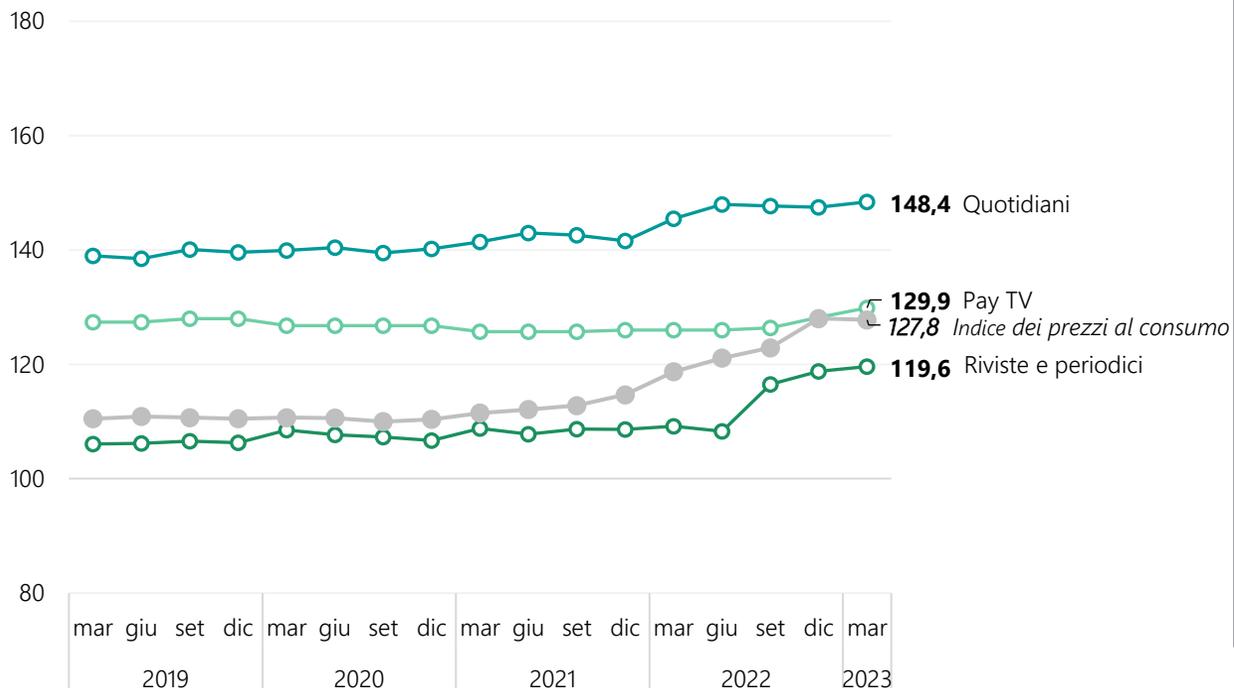
Variazione in %

	(2019 - 2023)	(2022 - 2023)
Servizi (08.3.0.2):	-10,1 ↓	+0,3 ↑
Terminali (08.2.0.2):	-34,6 ↓	+0,8 ↑

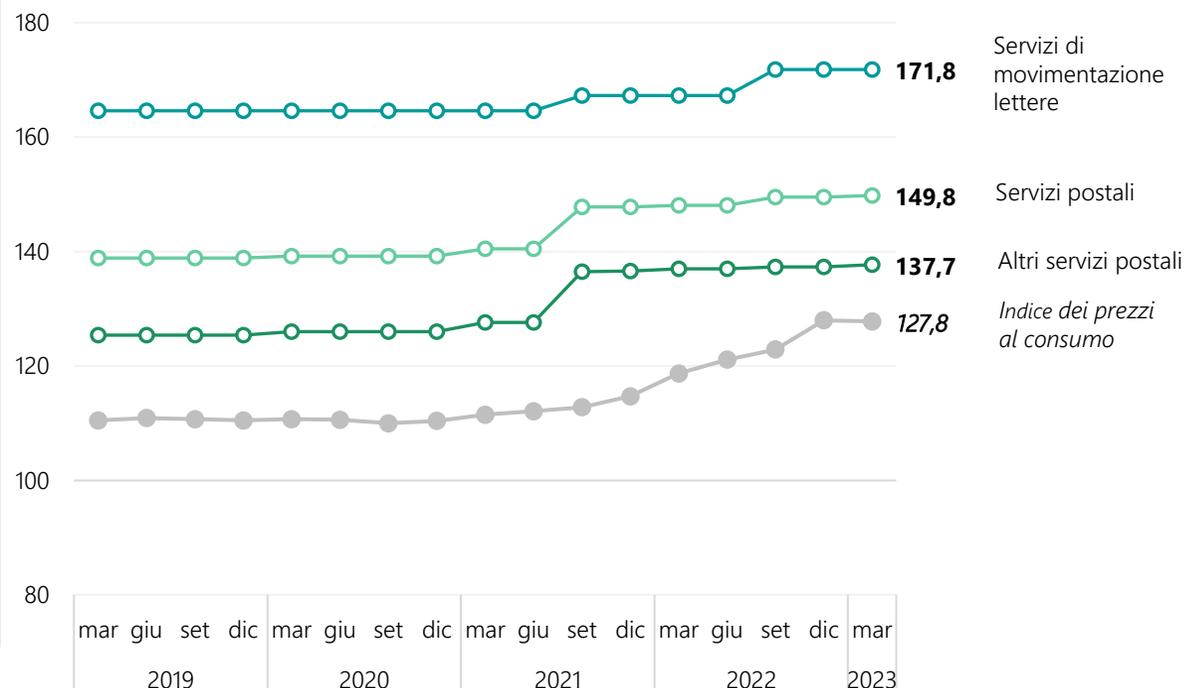
(Codice COICOP - Classification of Individual Consumption by Purpose)

