



AUTORITÀ PER LE
GARANZIE NELLE
COMUNICAZIONI

OSSERVATORIO SULLE COMUNICAZIONI

N. 2/2024



RA IL VALORE DEL SETTORE DELLE COMUNICAZIONI

(Relazione Annuale 2024)

RA.1 I ricavi negli ambiti di competenza AGCOM per settore (2019 -2023)

RA.2 I ricavi negli ambiti di competenza AGCOM per tipologia (2019 -2023)

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 2024. 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 delle emittenti nazionali
- 2.2 Ascolti dei principali gruppi televisivi (da inizio anno)
- 2.3 Ascolti dei principali canali nazionali (da inizio anno)
- 2.4 Ascolti complessivi dei principali TG nazionali
- 2.5 Ascolti dei principali tg nazionali nel giorno medio da inizio anno
- 2.6 Ascolti dei canali «all news» nel giorno medio da inizio anno

Editoria quotidiana

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

Piattaforme

- 2.11 Utenti unici dei siti/app dei principali operatori
- 2.12 Utenti unici dei siti/app di informazione generalista
- 2.13 Utenti unici dei siti/app di e-commerce
- 2.14 Utenti unici dei siti/app di social network
- 2.15 Utenti unici dei siti/app di servizi VOD a pagamento
- 2.16 Tempo speso sui siti/app di servizi VOD a pagamento
- 2.17 Utenti unici dei siti/app di servizi VOD gratuiti
- 2.18 Tempo speso sui siti/app di servizi VOD gratuiti

03 SERVIZI POSTALI



Ricavi

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

Volumi

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

Il mercato

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

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: I RICAVI NEGLI AMBITI DI COMPETENZA AGCOM PER SETTORE (2019 -2023)



Ricavi in MILIARDI DI €	2019	2020	2021	2022	2023	VARIAZIONI				DISTRIBUZIONE %		
						in mld. di €		in %		2022/2023	2019/2023	Diff. p.p.
Comunicazioni elettroniche	30,07	28,65	27,85	26,94	27,14	+0,20	-2,93	+0,8	-9,7	57,6	50,4	-7,2
- Rete fissa	16,22	15,60	15,45	15,39	16,06	+0,68	-0,16	+4,4	-1,0	31,1	29,8	-1,2
- Rete mobile	13,85	13,05	12,40	11,55	11,08	-0,47	-2,77	-4,1	-20,0	26,5	20,6	-5,9
Media	12,19	11,18	11,64	11,52	11,45	-0,07	-0,75	-0,6	-6,1	23,3	21,3	-2,1
- Televisione	8,03	7,64	8,02	8,13	8,24	+0,11	+0,20	+1,3	+2,5	15,4	15,3	-0,1
- Radio	0,69	0,54	0,58	0,61	0,63	+0,03	-0,06	4,9	-8,3	1,3	1,2	-0,1
- Editoria (quotidiani e periodici)	3,47	3,00	3,04	2,79	2,58	-0,21	-0,89	-7,5	-25,7	6,6	4,8	-1,9
Pubblicità online	3,36	4,07	5,54	6,17	6,84	+0,67	+3,48	+10,8	+103,6	6,4	12,7	+6,3
Servizi postali	6,60	6,90	7,89	8,14	8,42	+0,28	+1,82	+3,5	+27,6	12,6	15,6	3,0
- Servizi di corrispondenza	2,23	1,67	1,75	1,73	1,72	-0,01	-0,51	-0,6	-22,7	4,3	3,2	-1,1
- Servizi di consegna pacchi	4,38	5,22	6,14	6,41	6,70	+0,29	+2,33	+4,6	+53,1	8,4	12,4	4,1
TOTALE	52,23	50,80	52,92	52,77	53,85	+1,08	+1,63	+2,0	+3,1	100	100	100

1 Nel 2023 il valore complessivo dei **settori di competenza AGCOM** è stimabile in 53,85 mld. di €, in aumento del 2% (+1,08 mld. di €) su base annua

2 Il settore delle **Comunicazioni elettroniche** mostra una leggera ripresa (+200 mln. di €) per effetto di due dinamiche contrastanti: la riduzione dei ricavi da rete mobile (-470 mln. di €) più che compensate dalla crescita dei ricavi da rete fissa (+680 mln. di €)

3 Nel settore dei **Media** (-70 mln. di €), rilevante è la perdita registrata nel comparto dell'editoria (-210 mln. di €) mentre risultano in leggera crescita i ricavi della televisione e della radio (rispettivamente +110 e +30 mln. di €)

4 Le risorse afferenti al settore della **Pubblicità online** proseguono la loro crescita (+670 mln. di €)

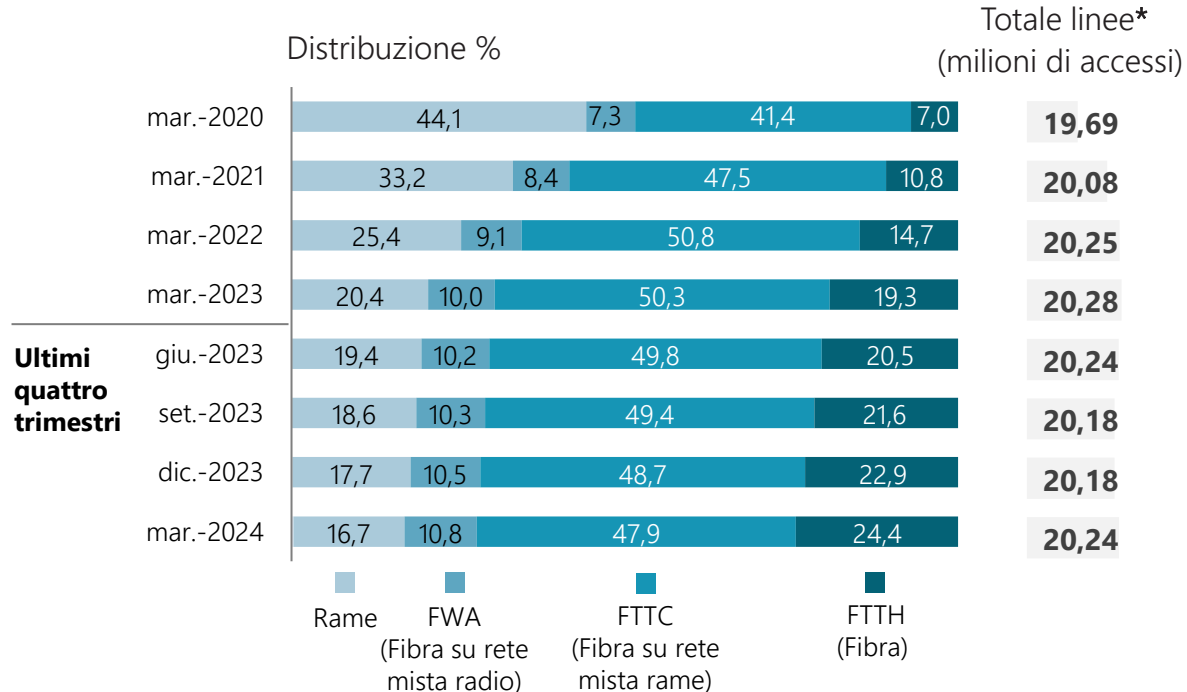
5 Nel **Settore postale** (+280 mln. di €) la crescita dei ricavi è ascrivibile al segmento dei servizi di consegna pacchi (+290 mln. di €), mentre il segmento dei servizi di corrispondenza registra una flessione (-10 mln. di €)

RA-2: I RICAVI NEGLI AMBITI DI COMPETENZA AGCOM PER TIPOLOGIA (2019 -2023)

Ricavi in MILIARDI DI €	2019	2020	2021	2022	2023	VARIAZIONI				DISTRIBUZIONE %		
						in mld. di €		in %		2022/2023	2019/2023	Diff. p.p.
Comunicazioni elettroniche	30,07	28,65	27,85	26,94	27,14	+0,20	-2,93	+0,8	-9,7	57,6	50,4	-7,2
- Retail	24,62	22,97	22,19	22,05	22,23	+0,18	-2,39	+0,8	-9,7	47,1	41,3	-5,9
- Wholesale	5,45	5,68	5,66	4,89	4,91	+0,02	-0,54	+0,5	-9,9	10,4	9,1	-1,3
Media	12,19	11,18	11,64	11,52	11,45	-0,07	-0,75	-0,6	-6,1	23,3	21,3	-2,1
- Pubblicità	4,85	4,04	4,46	4,29	4,34	+0,05	-0,52	+1,2	-10,6	9,3	8,1	-1,2
- Spesa degli utenti	7,07	6,85	6,89	6,92	6,80	-0,12	-0,27	-1,8	-3,8	13,5	12,6	-0,9
- Convenzioni / provvidenze	0,28	0,29	0,29	0,31	0,31	=	+0,04	+1,4	+13,8	0,5	0,6	+0,1
Pubblicità online	3,36	4,07	5,54	6,17	6,84	+0,67	+3,48	+10,8	+103,6	6,4	12,7	+6,3
- Piattaforme	2,61	3,32	4,50	5,19	5,83	+0,64	+3,21	+12,4	+122,9	5,0	10,8	+5,8
- Editori/publisher e altri	0,74	0,75	1,04	0,98	1,01	+0,03	+0,26	+2,4	+35,6	1,4	1,9	+0,4
Servizi postali	6,60	6,90	7,89	8,14	8,42	+0,28	+1,82	+3,5	+27,6	12,6	15,6	+3,0
- Domestici	4,76	5,11	5,80	5,96	6,16	+0,20	+1,40	+3,3	+29,3	9,1	11,4	+2,3
- Transfrontalieri	1,84	1,79	2,10	2,18	2,26	+0,08	+0,42	+4,0	+23,1	3,5	4,2	+0,7
TOTALE	52,23	50,80	52,92	52,77	53,85	+1,08	+1,63	+2,0	+3,1	100	100	100

- 1 Nel settore **Comunicazioni elettroniche** crescono nell'ultimo anno sia i ricavi retail, sia, in modo molto più marginale, quelli wholesale. I primi si attestano, nel 2023, sui 22,23 miliardi di €, quelli wholesale di poco al di sotto di 5 miliardi di €.
- 2 Nel settore **Media** crescono nell'ultimo anno i ricavi da pubblicità, mentre si riduce la spesa degli utenti e le entrate provenienti da convenzioni e provvidenze.
- 3 Nell'ambito della **Pubblicità online**, mostrano un aumento del 12,4% le risorse attribuibili alle piattaforme, la tipologia di ricavi, tra tutti i settori delle comunicazioni, che cresce di più.
- 4 Nel **Settore postale** il valore dei ricavi ascrivibile ai servizi domestici si attesta al di sopra dei 6 miliardi di €, quelli transfrontalieri di poco sopra i 2 miliardi di euro. Entrambe le tipologie risultano in crescita su base annua e in relazione all'intero periodo considerato.

