



















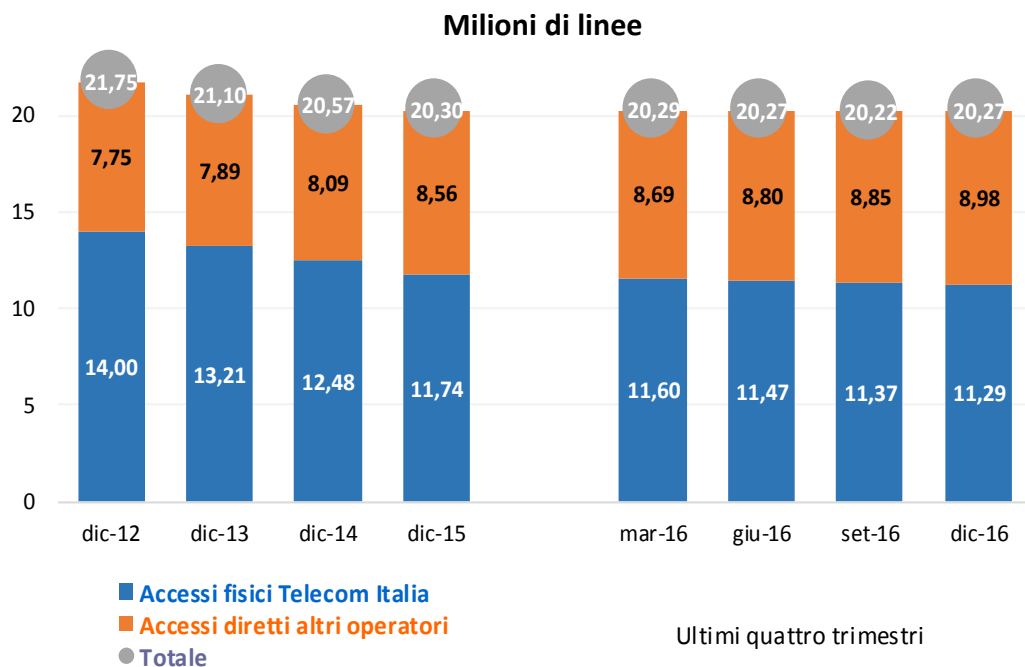
OSSERVATORIO SULLE COMUNICAZIONI

N. 1/2017

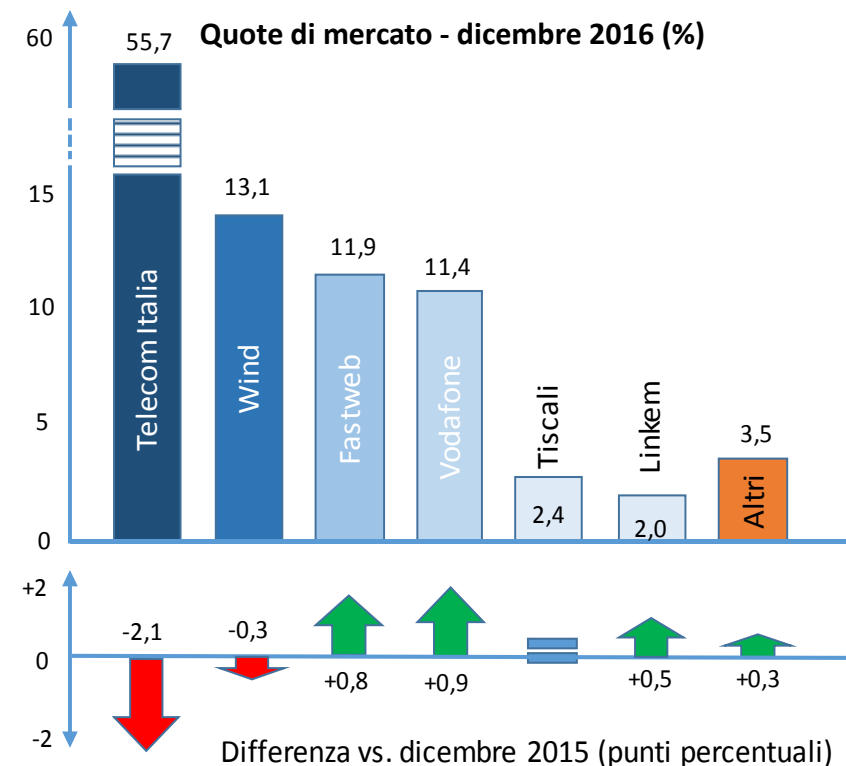
1. Comunicazioni elettroniche
 - 1.1 Rete fissa: accessi diretti complessivi 
 - 1.2 Rete fissa: accessi diretti degli altri operatori 
 - 1.3 Rete fissa: accessi broadband 
 - 1.4 Rete fissa: accessi broadband per velocità 
 - 1.5 Rete fissa: accessi per operatore e velocità (dic. 2016 in %) 
 - 1.6 Rete mobile: linee complessive 
 - 1.7 Rete mobile: SIM per tipologia di clientela 
 - 1.8 Rete mobile: SIM per tipologia di contratto 
 - 1.9 Rete mobile: traffico dati 
 - 1.10 Portabilità del numero 
2. Media
 - 2.1 Media: audience TV e vendite quotidiani 
 - 2.2 Media: audience radio e Internet 
3. Servizi postali e corrieri espresso
 - 3.1 Servizi postali e corrieri espresso: andamento dei ricavi 
 - 3.2 Servizi postali e corrieri espresso: andamento dei volumi 
4. I prezzi dei servizi di comunicazione
 - 4.1 Prezzi: indici generali e altre utilities 
 - 4.2 Prezzi: telefonia fissa e mobile 
 - 4.3 Prezzi: quotidiani, periodici, TV e servizi postali 
 - 4.4 Prezzi: confronto internazionale 

NOTA: I valori indicati nelle figure che seguono rappresentano elaborazioni e stime dell'Autorità su dati forniti dalle imprese e altre fonti. I dati raccolti sono aggiornati a dicembre 2016. Le composizioni percentuali sono arrotondate automaticamente alla prima cifra decimale. Il totale dei valori percentuali così calcolati può risultare non uguale a 100

1.1 Rete fissa: accessi diretti complessivi



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

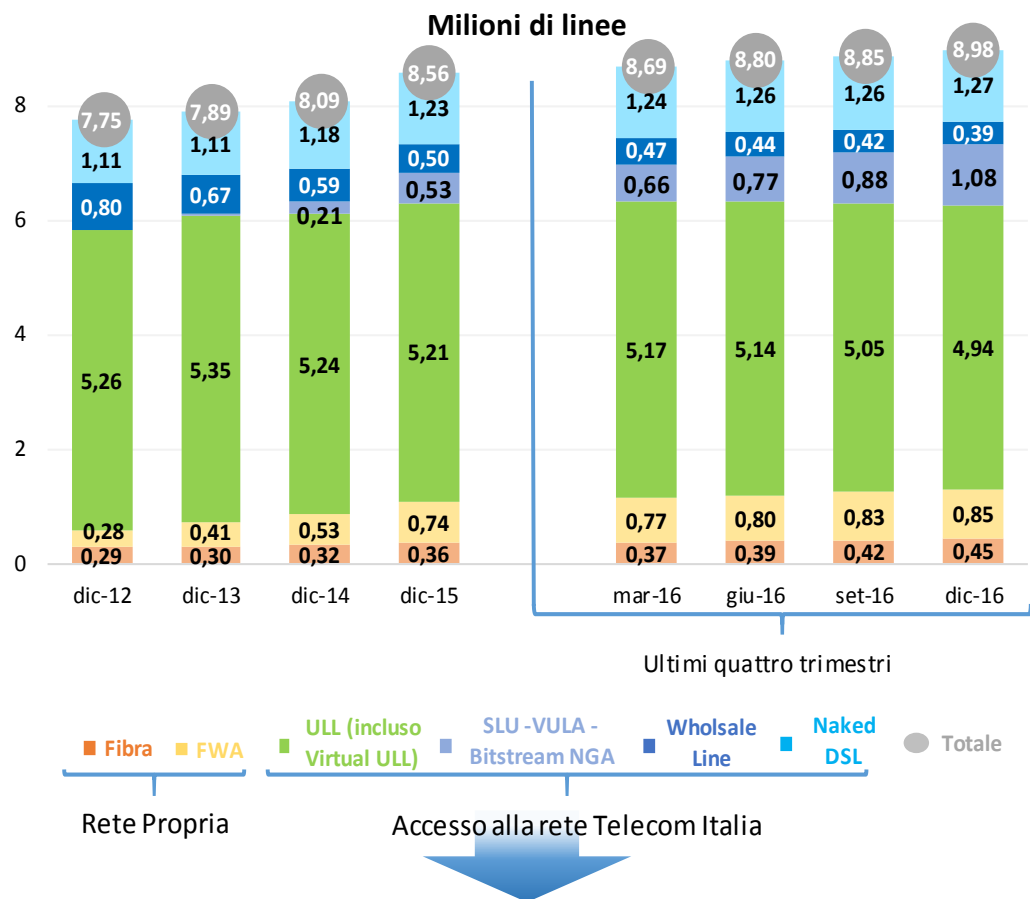


- Dopo cinque anni di riduzioni, su base trimestrale è possibile osservare una crescita pari a **50** mila linee
- Tale risultato è dovuto alla riduzione delle linee di Telecom Italia (**-80** mila accessi) ed alla crescita di quelle in capo agli altri operatori (**+130** mila linee)
- Su base annua, la flessione complessiva è pari a poco meno di **40** mila linee; Telecom Italia perde circa **460** mila linee, e gli altri operatori ne guadagnano **420** mila

- La quota di mercato di Telecom Italia (**55,7%**) scende di **2,1** p.p. su base annua; segue Wind (**13,1%**) in flessione di **0,3** p.p.
- Fastweb raggiunge l'**11,9 %** con una crescita di **0,8** p.p., di poco inferiore a quella fatta registrare da Vodafone, pari a **0,9** p.p., che raggiunge l'**11,4%**
- Cresce il peso delle imprese legate all'offerta di servizi Fixed Wireless Access (FWA), con Linkem che raggiunge il **2% (*)**

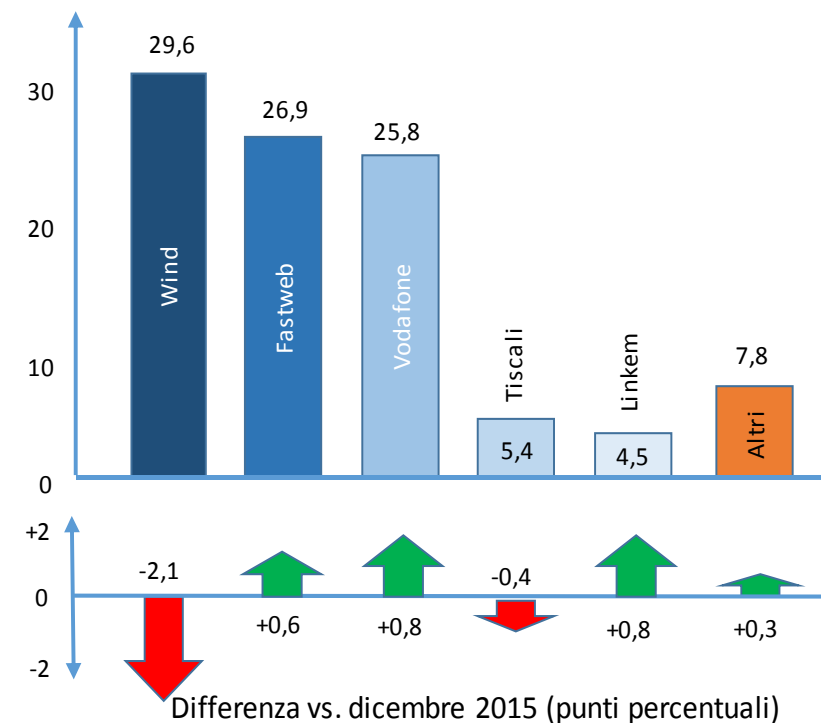
(*) - Dati non omogenei con quanto esposto nel precedente numero dell'Osservatorio. A partire da settembre 2015, infatti, sono inclusi anche i dati raccolti dalla «Coalizione per il Fixed Wireless Access» (www.cfwa.it), rappresentativi, con poco meno di 130 mila accessi a fine dicembre 2016, di oltre 30 imprese.