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 %

	(2019 - 2023)	(2022 - 2023)
Quotidiani (09.5.2.1.0):	+6,8 ↑	+2,0 ↑
Pay TV (09.4.2.3.0.02):	+2,0 ↑	+3,1 ↑
Riviste e periodici (09.5.2.2.0):	+12,7 ↑	+9,5 ↑

Variazione in %

	(2019 - 2023)	(2022 - 2023)
Servizi postali (08.1):	+7,8 ↑	+1,1 ↑
Servizi di movimentazione lettere (08.1.0.1.0.00):	+4,4 ↑	+2,7 ↑
Altri servizi postali (08.1.0.9.0.00):	+9,8 ↑	+0,5 ↑

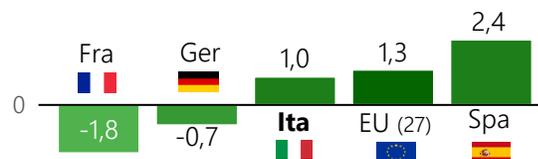
(Codice COICOP - Classification of Individual Consumption by Purpose)

4.4 PREZZI: DINAMICHE IN EUROPA

COMUNICAZIONI ELETTRONICHE
(COICOP 08.2 - 08.3)

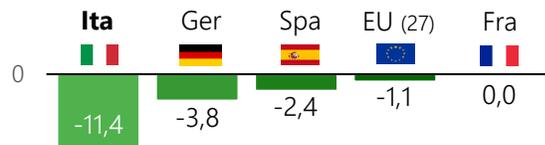
**Variazione %
(1 anno)**

Mar. 2022
-
Mar. 2023



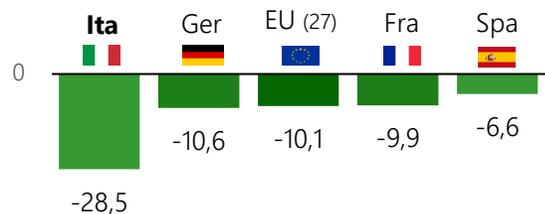
**Variazione %
(5 anni)**

Mar. 2019
-
Mar. 2023

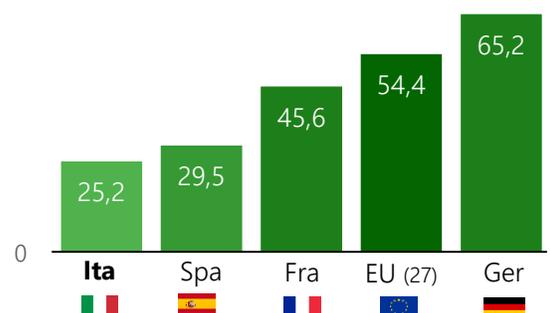
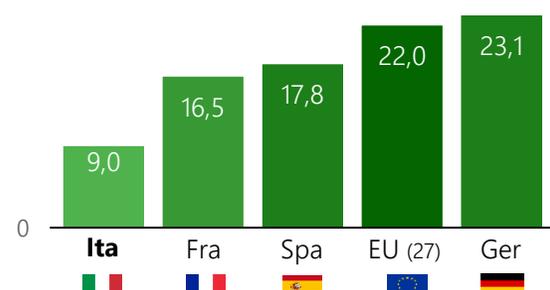
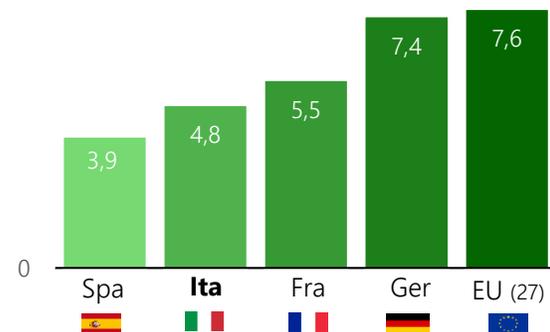


**Variazione %
(10 anni)**

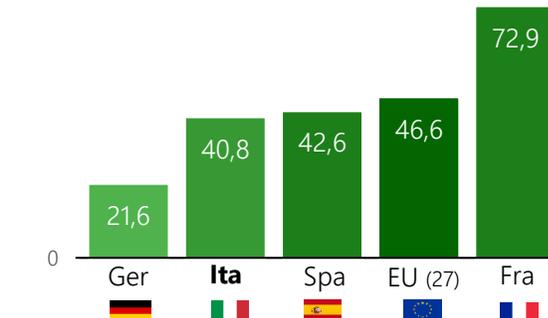
Mar. 2014
-
Mar. 2023



QUOTIDIANI E PERIODICI
(COICOP 09.5.2)



SERVIZI POSTALI
(COICOP 08.1)





OSSERVATORIO SULLE COMUNICAZIONI

N. 2/2023

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

Roma

Via Isonzo 21/b -00198

Napoli

Centro Direzionale Isola B5 -80143