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

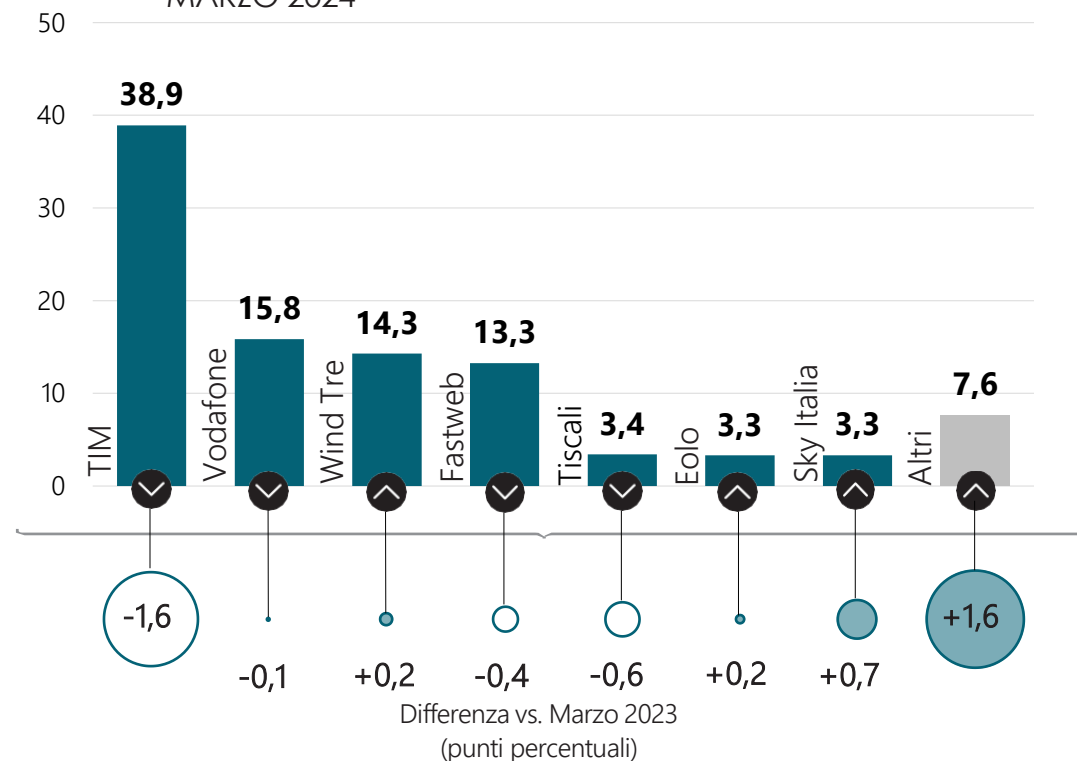
* Il totale linee, coerentemente con quanto previsto dalla reportistica europea, comprende anche le linee indicate nelle categorie «other NGA», «other not NGA» e «Satellite». Nel complesso, a marzo 2024, tali linee sono stimate in circa lo 0,3% del totale pari a poco più di 50.000 linee, in prevalenza satellitari.

Totale linee	(valori assoluti)	(Δ %)	Composizione %	(Δ mar.23-mar.24 in punti percentuali)
Variazione trimestrale: (Dic. 2023 – Mar. 2024)	+58 mila accessi	↑ +0,3	Rame:	-3,7 ↓
Variazione annuale: (Mar. 2023 – Mar. 2024)	-36 mila accessi	↓ -0,2	FWA:	+0,9 ↑
Variazione periodo: (Mar. 2020 – Mar. 2024)	+555 mila accessi	↑ +2,8	FTTC:	-2,4 ↓
			FTTH:	+5,1 ↑

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

QUOTE DI MERCATO (%)

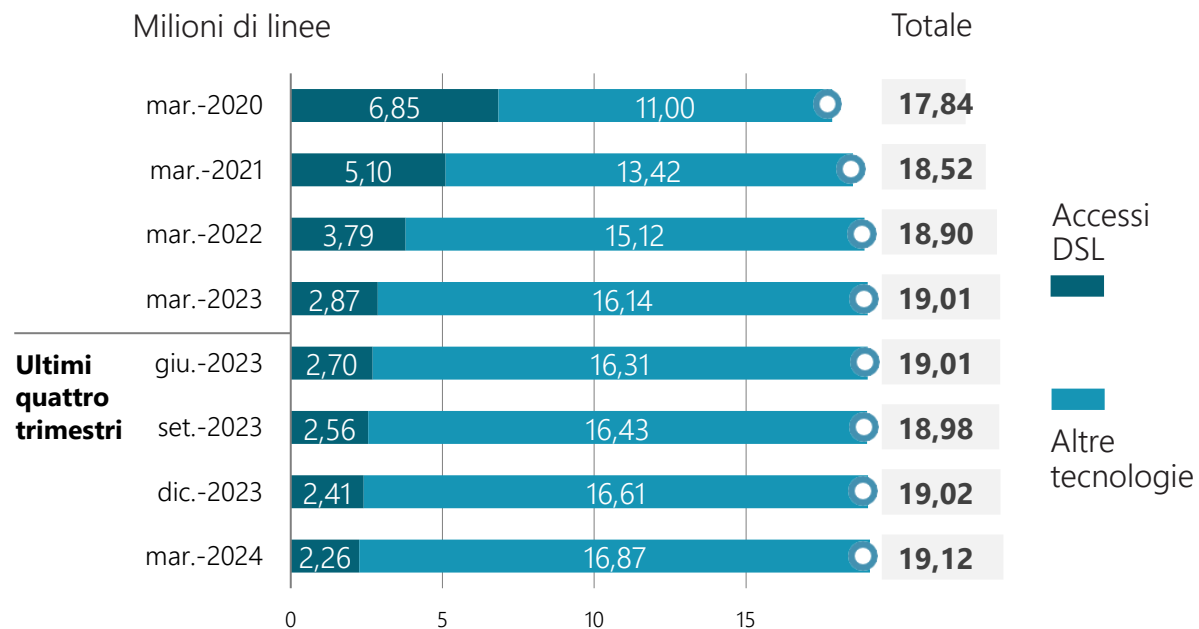
MARZO 2024



Imprese presenti nella raccolta di informazioni di dettaglio: Aruba, BBBell, Brennercomm, BT Italia, Colt Technology Services, Compagnia Italia Mobile, Coop Italia (CoopVoce), Convergenze, Daily Telecom Mobile, DIGI Italy, Enel Energia (Enel Fibra), Eolo, FastAlp, Fastweb, Fidoka, Go Internet, Green TLC, Hal Services, Iccom, Iliad, Infranet, Intred, Irideos, Lycamobile, Mavianmax, Megaweb, Micso, Mordacchini S.r.l., Open Fiber, Planetel, PostePay, PSA, Retelit, Sky Italia, Stadtwerke ASM, Stel, Tecno Adsl, Tesselis (Tiscali), TIM, Unidata, Vianova, Virgin Fibra, Vodafone Italia, Wind Tre.

I dati illustrati nella sezione Comunicazioni elettroniche includono anche una stima delle «altre imprese» presenti sul mercato

1.2 RETE FISSA: ACCESSI BROADBAND E ULTRABROADBAND



Variazione trimestrale
(Dic. 2023 – Mar. 2024)

Totale linee



+101 mila
accessi
(+0,5%)

Variazione annuale
(Mar. 2023 – Mar. 2024)

Totale linee



+112 mila
accessi
(+0,6%)

Accessi DSL



-615 mila
accessi
(-21,4%)

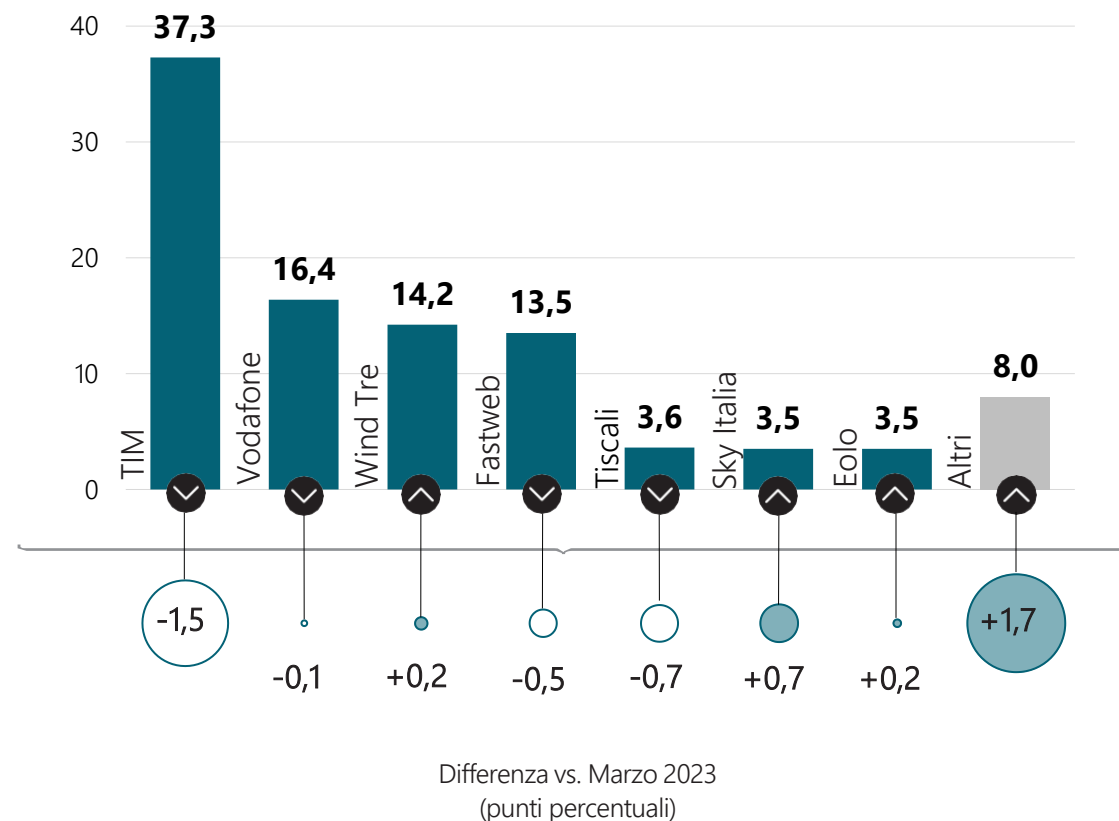
Altre tecnologie



+727 mila
accessi
(+4,5%)