1.2 Rete fissa: accessi diretti degli altri operatori



- La crescita è ascrivibile in larga parte ai servizi resi utilizzando i nuovi servizi wholesale NGA di Telecom Italia (+550 mila linee su base annua) che più che compensano la riduzione degli accessi in ULL e WLR (-380 mila linee nel complesso)
- Su base annua, le linee in fibra aumentano di 90 mila unità, gli accessi FWA crescono di 120 mila

Ripartizione degli accessi diretti degli altri operatori – dicembre 2016 (%)

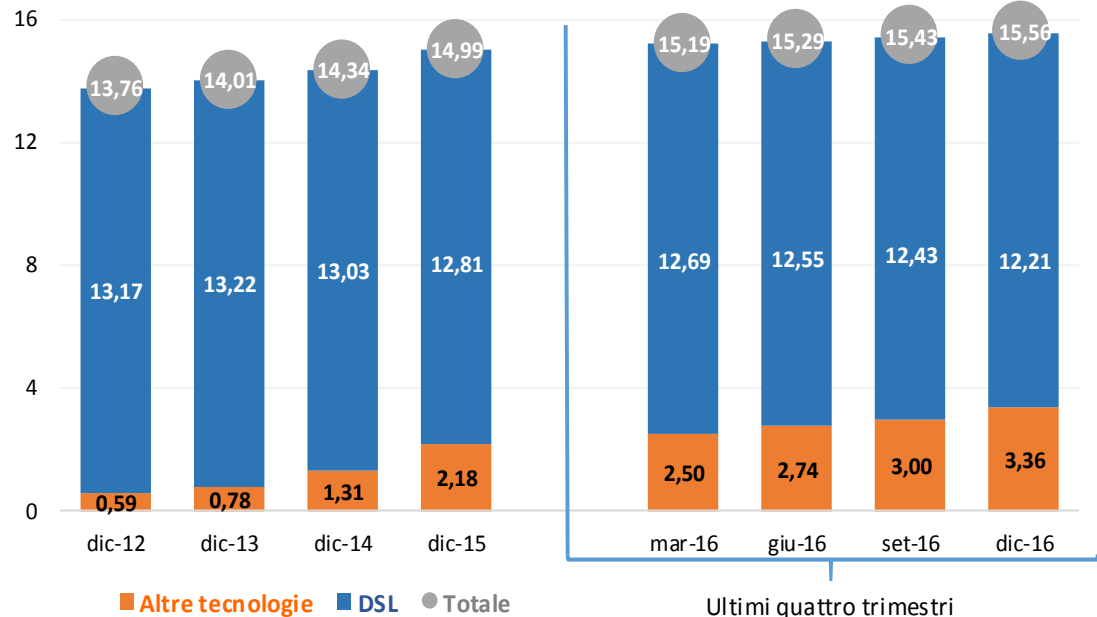


- Con il 29,6% Wind continua ad essere il principale concorrente di Telecom Italia, ma perde 2,1 p.p. su base annua
- Crescono le quote di Fastweb e Vodafone (rispettivamente +0,6 e +0,8 p.p.)
- L'incremento degli operatori di minori dimensioni (+1,2 p.p.) è ascrivibile, in primo luogo, alla dinamica degli accessi FWA; tra questi, si conferma la crescita della quota di Linkem, che raggiunge il 4,5%

1.3 Rete fissa: accessi broadband



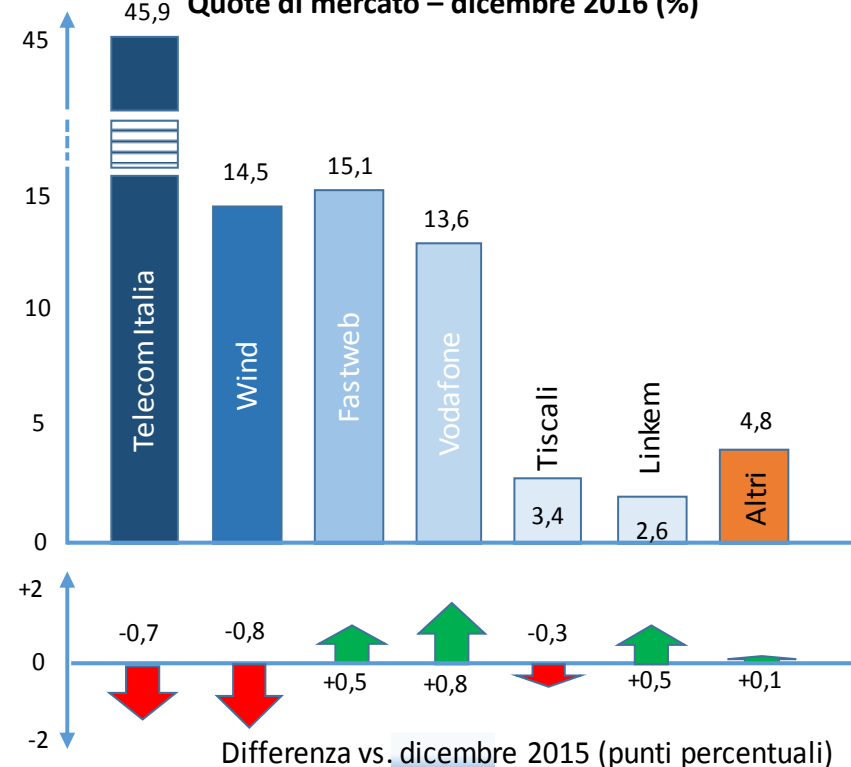
Milioni di linee



- Gli accessi broadband sfiorano i **15,6** milioni di linee, con un aumento su base annua di **570** mila unità
- Le linee ADSL diminuiscono di **610** mila unità su base annua, attestandosi su di un valore pari a **12,2** milioni di linee
- Gli accessi broadband che utilizzano altre tecnologie sono aumentati su base annua di **1,18** milioni di linee

(*) – Dati non omogenei con quanto esposto nel precedente numero dell'Osservatorio. A partire da settembre 2015, infatti, sono inclusi anche i dati raccolti dalla «Coalizione per il Fixed Wireless Access» (www.cfwa.it), rappresentativi, con poco meno di 130 mila accessi a fine dicembre 2016, di oltre 30 imprese.

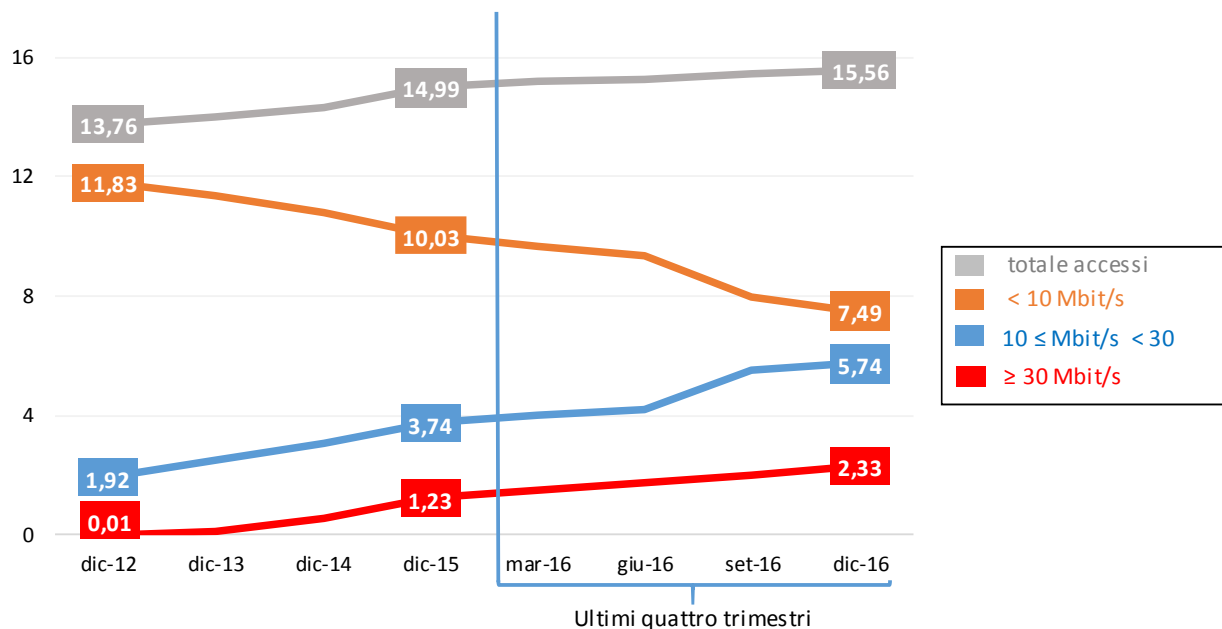
Quote di mercato – dicembre 2016 (%)



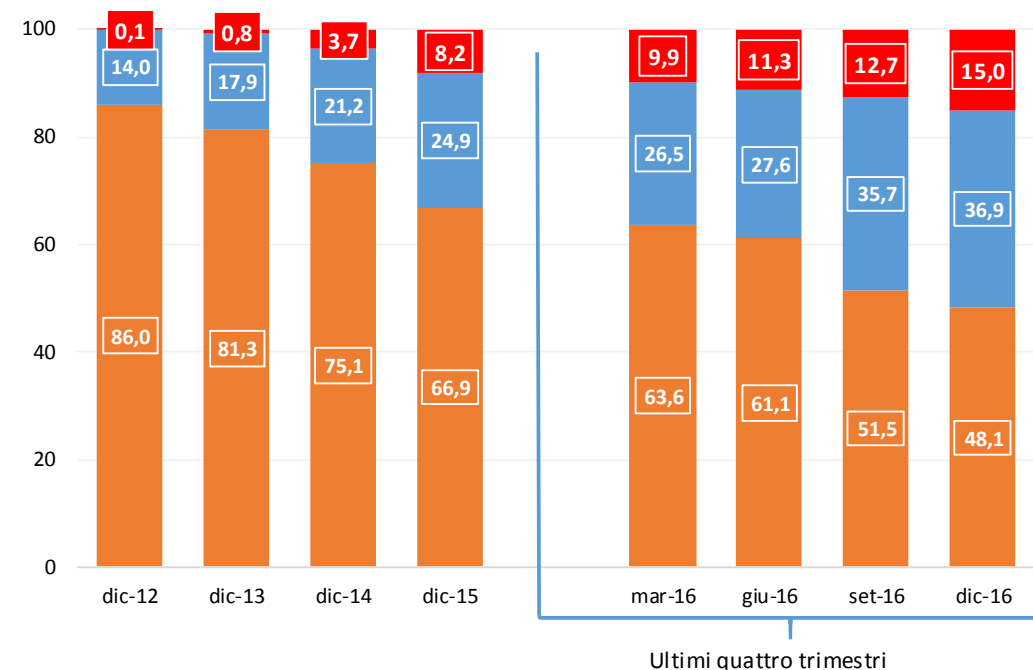
- La quota di mercato di Telecom Italia (**45,9%**) si riduce di **0,7** p.p. su base annua
- Fastweb diventa il secondo operatore broadband (**15,1%**), grazie soprattutto alla crescita delle linee FTTCab (vDSL)
- Cresce la quota di Vodafone (**+0,8** p.p.), che arriva al **13,6%**
- Nel segmento degli operatori che offrono servizi FWA, Linkem detiene il **47,3%** (**42,5%** a fine 2015), mentre Eolo sfiora il **26%**

1.4 Rete fissa: accessi broadband per velocità

Accessi per classi di velocità (milioni) (*)

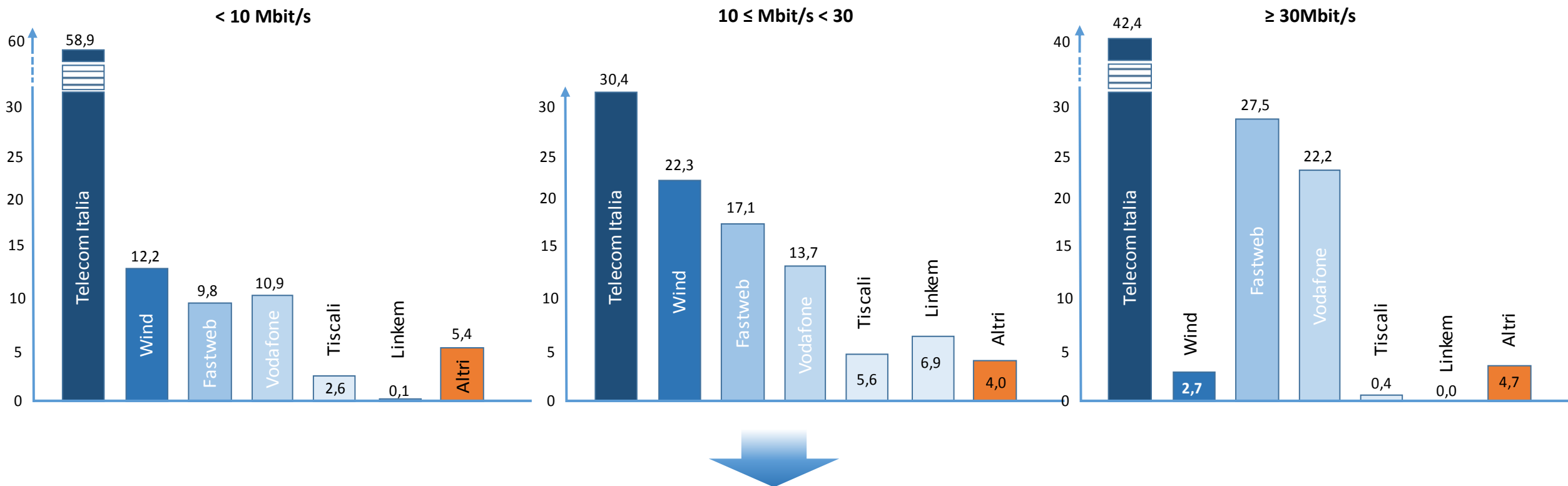


Accessi per classi di velocità (%) (*)



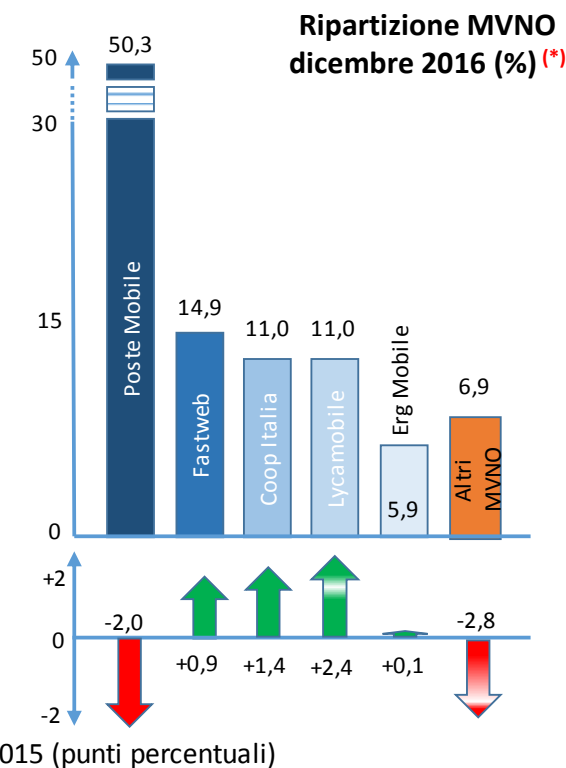
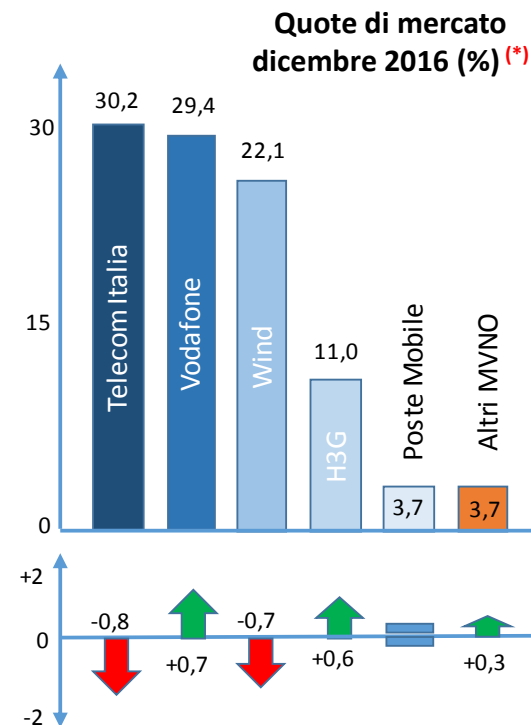
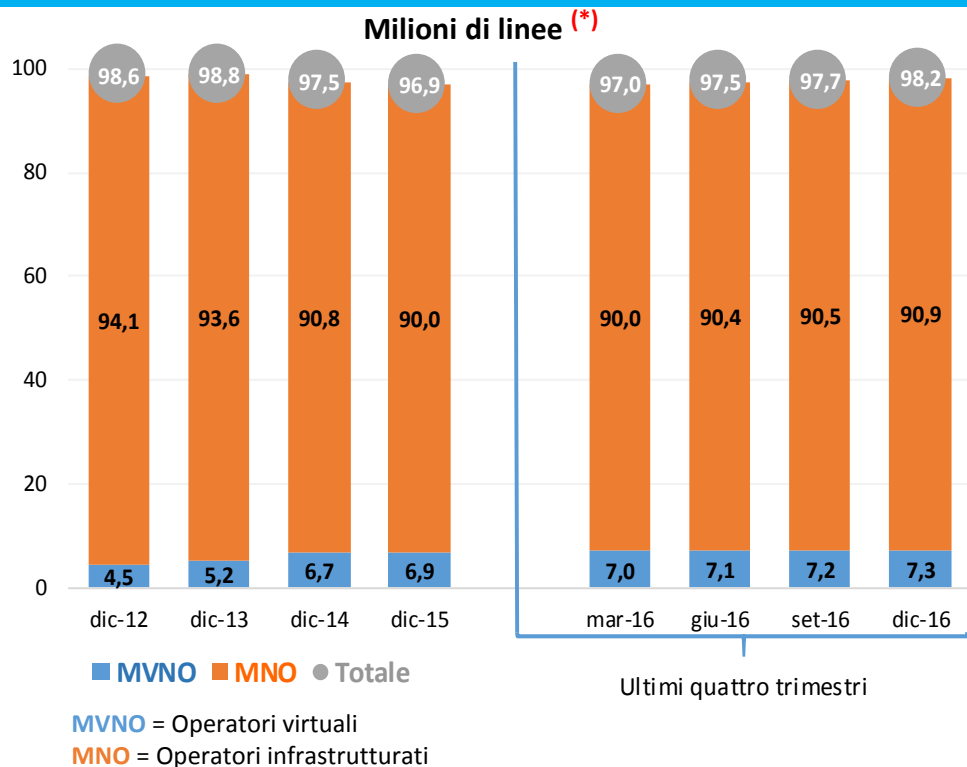
- A fine 2016, oltre il 50% delle linee a larga banda sono commercializzate con velocità pari o superiore a 10 Mbit/s
- Su base annua, le linee con velocità pari o superiore a 30 Mbit/s crescono di **1,1** milioni di unità, arrivando a superare i **2,3** milioni di accessi
- Gli accessi con velocità compresa tra 10 e 30 Mbit/s sono aumentati di **2** milioni di unità, arrivando a superare i **5,7** milioni di accessi
- Gli accessi con velocità inferiore a 10 Mbps, sono diminuiti di oltre **2,5** milioni
- Telecom Italia ha registrato l'incremento maggiore degli accessi con velocità maggiori di 10 Mbps (circa **1,7** mln di linee), seguita da Wind (**+531** mila linee) e Vodafone (**+365** mila linee)
- Telecom Italia e gli altri cinque principali operatori del settore (Fastweb, Wind, Vodafone, Linkem e Tiscali) rappresentano il **95%** circa degli accessi con velocità maggiori di 10 Mbps; in particolare, per quelli con velocità ≥ 30 Mbit/s il **92%** è rappresentato dagli abbonati di Telecom Italia, Fastweb e Vodafone

1.5 Rete fissa: accessi per operatore e velocità (dic. 2016 in %)



- Nel segmento con velocità fino a 10 Mbit/s, la quota di Telecom Italia raggiunge quasi il **60%**, conseguenza della pregressa presenza «storica» nei servizi a larga banda, caratterizzati da offerte commerciali a velocità molto più contenute rispetto a quelle odierne; gli altri principali competitor (Fastweb, Vodafone e Wind) si collocano in questo segmento in un intorno del **10%**
- Nel segmento degli accessi con velocità compresa tra i 10 e 30 Mbit/s Telecom Italia supera il **30%**, con una crescita assai consistente su base annua
- Nella classe di velocità ≥ 30Mbit/s Telecom Italia si attesta oltre il **42%**, mentre la quota di Vodafone raggiunge il **22%**