QUOTE DI MERCATO (%)

MARZO 2024



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

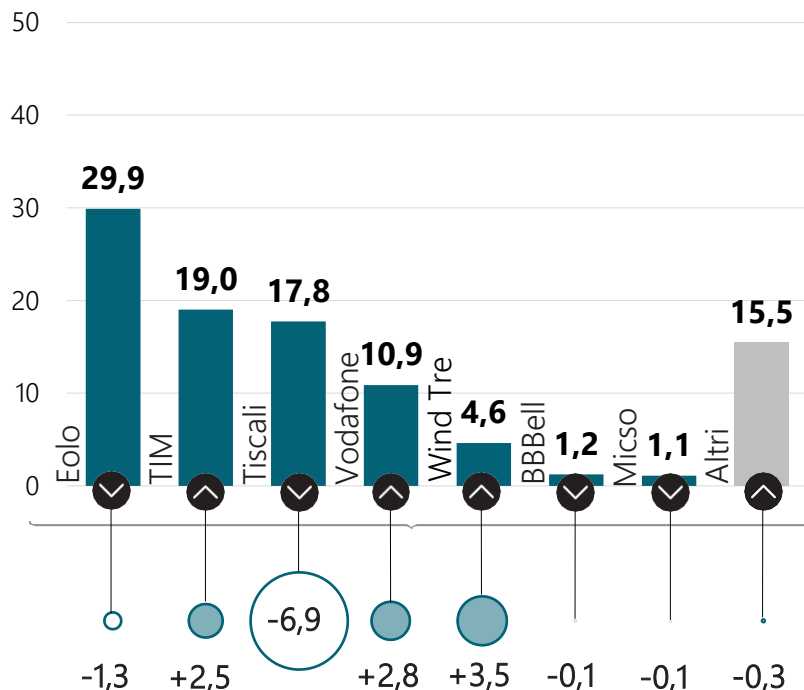
MARZO 2024

FWA

Totale linee: **2,20** milioni di accessi

Variazione
Mar. 2023 – Mar. 2024

+8,3% ↑

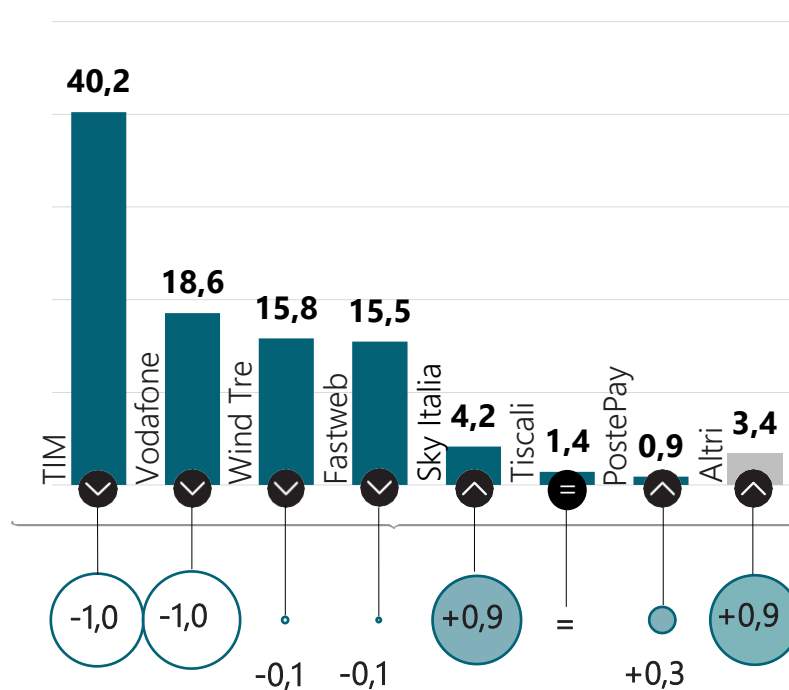


FTTC

Totale linee: **9,69** milioni di accessi

Variazione
Mar. 2023 – Mar. 2024

-4,9% ↓

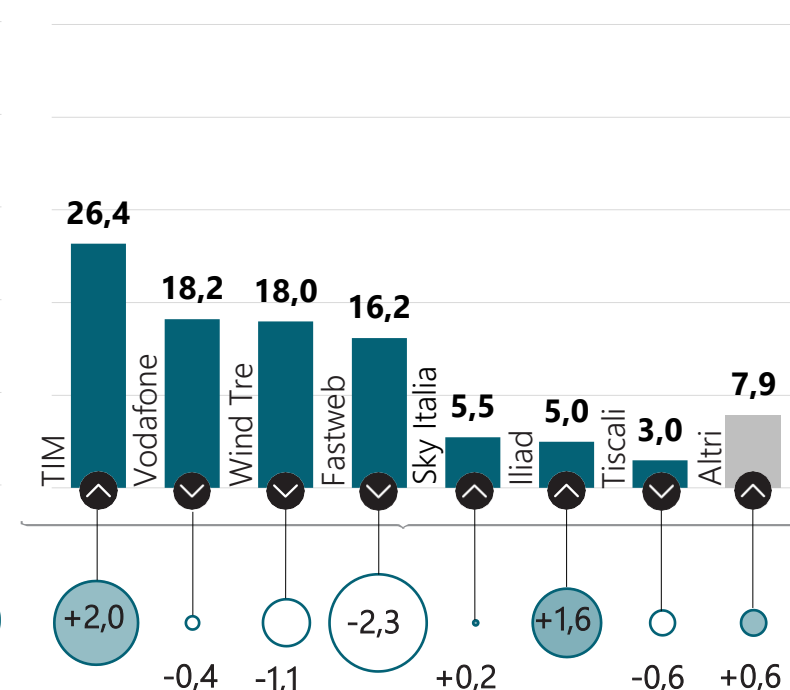


FTTH

Totale linee: **4,93** milioni di accessi

Variazione
Mar. 2023 – Mar. 2024

+26,1% ↑

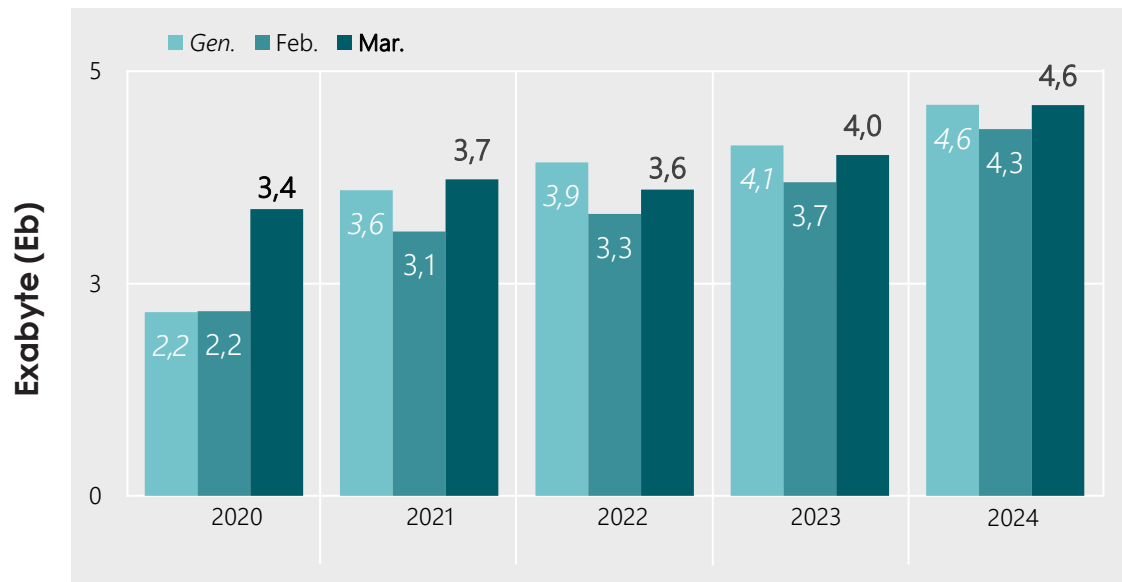


Differenza vs. Marzo 2023
(punti percentuali)

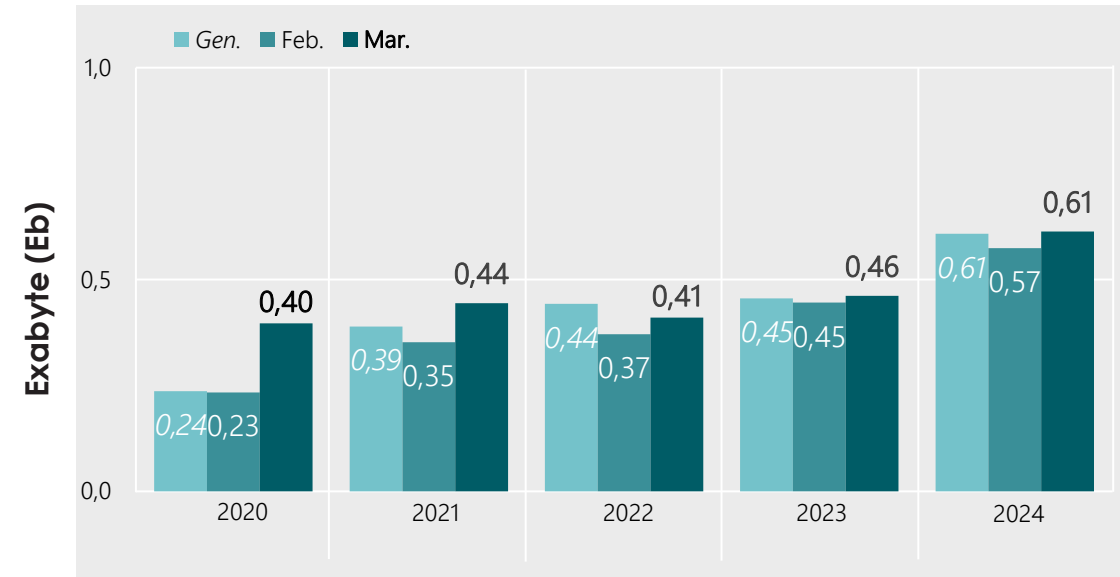
Nota: elaborazioni sulla base dei dati forniti dalle imprese nell'ambito della predisposizione della reportistica europea.