1.6 Rete mobile: linee compressive

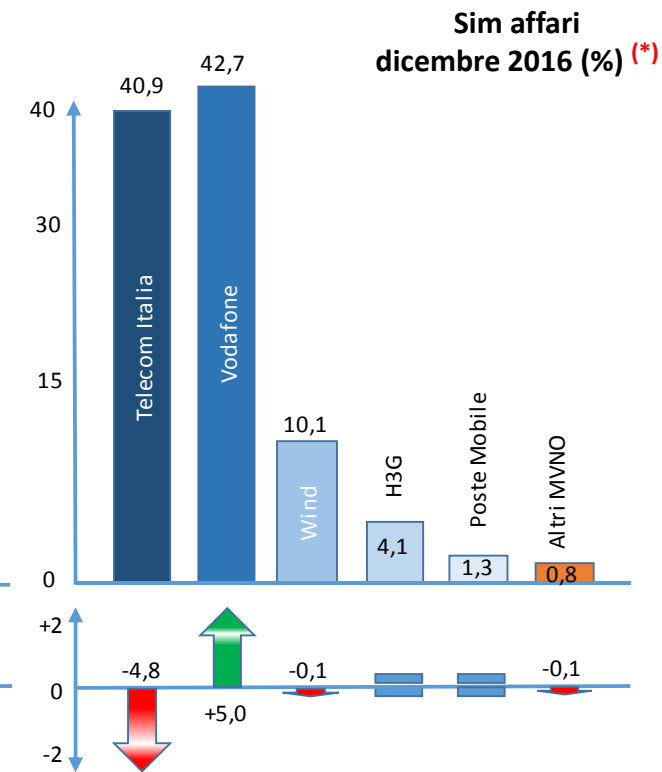
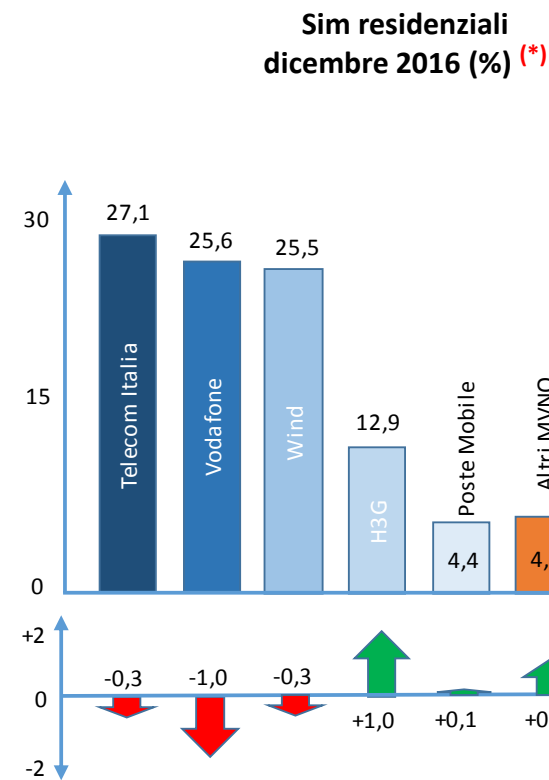
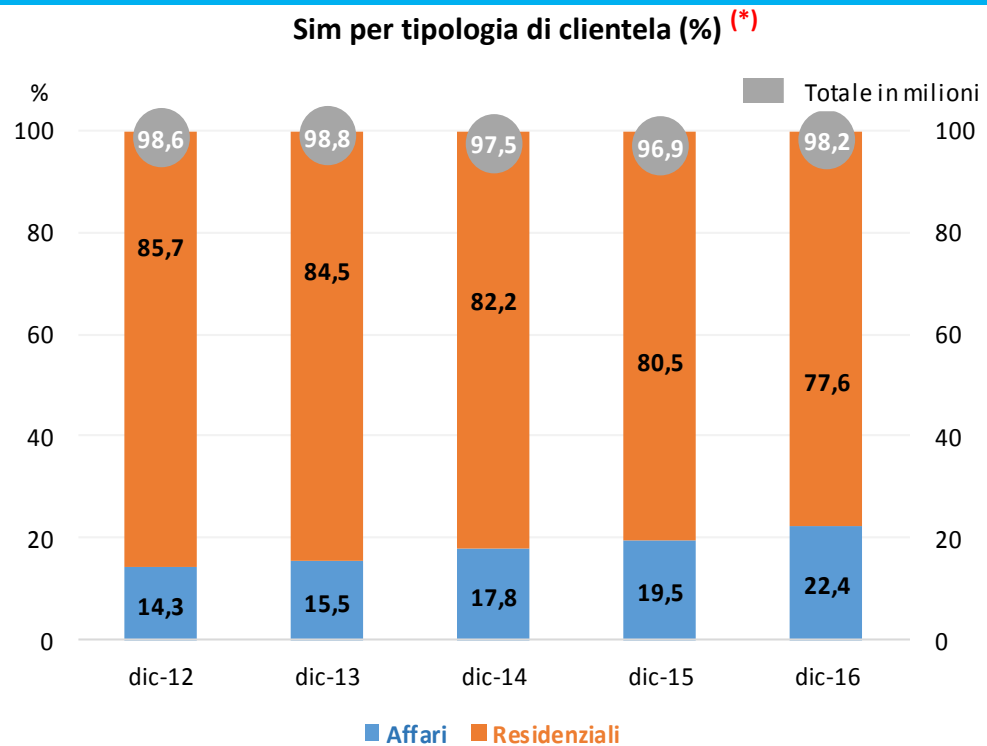


- Su base annua, le linee compressive hanno registrato un aumento (+1,3 milioni di unità)
- Nello stesso periodo, le sim «M2M» (*machine to machine*) sono aumentate di oltre 3 milioni di unità, a fronte di una riduzione di quasi 1,7 milione di sim tradizionali (solo voce e voce + dati)
- Negli ultimi cinque anni, la consistenza delle sim «M2M» è passata da circa 5 milioni a 12,2 milioni di sim

- Su base annua, il quadro concorrenziale mostra lievi variazioni; le quote di Telecom Italia e Wind mostrano una leggera flessione, rispettivamente di -0,8 e -0,7 p.p.
- Crescono Vodafone (+0,7 p.p.) e H3G (+0,6 p.p.)
- Poste Mobile rappresenta il 50,3% della base utenti dei servizi mobili virtuali

(*) - Dati non direttamente confrontabili con quelli riportati nelle precedenti edizioni dell'Osservatorio a seguito di operazioni di riclassificazione operate dalle imprese

1.7 Rete mobile: SIM per tipologia di clientela



Differenza vs. dicembre 2015 (punti percentuali)

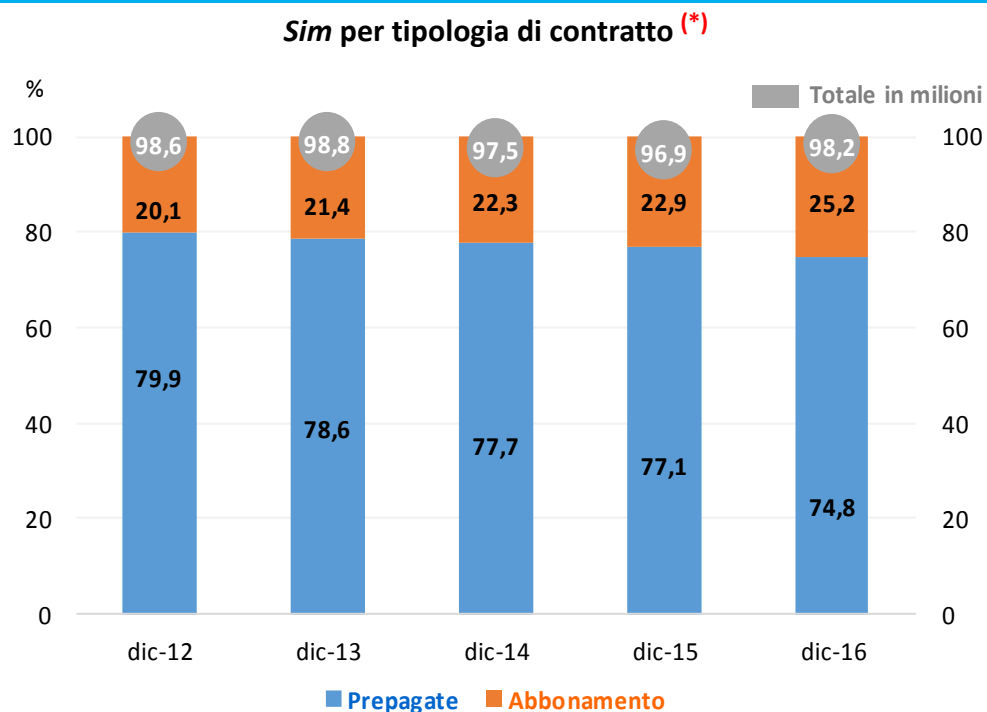
- Su base annua, l'utenza **affari** (circa **22** mln di sim) cresce di **3** mln di unità (**)
- Parallelamente, le utenze **residenziali** (**76,2** mln di sim) segnano una diminuzione di **1,8** milioni unità

- Nel segmento **residenziale** i tre principali operatori hanno quote di mercato simili; da segnalare la flessione di Vodafone (**-0,9** p.p.), mentre H3G cresce di **1** p.p.
- Nell'utenza **affari** la quota di Telecom Italia scende al **40,9%**, in flessione di **4,8** p.p. rispetto a dicembre 2015; cresce la quota di Vodafone (**+5,0** p.p.), grazie soprattutto alla favorevole dinamica delle «M2M»

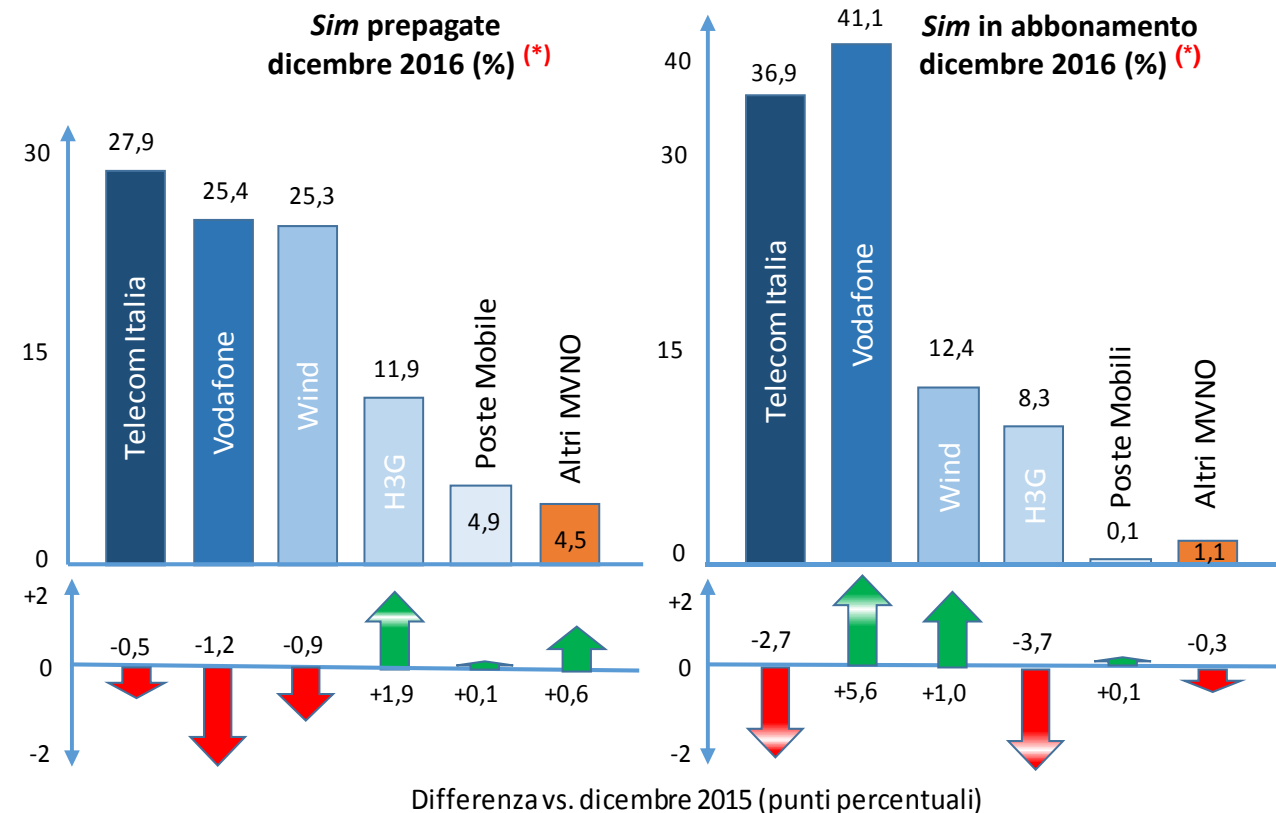
(*) - Dati non direttamente confrontabili con quelli riportati nelle precedenti edizioni dell'Osservatorio a seguito di operazioni di riclassificazione operate dalle imprese

(**) - Tale risultato è in parte attribuibile anche all'aumento delle sim M2M convenzionalmente attribuite all'utenza affari

1.8 Rete mobile: SIM per tipologia di contratto



- A dicembre 2016, il **74,8%** della *customer base* (pari a **73,5** milioni di sim) utilizza schede **prepagate**; in termini assoluti, su base annua, queste risultano in calo di oltre **1,2** mln
- Aumentano le schede in **abbonamento** (**+2,5** milioni di sim) la cui consistenza è pari a **24,7** milioni di sim



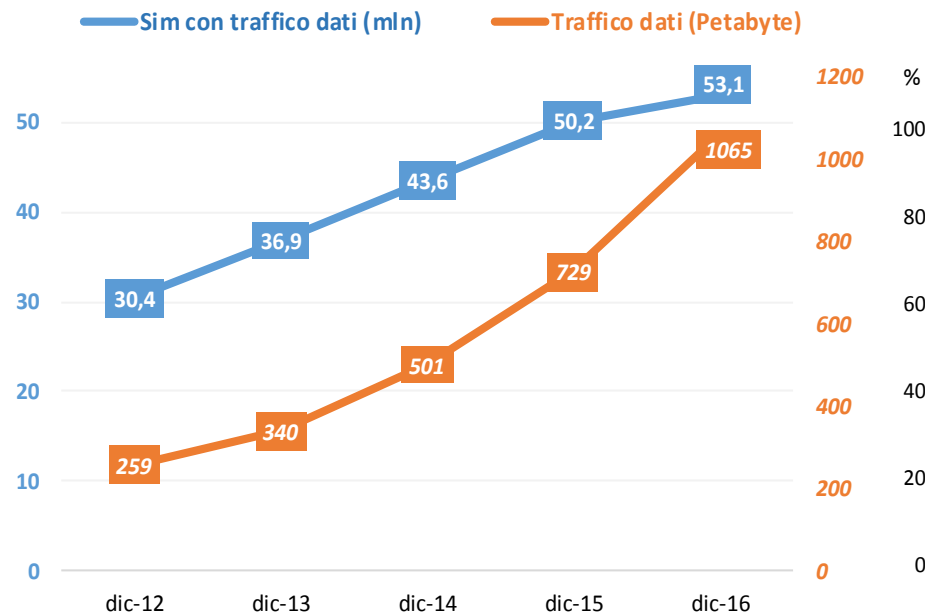
- Su base annua, nel segmento delle **prepagate** aumentano le quote di H3G (**+1,9** p.p.), di Poste Mobile (**+0,1** p.p.) e degli operatori minori (**+0,6** p.p.), mentre diminuiscono quelle di Vodafone (**-1,2** p.p.), Wind (**-0,9** p.p.) e Telecom Italia (**-0,5** p.p.)
- Nel segmento **abbonamenti**, Vodafone con il **41,1%** supera Telecom Italia (che scende al **36,9%**, **-2,7** p.p. su base annua)

(*) - Dati non direttamente confrontabili con quelli riportati nelle precedenti edizioni dell'Osservatorio a seguito di operazioni di riclassificazione operate dalle imprese

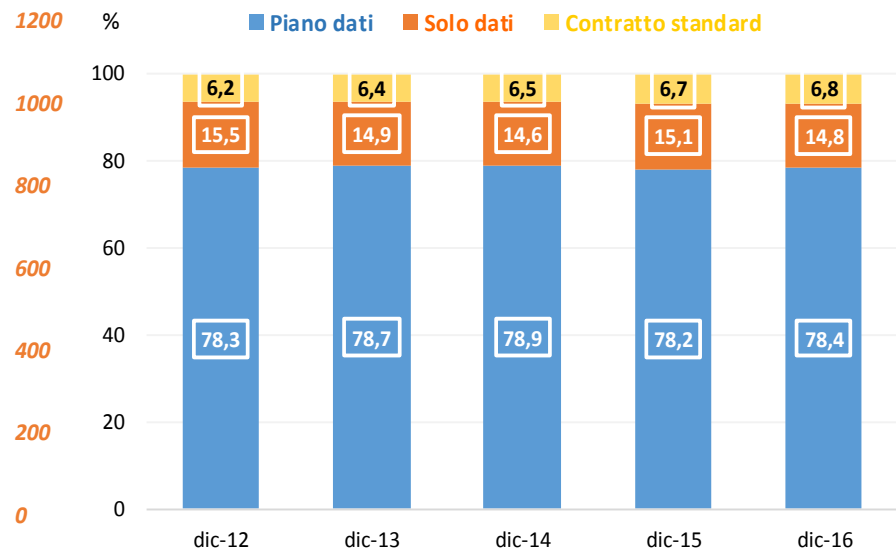
1.9 Rete mobile: traffico dati



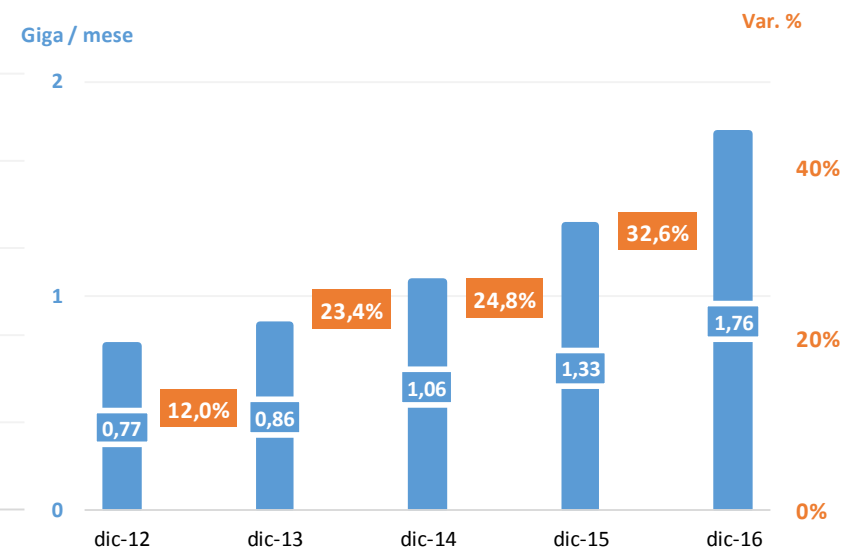
Volume traffico dati (*)



Sim dati per tipologia contrattuale (%) (*)



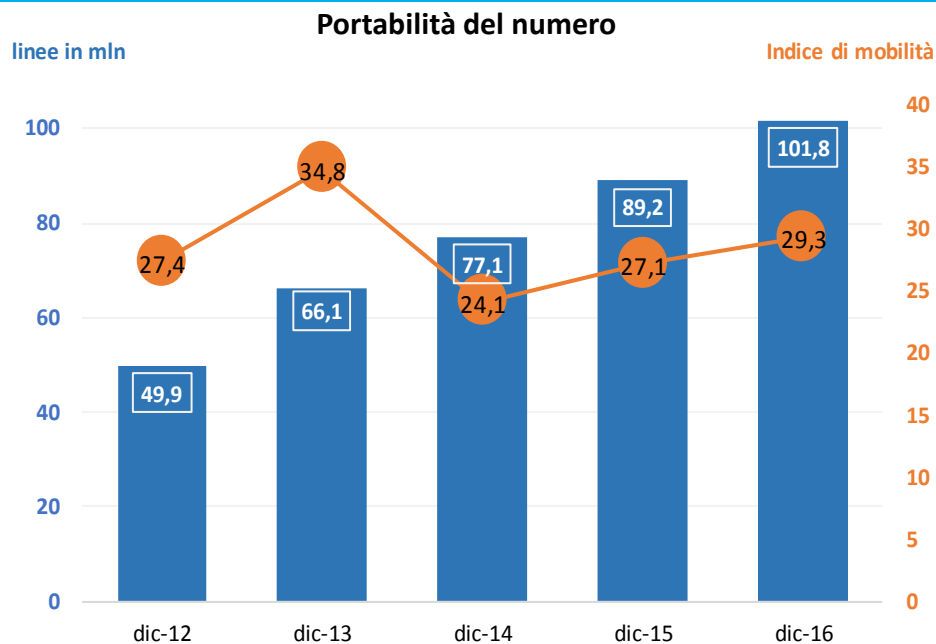
Traffico unitario mensile (GB/mese e var. %)



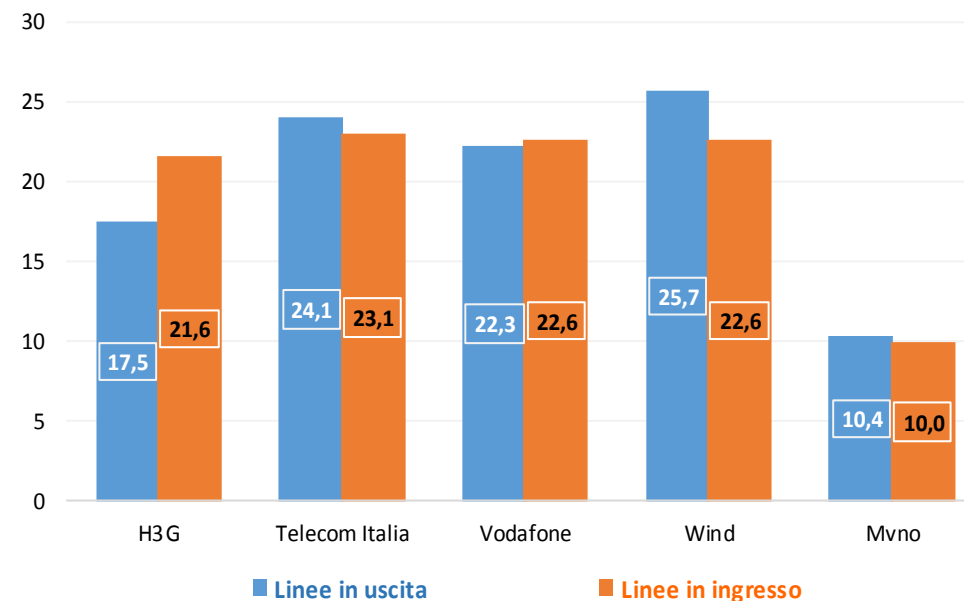
- Nell'ultimo anno, il numero delle sim con accesso a Internet è cresciuto del **5,7%** arrivando a superare **53** milioni di unità, mentre i consumi medi (**1,76** giga/mese) hanno registrato una crescita del **32,6%**
- A fine 2016, il traffico dati complessivo risulta in aumento di circa il **46%** rispetto ai corrispondenti volumi osservati per il 2015
- Da dicembre 2012, le sim che hanno svolto traffico dati sono passate dal **30,8%** al **54,1%** di quelle complessive
- Poco meno dell'**80%** delle sim che svolgono traffico dati adottano uno specifico piano dati

(*) - Dati non direttamente confrontabili con quelli riportati nelle precedenti versioni a seguito di operazioni di riclassificazione operate dalle imprese

1.10 Portabilità del numero



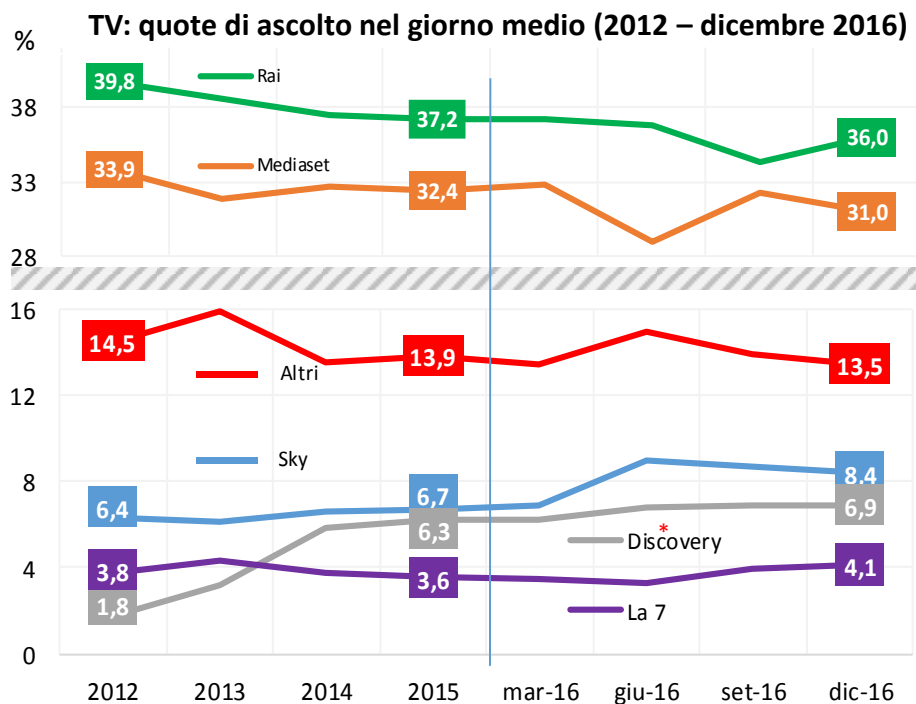
Distribuzione in % per linee di ingresso e di uscita – dicembre 2016