1.4 RETE FISSA: TRAFFICO DATI (DOWNLOAD / UPLOAD)

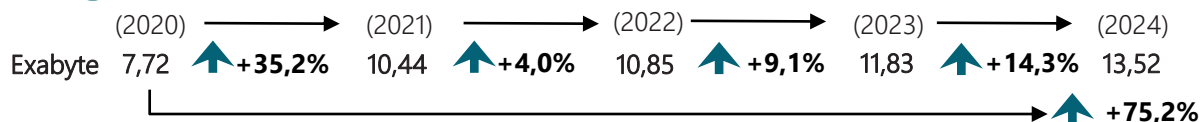
DOWNLOAD (valori cumulati trimestrali)



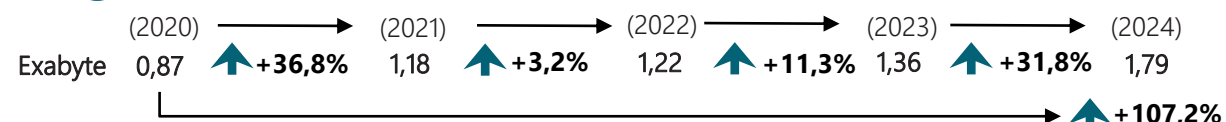
UPLOAD (valori cumulati trimestrali)



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



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



2 Confronto valori mensili (variazioni %)

	Annuale				Di periodo 2020/2024
	2020/2021	2021/2022	2022/2023	2023/2024	
Gennaio	+66,2	+9,1	+5,1	+11,6	+112,7
Febbraio	+43,1	+6,6	+11,3	+16,9	+98,4
Marzo	+10,3	-3,2	+11,3	+14,6	+36,3

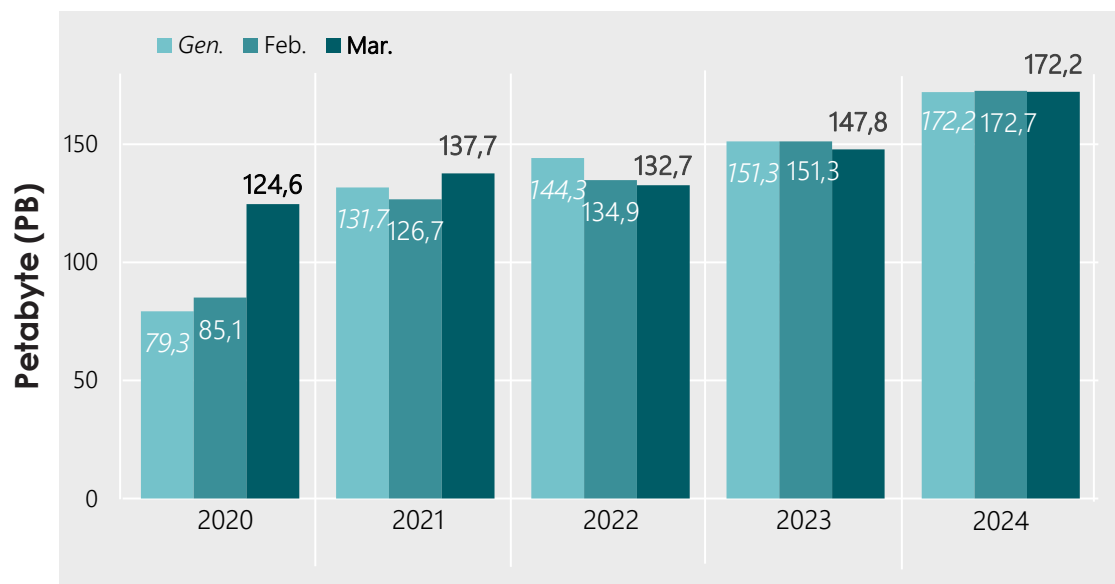
2 Confronto valori mensili (variazioni %)

	Annuale				Di periodo 2020/2024
	2020/2021	2021/2022	2022/2023	2023/2024	
Gennaio	+64,6	+13,8	+2,9	+33,6	+157,5
Febbraio	+50,7	+5,3	+20,2	+29,0	+145,8
Marzo	+12,0	-7,7	+12,5	+32,9	+54,5

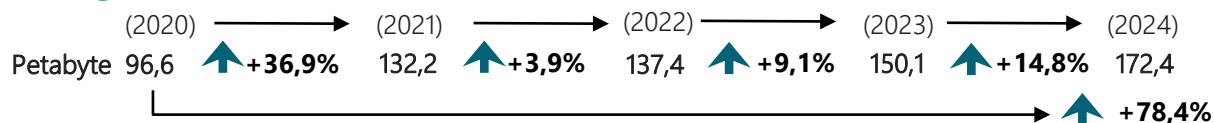
1.5 RETE FISSA: TRAFFICO DATI MEDIO GIORNALIERO (download + upload)



COMPLESSIVO



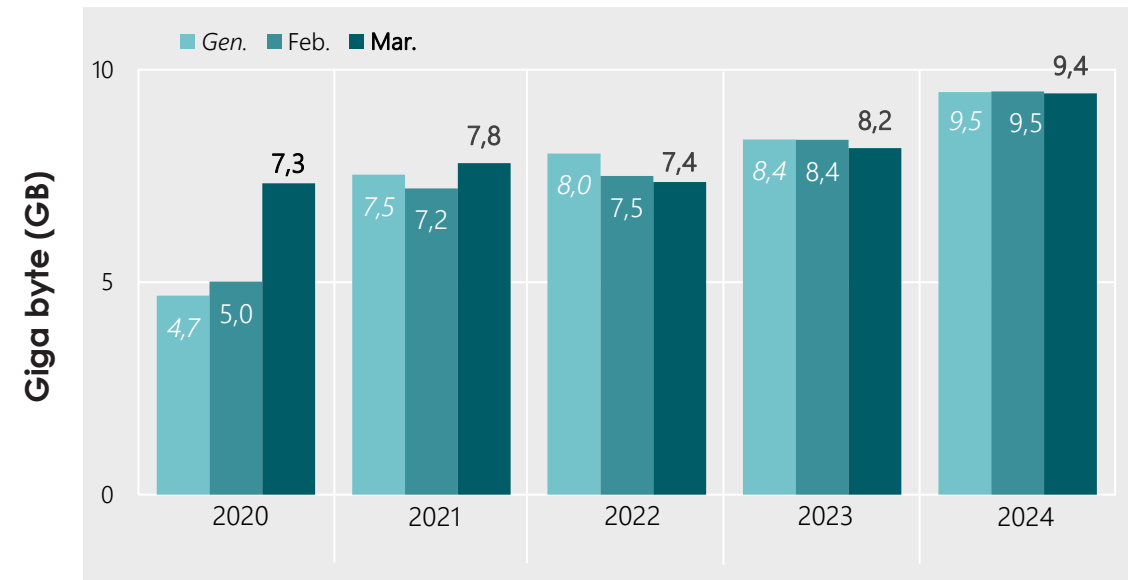
1 Valore medio giornaliero da inizio anno (Gen. – Mar.)



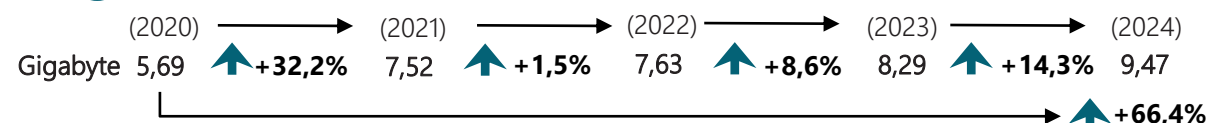
2 Confronto valori medi mensili giornalieri (variazioni %)

	Annuale				Di periodo 2020/2024
	2020/2021	2021/2022	2022/2023	2023/2024	
Gennaio	+66,1	+9,5	+4,9	+13,8	+117,1
Febbraio	+49,0	+6,5	+12,1	+14,1	+103,0
Marzo	+10,5	-3,7	+11,4	+16,5	+38,2