- A dicembre 2016, il numero di operazioni di portabilità del numero mobile ha superato i **100 milioni** di unità (dato cumulato)
- Con riferimento agli ultimi dodici mesi, il saldo risulta positivo per H3G (+518 mila) e per Vodafone(+42 mila), negativo per Wind e Telecom Italia (rispettivamente -386 e -125 mila)
- L'indice di mobilità^(*), pari al **29,3%**, appare in leggero aumento rispetto a quello osservato negli ultimi due anni

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

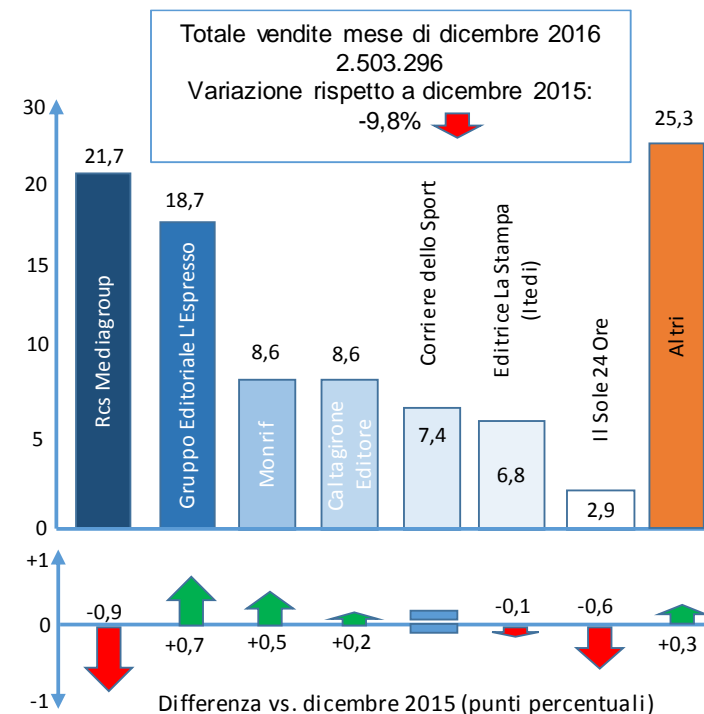
2.1 Media: audience TV e vendite di quotidiani



* Dato comprensivo dell'audience di Switchover Media (acquisita nel 2013)

Fonte: dati Auditel

Quotidiani: distribuzione delle vendite nel mese di dicembre 2016 (%)



Nota: la distribuzione è calcolata sul totale vendite, inteso come somma delle copie vendute tramite i canali di vendita previsti dalle disposizioni di legge e dalle altre vendite, come rilevato da ADS

Si tratta di dati mensili rilevati su 64 quotidiani. I valori pertanto non sono confrontabili con quelli raccolti e diffusi annualmente dall'Autorità all'interno della Relazione Annuale, in quanto rilevati sull'intero universo

Fonte: elaborazioni Autorità su dati ADS (dicembre 2016 – 2015)

- Rai e Mediaset sono i due principali operatori in termini di audience, con il **36,0%** e il **31,0%** di quote di ascolto, pur attestandosi su livelli di share inferiori rispetto al 2012
- L'audience di Discovery, grazie anche ad operazioni di M&A, dopo una crescita dal 2012 a settembre 2015, si assesta su una quota pari al **6,9%**
- L'audience degli operatori minori (Altri) è pari al **13,5%**, leggermente in calo rispetto al 2015
- Rispetto al 2012 l'audience di Sky cresce di **2,0 p.p.**

- Le vendite di quotidiani rispetto a dicembre 2015 sono diminuite di poco più di **270.000** copie giornaliere
- Rcs Mediagroup e Il Gruppo Editoriale L'Espresso mantengono una posizione di *leadership* nella vendita di quotidiani
- Si registra, rispetto a dicembre 2015, un leggero incremento nelle copie vendute dagli altri editori (**+0,3 p.p.**)

2.2 Media: audience radio e Internet



Radio: ranking per ascoltatori nel giorno medio (2° semestre 2016)

Posizione 2° semestre 2016		Differenza rispetto ranking 2° semestre 2015	Emittente	% ascoltatori
1		(0)	RTL 102.5	19,5
2		(+1)	RDS 100% Grandi Successi	13,5
3		(+1)	RADIO 105	13,5
4		(-1)	RADIO DEEJAY	13,2
5		(-1)	RADIO ITALIA Solomusicaitaliana	12,3
6		(0)	RAI RADIO 1	11,4
7		(0)	RAI RADIO 2	8,2
8		(0)	VIRGIN RADIO	6,7
9		(0)	RADIO 24 - IL SOLE 24 ORE	5,7
10		(+2)	RADIO KISS KISS	5,4
11		(0)	RADIO R101	5,1
12		(-2)	RADIO CAPITAL	4,6
13		(0)	M2O	4,4
14		(+1)	RAI RADIO 3	4,1
15		(+1)	RMC - RADIO MONTE CARLO	3,4

Fonte: le percentuali di ascoltatori sono calcolate sulla base dei dati raccolti nell'ambito dell'indagine annuale condotta da RadioMonitor per il periodo giugno - dicembre 2016



- I dati mostrano una sostanziale stabilità negli ascolti, con l'emittente RTL 102.5 che mantiene la *leadership*
- Rispetto al 2° semestre 2015, si evidenzia una maggiore concentrazione degli ascolti verso le emittenti posizionate ai primi posti nella graduatoria

Internet: ranking per utenti unici (dicembre 2016)

Posizione dicembre 2016		Differenza rispetto ranking dicembre 2015	Parent*	Active Reach** (%)	Tempo medio mensile di navigazione per persona (hh:mm)
1		(0)	Google	95,9	06:48:15
2		(0)	Facebook	84,6	24:17:06
3		(0)	Microsoft	68,2	01:22:37
4		(0)	Amazon	63,3	01:14:05
5		(+1)	ItaliaOnline***	55,2	01:18:54
6		(+9)	Mondadori****	52,3	00:18:12
7		(0)	eBay	49,7	00:44:11
8		(0)	Wikimedia Foundation	46,4	00:13:15
9		(+1)	Gruppo Espresso	43,1	00:33:12
10		(-1)	Yahoo	41,2	00:40:04
11		(+1)	RCS MediaGroup	36,8	00:20:49
12		(-1)	Triboo	35,5	00:11:24
13		(+1)	Telecom Italia	32,2	00:31:05
14		(-1)	Mediaset	30,9	00:31:22
15		(+6)	Calatagirione Editore	29,7	00:14:16

*Parent: il Parent rappresenta un'organizzazione che controlla determinati domini e URL, raggruppati in Brand
 ***Seat Pagine Gialle dal mese di giugno 2016, a seguito di fusione, è entrato nel parent di *Italiaonline*

Fonte: dati Audiweb dicembre 2016 – dicembre 2015

**Active Reach (%): la percentuale di utenti attivi che hanno visitato un sito o utilizzato un'applicazione
 ****Il parent Banzai da luglio 2016 è stato acquisito da Mondadori



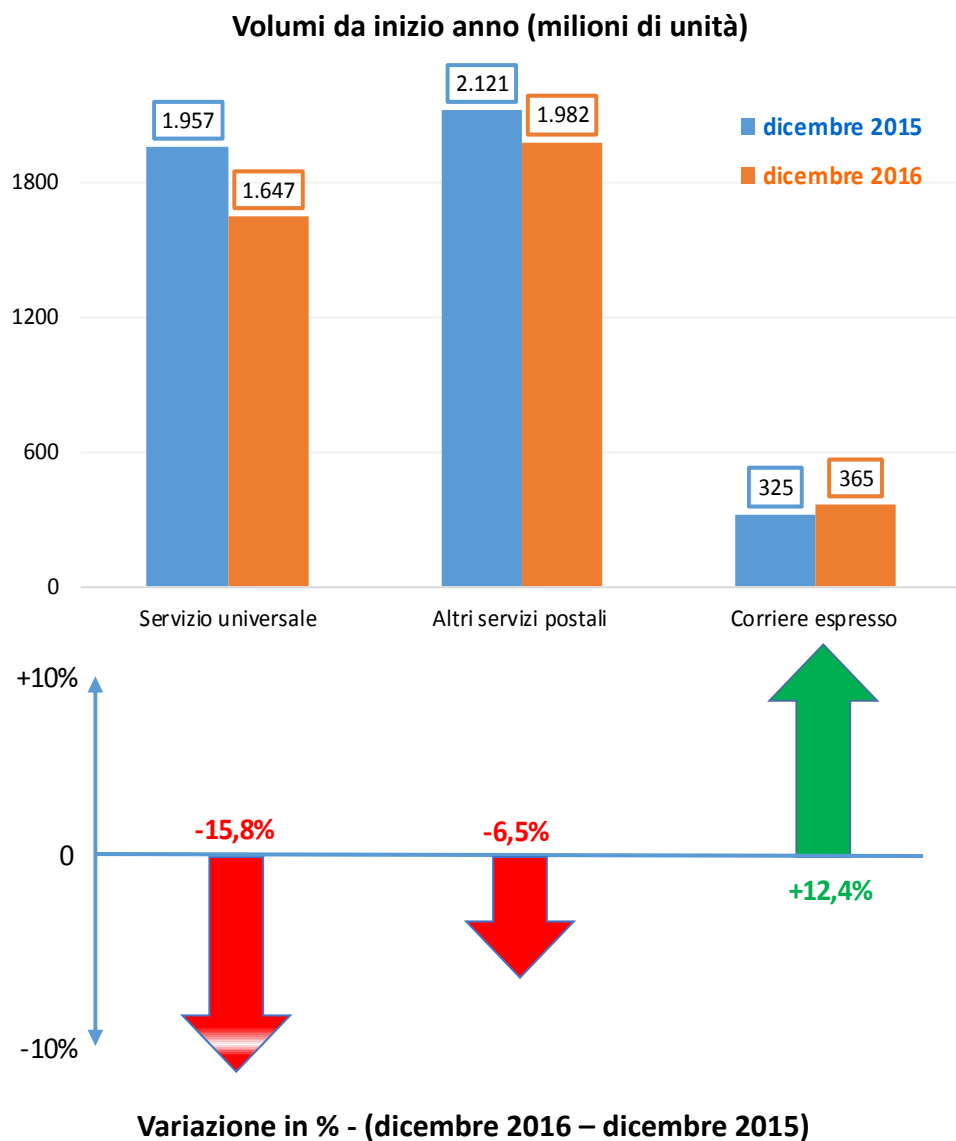
- Nel mese di dicembre 2016, oltre 30 milioni di individui si sono collegati ad Internet giornalmente
- Da dispositivi mobili sono risultati 25,4 milioni (+17,7% rispetto a dicembre 2015)
- Le prime 4 posizioni non presentano variazioni su base annua: in particolare, Google resta stabile al primo posto con il **95,9%** degli utenti che navigano in Internet
- La navigazione su Whatsapp e Facebook supera le 24 ore mensili per utente

3.1 Servizi postali e corrieri espresso: ricavi



- A fine 2016, il mercato in termini di ricavi è cresciuto nel complesso del **2,3%**
- Tale risultato deriva da una flessione del **4,2%** dei ricavi provenienti da servizi postali e da una crescita del **8,2%** dei ricavi derivanti dai servizi di corriere espresso
- Cresce, quindi, la forbice tra i ricavi complessivi dei servizi di corriere espresso rispetto a quelli postali (**3.688 vs 2.881** mln a fine 2016)

Nota: i dati fanno riferimento alle seguenti imprese: Bartolini , DHL Express, Federal Express Europe, Nexive, Poste Italiane, SDA, TNT Global Express, UPS, GLS Italy

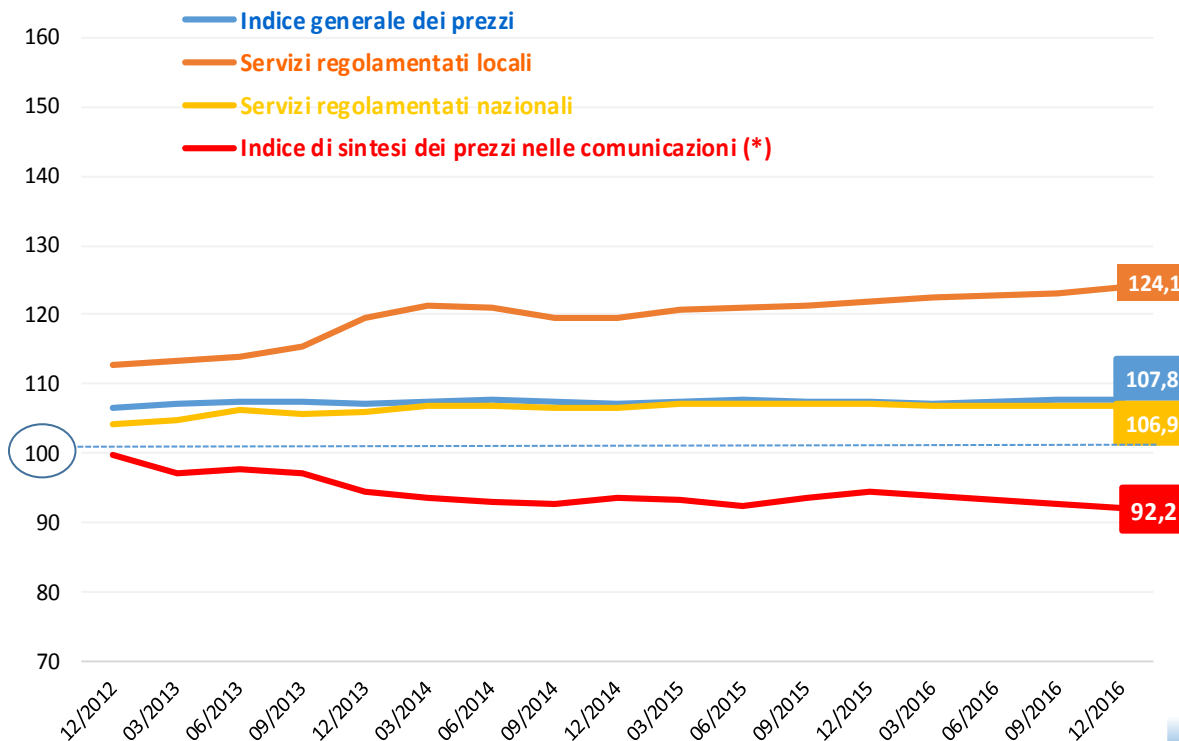


- A fine 2016, i volumi delle attività comprese nel Servizio Universale risultano pari a **1.647 milioni** di unità, con una flessione del **15,8%** rispetto al 2015
- Per gli invii degli altri servizi postali si osserva un riduzione meno intensa (**-6,5%**)
- Gli invii derivanti da attività di corriere espresso (**365 milioni** di unità da inizio anno) mostrano su base annua una crescita del **12,4%**
- I ricavi unitari dei servizi postali sono aumentati del **7,6%** (da **0,738** a **0,794** euro), mentre quelli dei corrieri espresso sono scesi del **3,8%** (da **10,49** a **10,09** euro)

Nota: i dati fanno riferimento alle seguenti imprese: Bartolini , DHL Express, Federal Express Europe, Nexive, Poste Italiane, SDA, TNT Global Express, UPS, GLS Italy

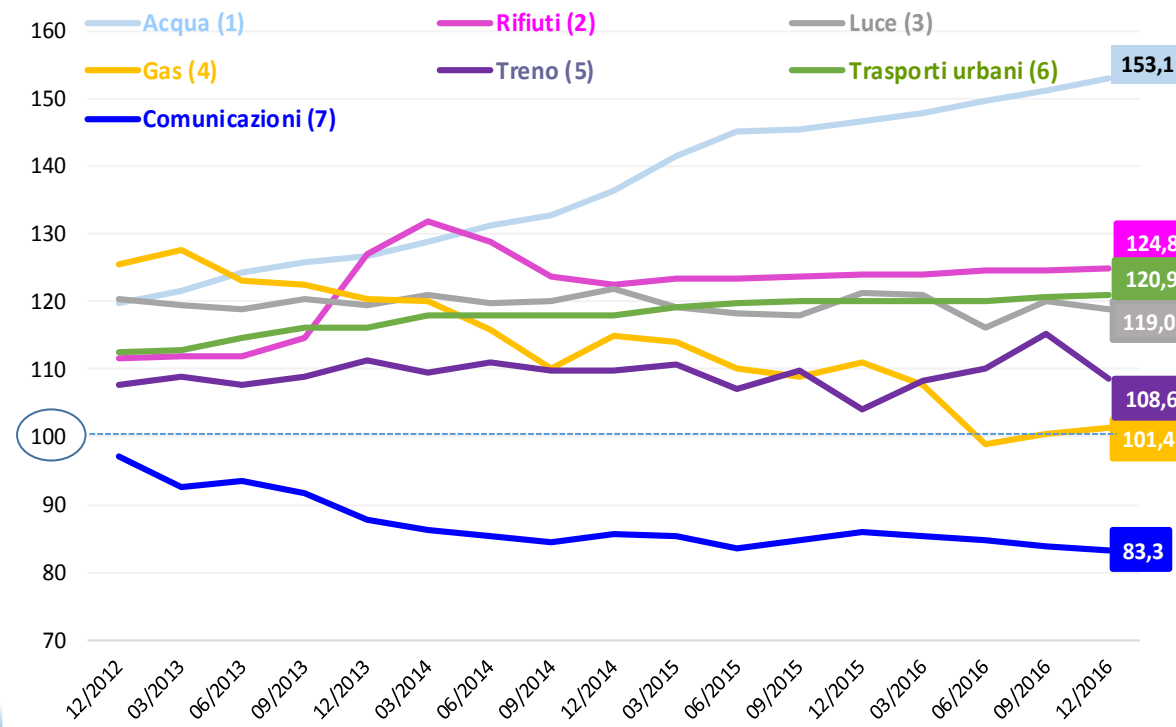
4.1 Prezzi: indici generali e principali utilities (2010=100)

Indici prezzi generali



Fonte: Istat ed elaborazioni Agcom

Indici prezzi utilities



Fonte: Istat ed elaborazioni Agcom

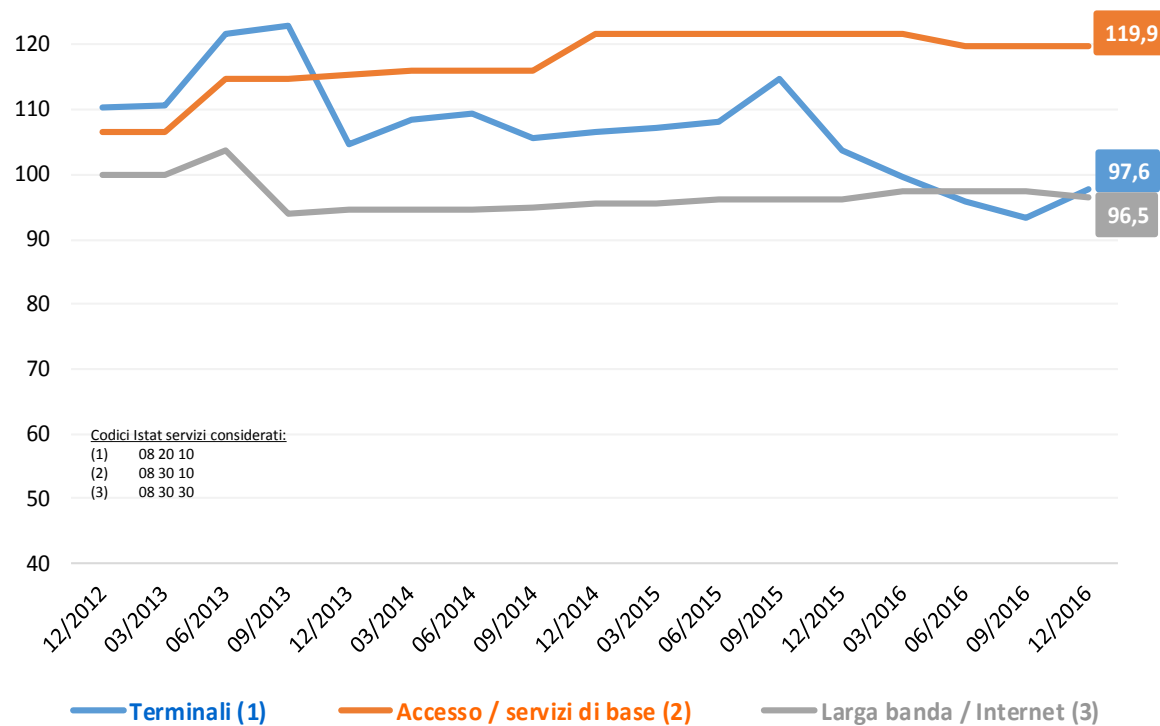
- Nel periodo considerato (Dic. 2012-Dic. 2016) l'Indice Sintetico Agcom (ISA)^(*) di prodotti e servizi di comunicazione mostra una flessione del **7,5%** (-2,5% su base annua)
- I prezzi dei servizi regolamentati su base nazionale mostrano una dinamica lievemente superiore rispetto a quella generale dei prezzi
- I prezzi dei servizi regolati a livello locale evidenziano un andamento significativamente superiore a quello medio (**124,1** a dicembre 2015 vs **107,8** a dicembre 2016)
- Tra le diverse utilities considerate, i servizi di comunicazione mostrano una flessione del **14,2%**, riduzione inferiore solo a quella fatta registrare dal prezzo del gas (-19,3%) la cui dinamica, però, è soggetta a variabili esogene rispetto al quadro macroeconomico domestico

(*) - Sono inclusi i servizi postali, gli apparecchi ed i servizi per la telefonia fissa e mobile, il canone radiotelevisivo, la pay tv, l'editoria quotidiana e periodica, per complessive 10 distinte voci.