PER LINEA BROADBAND



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

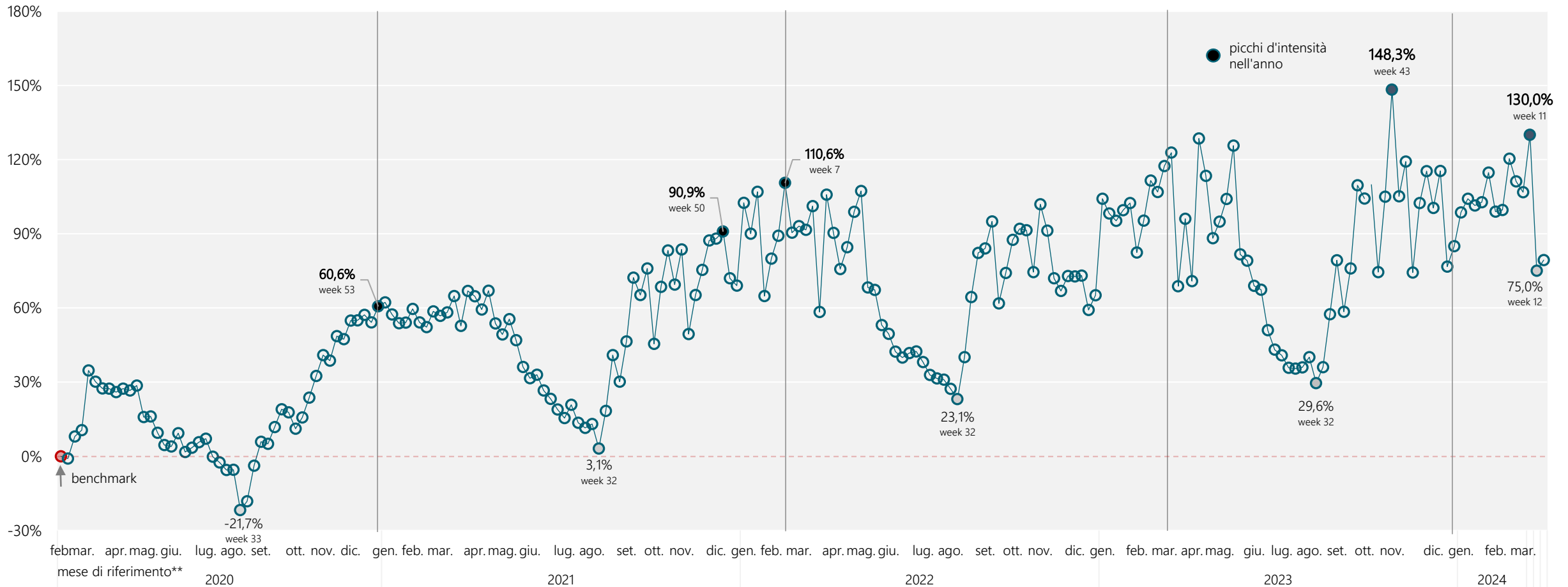


2 Confronto valori medi mensili giornalieri (variazioni %)

	Annuale				Di periodo 2020/2024
	2020/2021	2021/2022	2022/2023	2023/2024	
Gennaio	+60,8	+6,6	+4,2	+13,3	+102,3
Febbraio	+43,8	+4,0	+11,4	+13,6	+89,3
Marzo	+6,4	-5,6	+10,8	+15,8	+28,9

1.6 RETE FISSA: TRAFFICO DATI, INTENSITÀ DEI FLUSSI SETTIMANALI

Variazione dell'intensità di traffico (*)



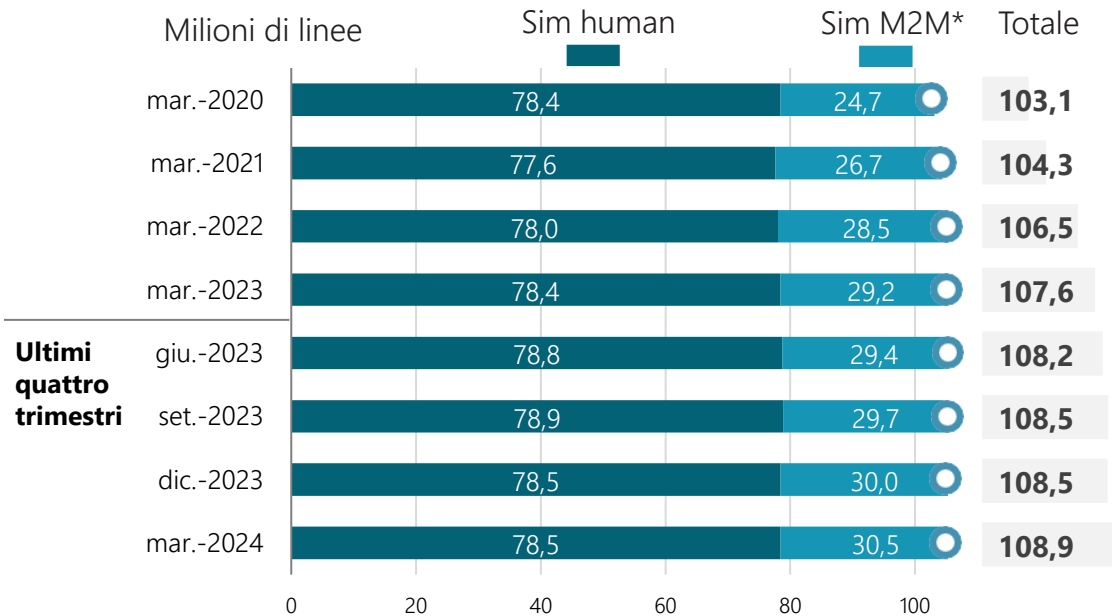
Definizione: per Intensità di traffico (Gbps) si intende il picco del volume di traffico dati in ingresso nella rete dell'operatore misurato in un intervallo temporale compreso tra i 5 e i 60 minuti.

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

Ad esempio, il dato relativo alla settimana 53 dell'anno 2020 indica un incremento del 60,6% dell'intensità del traffico rispetto alla settimana di benchmark, la numero 7 del 2020.

** In alcuni casi la settimana è a cavallo di due mesi

1.7 RETE MOBILE: LINEE COMPLESSIVE



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

Variazione trimestrale (Dic. 2023 – Mar. 2024)

Variazione annuale (Mar. 2023 – Mar. 2024)

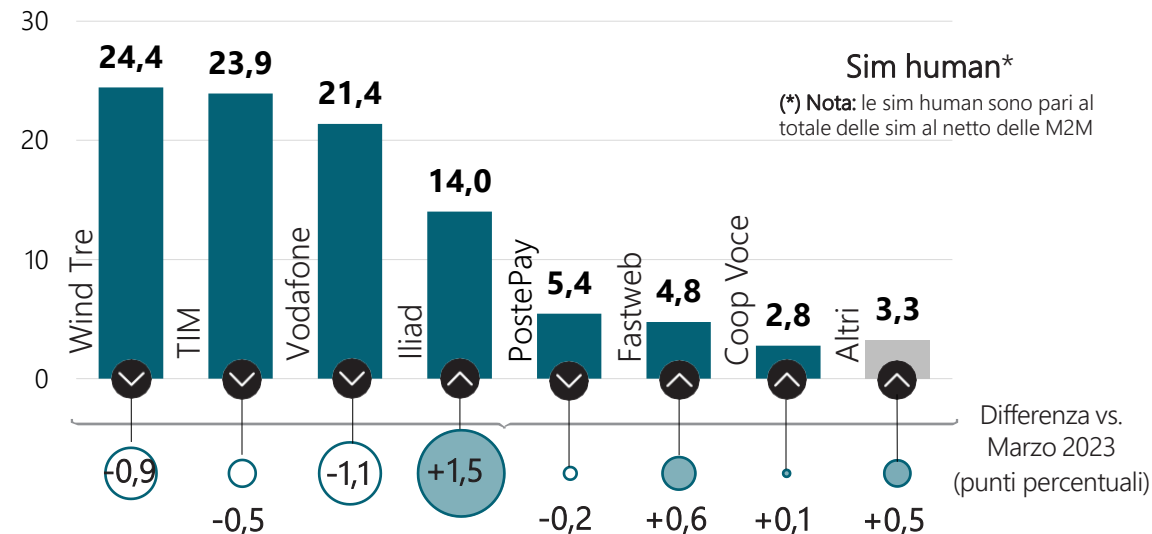
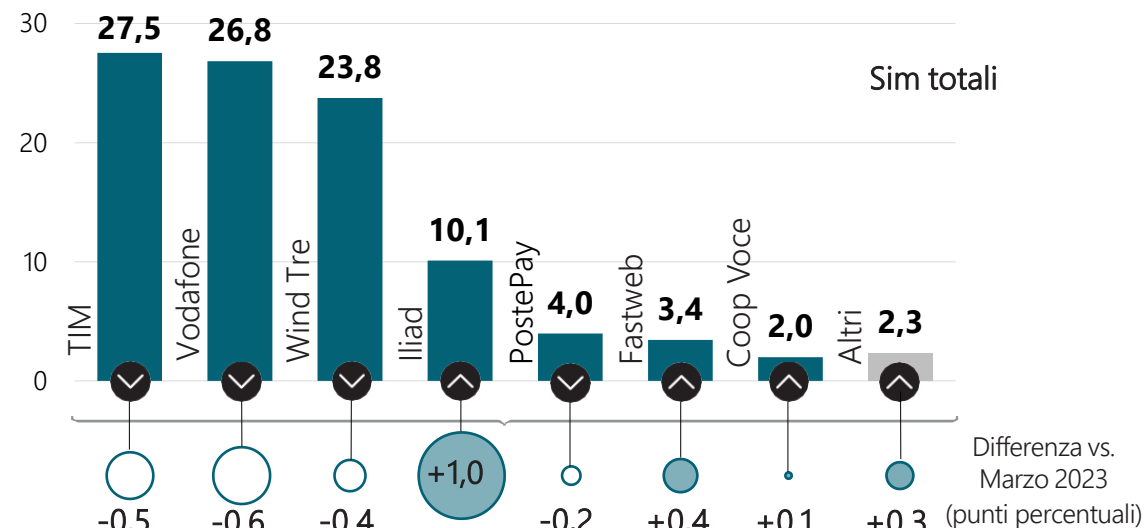
	(n° di sim in migliaia)	(%)
Totale sim:	+449	+0,4
Sim human:	-9	-0,01
Sim M2M:	+458	+1,5

	(n° di sim in migliaia)	(%)
Totale sim:	+1.298	+1,2
Sim human:	+58	+0,1
Sim M2M:	+1.240	+4,2