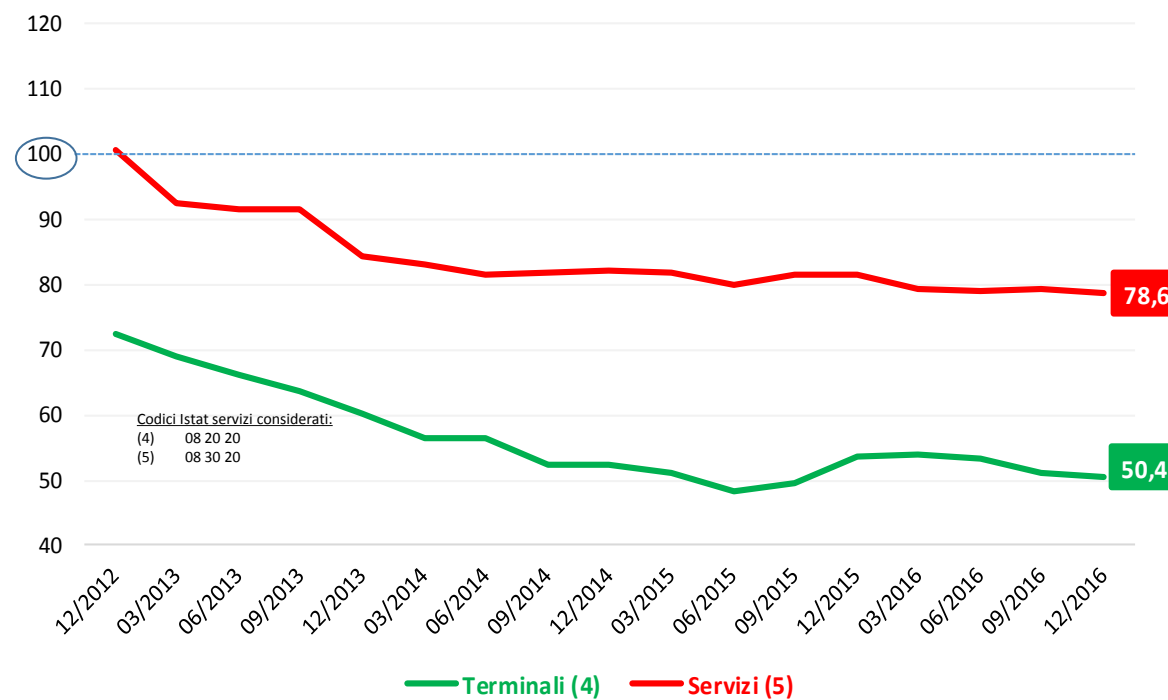
4.2 Prezzi: telefonia fissa e mobile (2010=100)



Indici prezzi telefonia fissa



Indici prezzi telefonia mobile



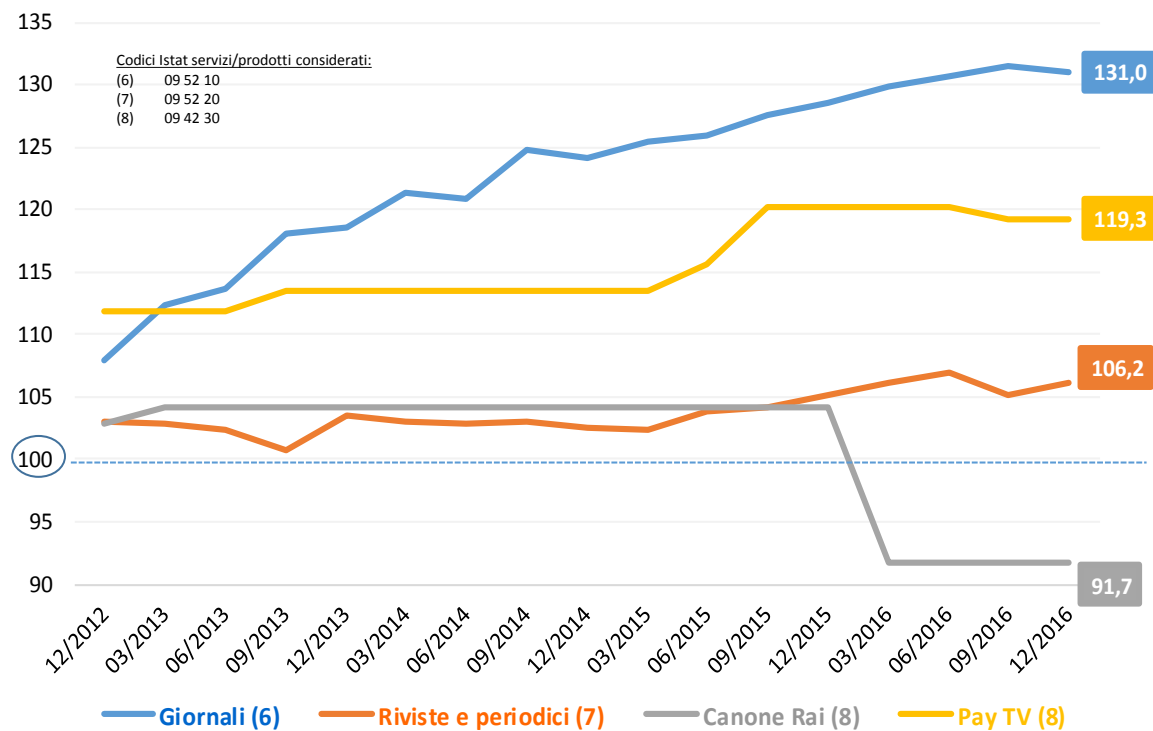
- I prezzi dei servizi di Internet *broadband* risultano inferiori a quelli di dicembre 2012
- Parallelamente, risulta in crescita rispetto al 2012 l'indice dei prezzi dei servizi di base e dell'accesso (+12,3%) che tuttavia su base annua mostra una flessione dell'1,6%

- Dal 2012, la riduzione dei prezzi dei servizi di telefonia mobile (22,0% nel periodo considerato) risulta particolarmente apprezzabile
- Nello stesso periodo, i prezzi dei terminali, sempre più spesso commercializzati in *bundle*, mostrano una riduzione nell'ordine del 30,0%

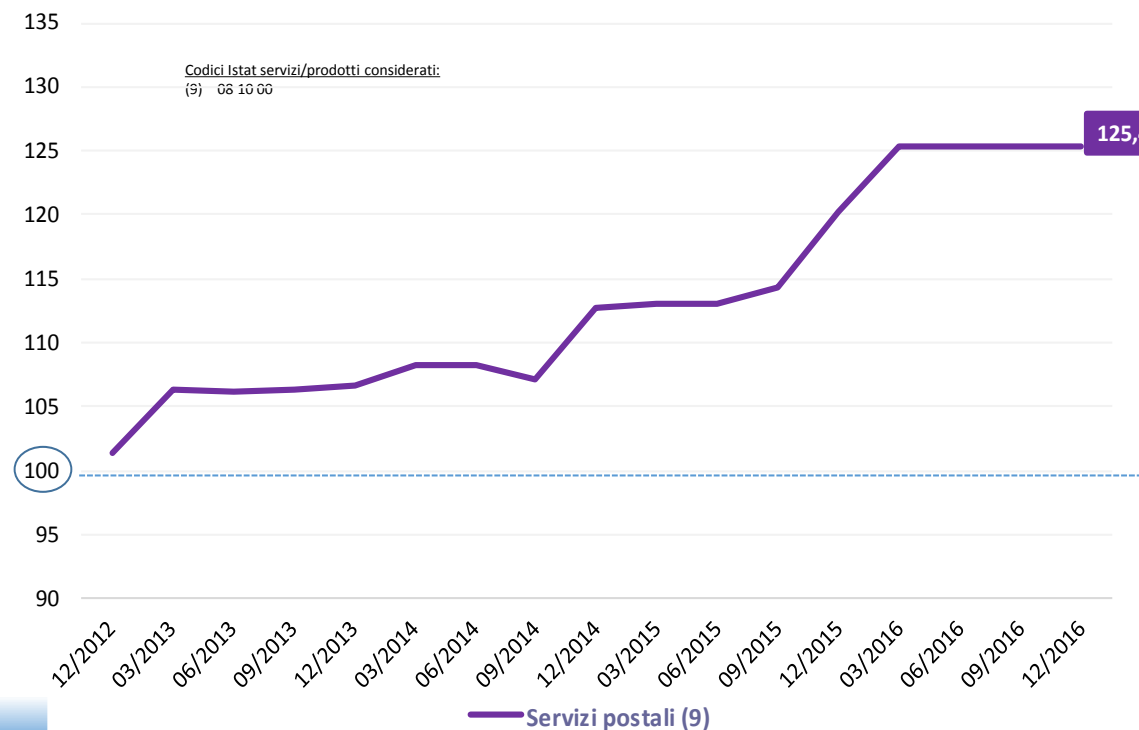
4.3 Prezzi: quotidiani, periodici, TV e servizi postali (2010=100)



Indici prezzi quotidiani, periodici e TV

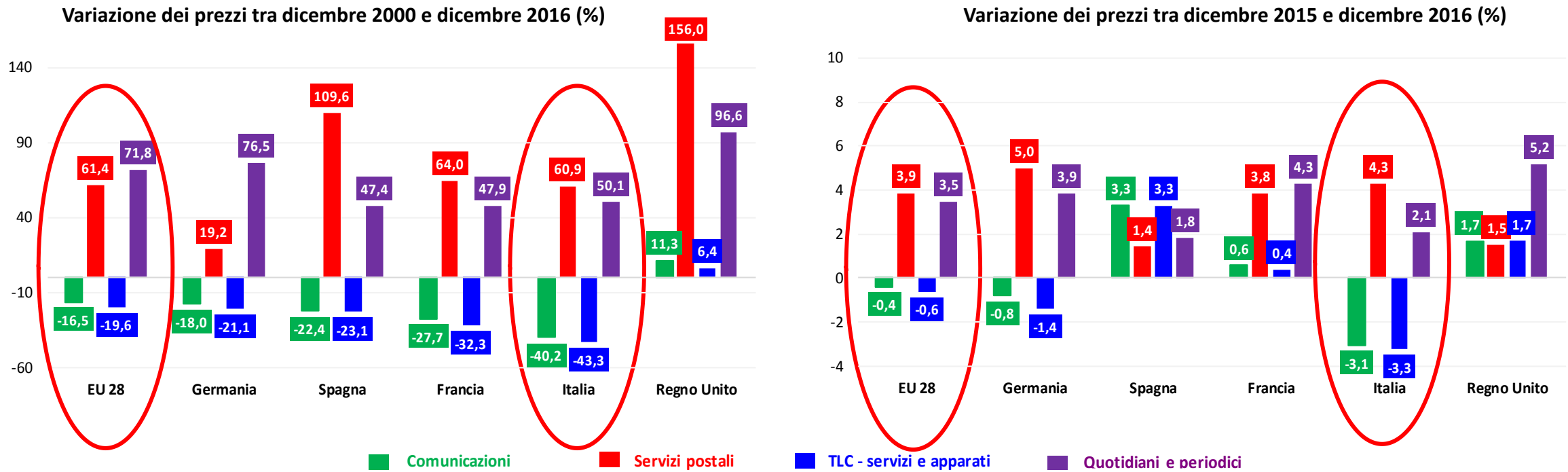


Indici prezzi servizi postali



- Il canone Rai fa registrare, nel periodo considerato (dicembre 2012- dicembre 2016), una consistente flessione dovuta alle previsioni della «Legge di stabilità 2016» e del successivo decreto attuativo del Mise, che per il 2016 ha previsto la riduzione dell'importo dell'abbonamento di 13,50 euro rispetto al 2015
- Nello stesso periodo, si registrano incrementi di prezzo (come per gli altri paesi europei) per i servizi postali (+23,7%), i quotidiani (+21,4%) e la pay TV (6,7%)

4.4 Prezzi: dinamiche dei prezzi in Europa tra il 2000 ed il 2016 (indice 2015=100)



- Nel periodo considerato (dicembre 2000 – dicembre 2016) l'Italia mostra, per i prezzi dei servizi postali e dell'editoria quotidiana e periodica, un incremento più contenuto rispetto alla media europea
- La crescita dei prezzi nei servizi postali in Italia (+60,9 p.p.) è risultata leggermente inferiore alla media europea (+61,4 p.p.); tra i paesi considerati, solo la Germania ha mostrato una dinamica più contenuta (+19,2 p.p.) rispetto all'Italia
- L'incremento dei prezzi di quotidiani e periodici (+50,1 p.p.) in Italia risulta inferiore alla media europea (+71,8 p.p.)
- Allo stesso tempo è più intensa la riduzione degli indici di prezzo per le comunicazioni (-40,2 % vs -16,6% della media EU), grazie in particolare all'andamento dei prezzi nelle telecomunicazioni (-43,3 vs -19,6%)



AUTORITÀ PER LE
GARANZIE NELLE
COMUNICAZIONI

Servizio Economico Statistico

ses@agcom.it

Roma

Via Isonzo 21/b - 00198

Napoli

Centro Direzionale Isola B5 - 80143