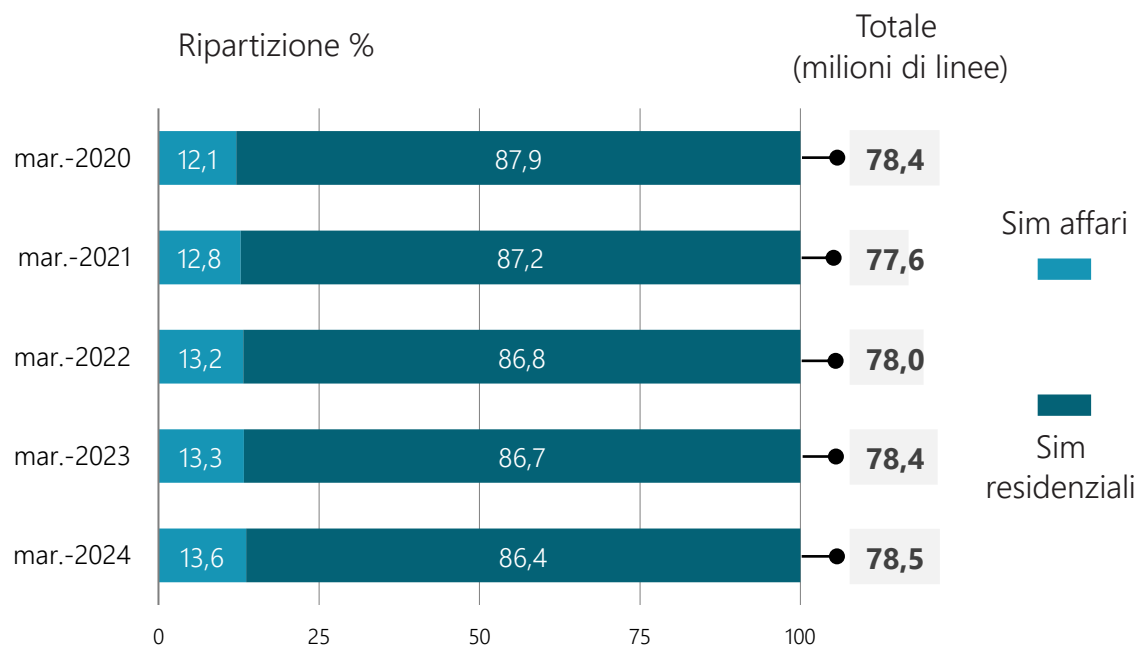
Nota: i dati degli operatori TIM e Vodafone includono le linee delle società controllate, rispettivamente Kena mobile e VEI (che offre servizi di telefonia mobile denominati ho.)

QUOTE DI MERCATO (%)

MARZO 2024

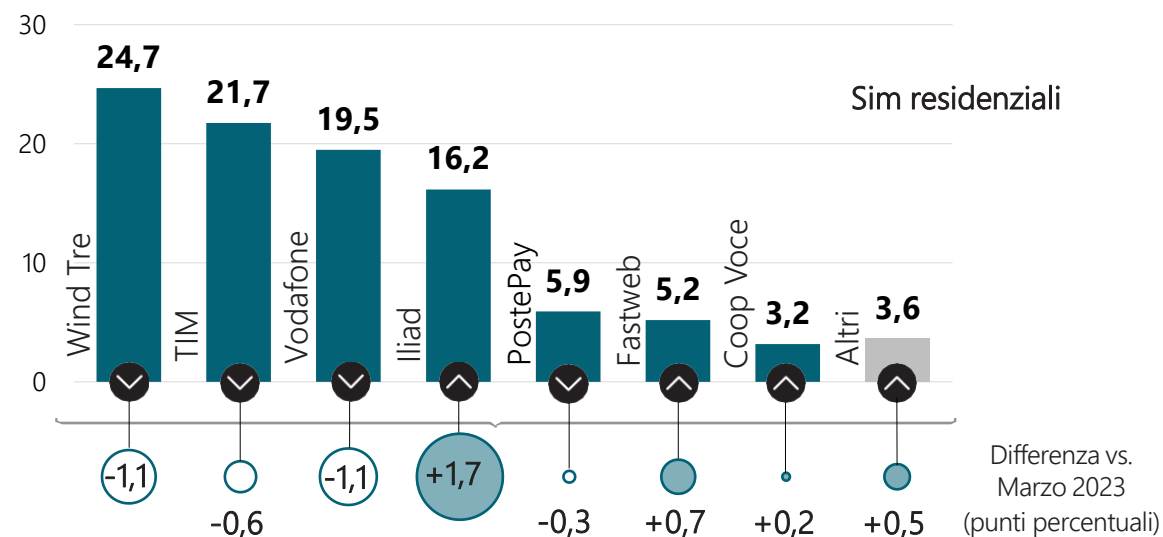


1.8 RETE MOBILE: SIM HUMAN PER TIPOLOGIA DI CLIENTELA



QUOTE DI MERCATO (%)

MARZO 2024

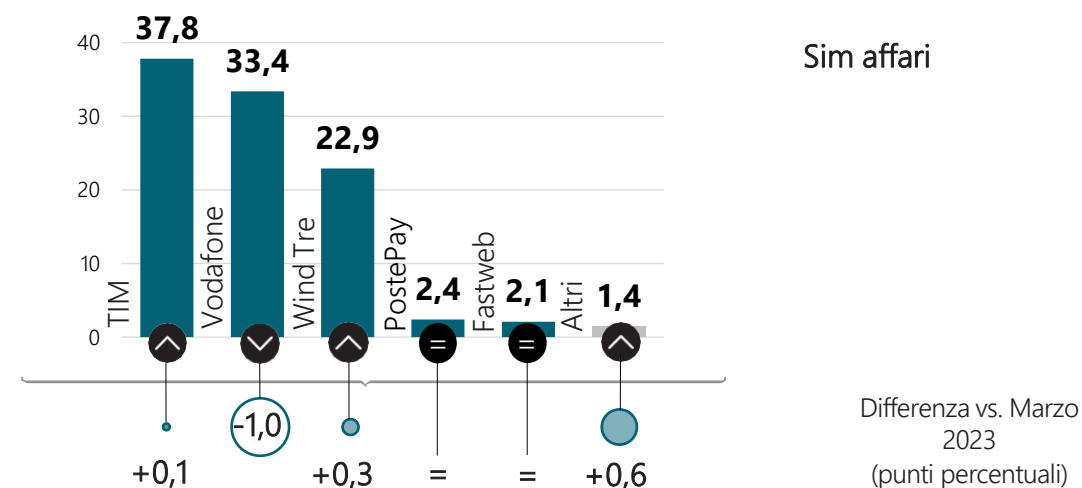


Variazione annuale
(Mar. 2023 – Mar. 2024)

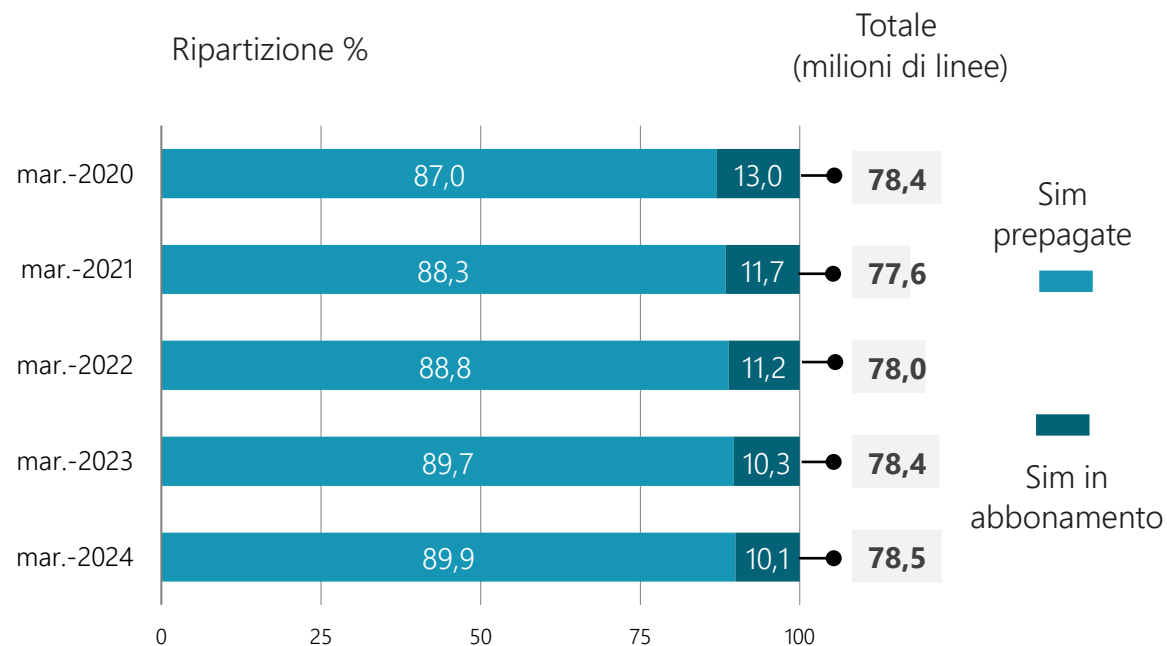
Variazione di periodo
(Mar. 2020 – Mar. 2024)

	(n° di sim in migliaia)	(%)	(n° di sim in migliaia)	(%)
Totale sim human:	+58	↑ +0,1	+9	↑ +0,01
Sim residenziali:	-190	↓ -0,3	-1.180	↓ -1,7
Sim affari:	+247	↑ +2,4	+1.189	↑ +12,5

Sim affari

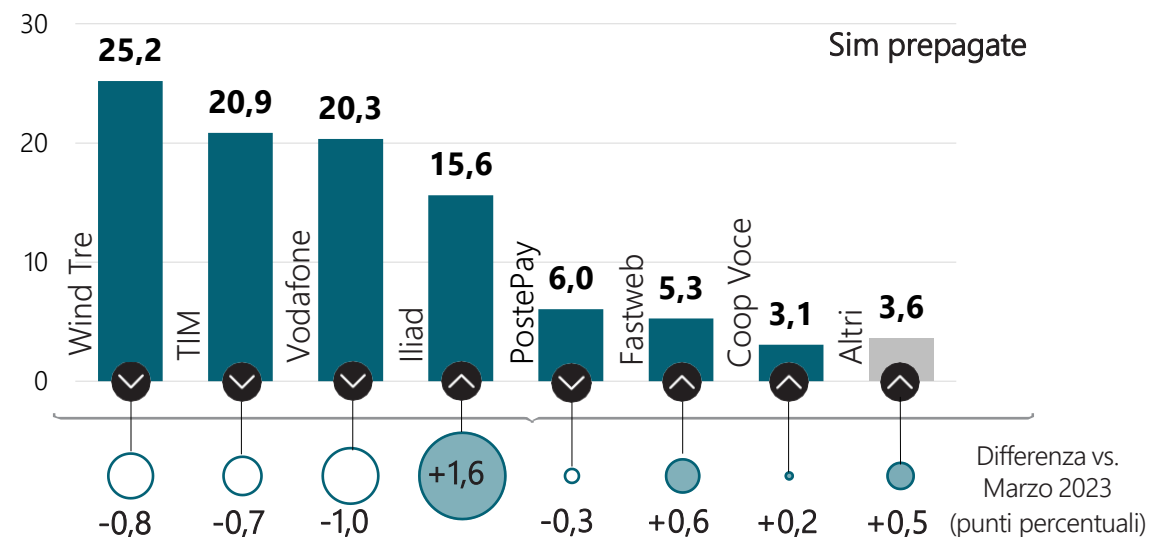


1.9 RETE MOBILE: SIM HUMAN PER TIPOLOGIA DI CONTRATTO



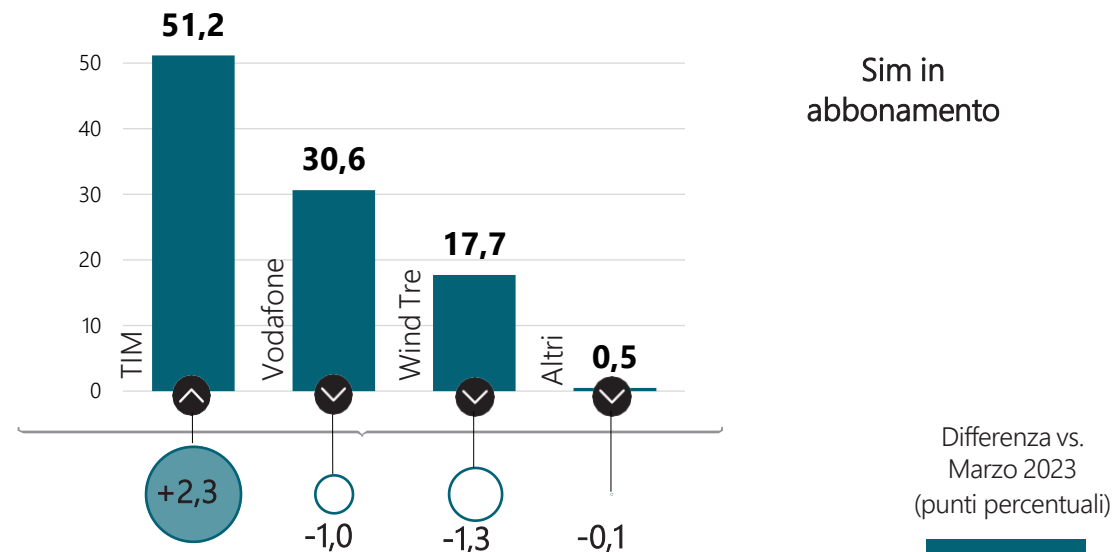
QUOTE DI MERCATO (%)

MARZO 2024



	Variazione annuale (Mar. 2023 – Mar. 2024)	
	(n° di sim in migliaia)	(%)
Totale sim human:	+58	+0,1
Sim prepagate:	+224	+0,3
Sim in abbonamento:	-166	-2,1

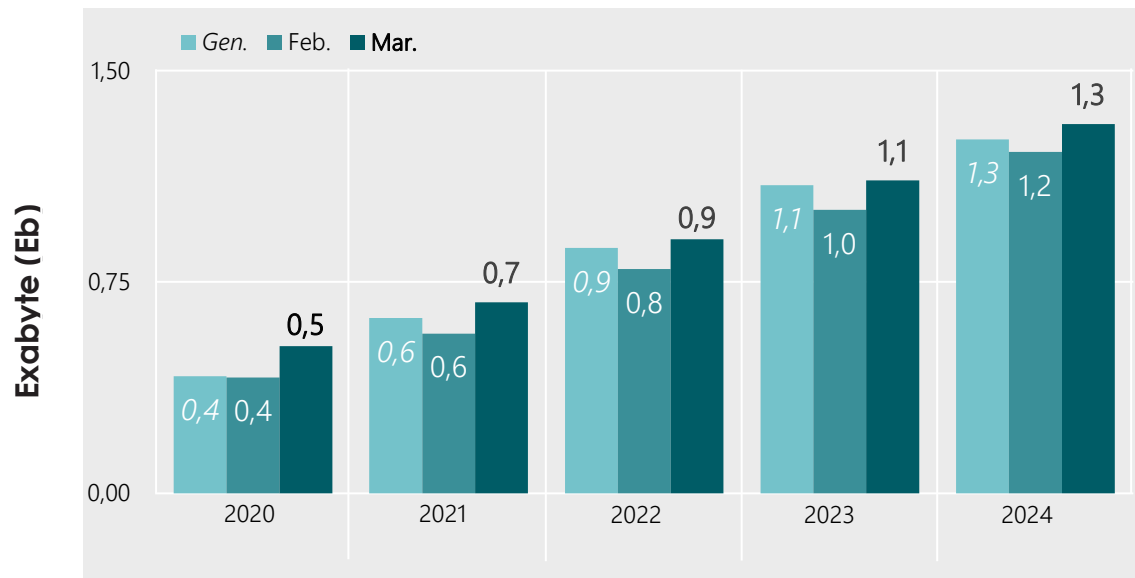
	Variazione di periodo (Mar. 2020 – Mar. 2024)	
	(n° di sim in migliaia)	(%)
Totale sim human:	+9	+0,01
Sim prepagate:	+2.270	+3,3
Sim in abbonamento:	-2.261	-22,2



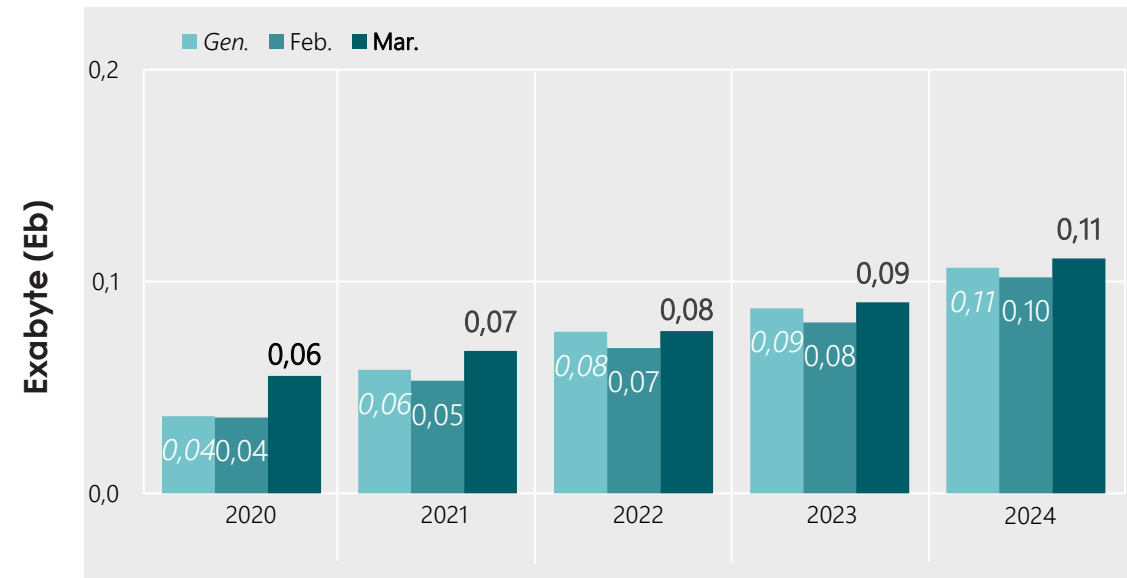
1.10 RETE MOBILE: TRAFFICO DATI (DOWNLOAD / UPLOAD)



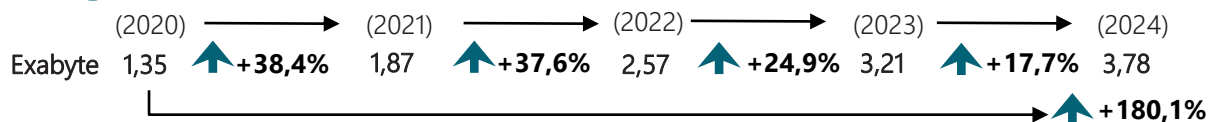
DOWNLOAD (valori cumulati)



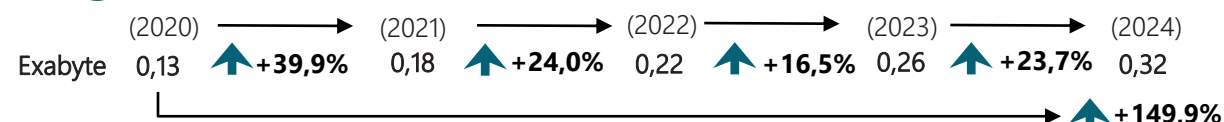
UPLOAD (valori cumulati)



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



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



2 Confronto valori trimestrali (variazioni %)

	Annuale				Di periodo 2020/2024
	2020/2021	2021/2022	2022/2023	2023/2024	
Gennaio	+49,5	+40,1	+25,5	+14,9	+202,1
Febbraio	+37,9	+40,5	+26,3	+20,5	+194,9
Marzo	+29,9	+33,0	+23,1	+18,0	+151,0

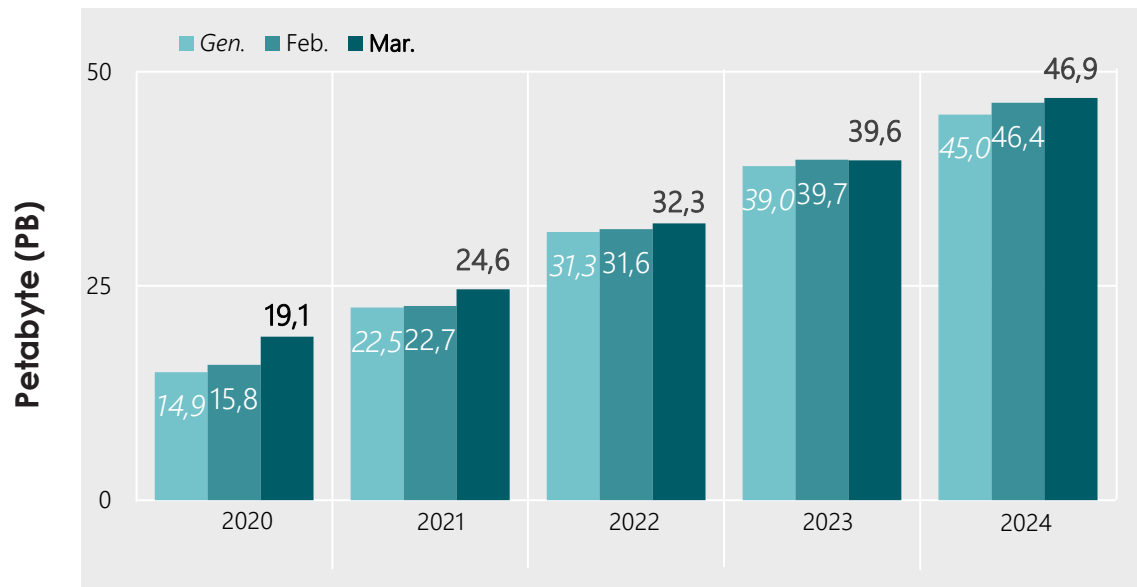
2 Confronto valori trimestrali (variazioni %)

	Annuale				Di periodo 2020/2024
	2020/2021	2021/2022	2022/2023	2023/2024	
Gennaio	+60,0	+31,0	+14,4	+21,9	+192,4
Febbraio	+48,5	+29,0	+17,5	+26,3	+184,5
Marzo	+21,1	+14,0	+17,6	+23,1	+99,7

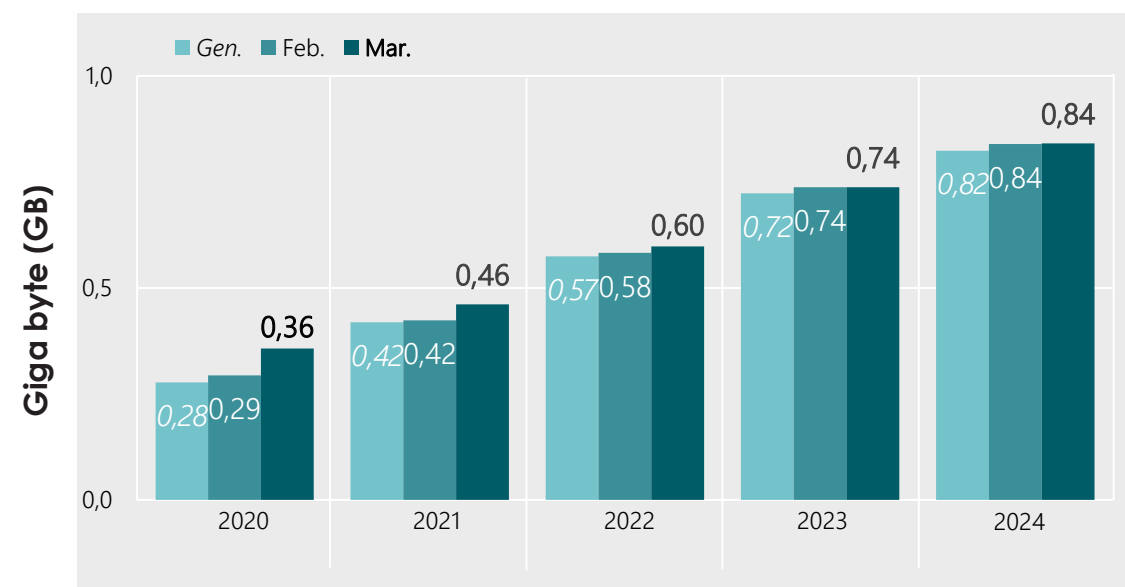
1.11 RETE MOBILE: TRAFFICO DATI MEDIO GIORNALIERO (download + upload)



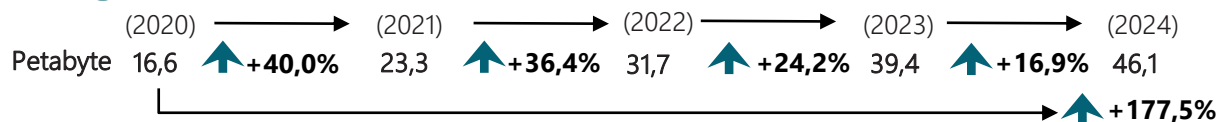
COMPLESSIVO



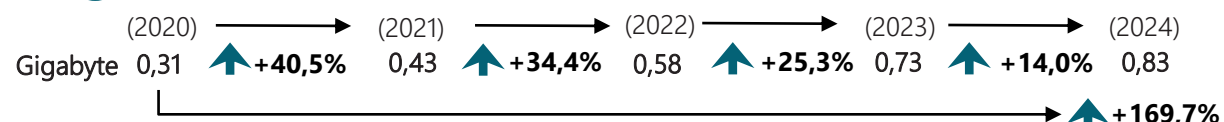
TRAFFICO PER SIM CARD «HUMAN»



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



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



2 Confronto valori medi mensili giornalieri (variazioni %)

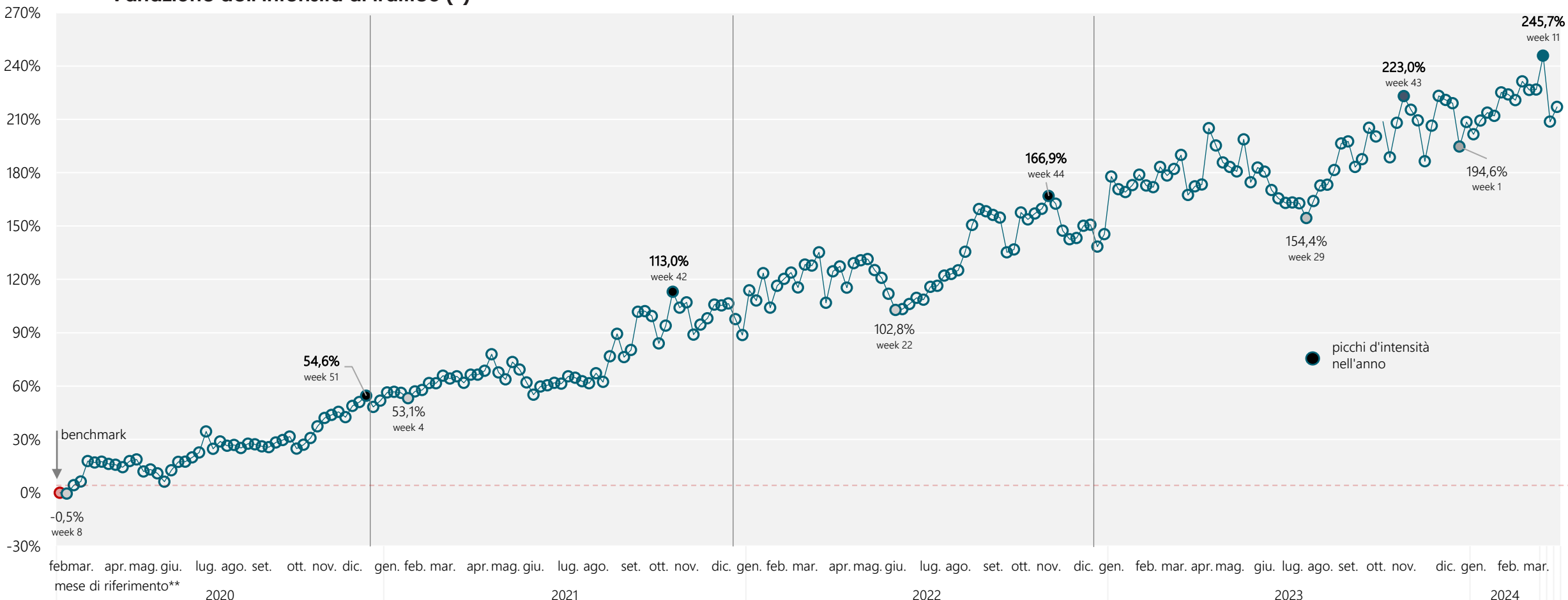
	Annuale				Di periodo 2020/2024
	2020/2021	2021/2022	2022/2023	2023/2024	
Gennaio	+50,4	+39,3	+24,6	+15,4	+201,3
Febbraio	+43,7	+39,5	+25,6	+16,8	+194,1
Marzo	+29,0	+31,3	+22,7	+18,4	+146,1

2 Confronto valori medi mensili giornalieri (variazioni %)

	Annuale				Di periodo 2020/2024
	2020/2021	2021/2022	2022/2023	2023/2024	
Gennaio	+51,2	+37,1	+25,9	+14,0	+197,4
Febbraio	+44,2	+37,5	+26,6	+13,9	+185,9
Marzo	+29,2	+29,5	+23,4	+14,0	+135,6

1.12 RETE MOBILE: TRAFFICO DATI, INTENSITÀ DEI FLUSSI SETTIMANALI

Variazione dell'intensità di traffico (*)



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

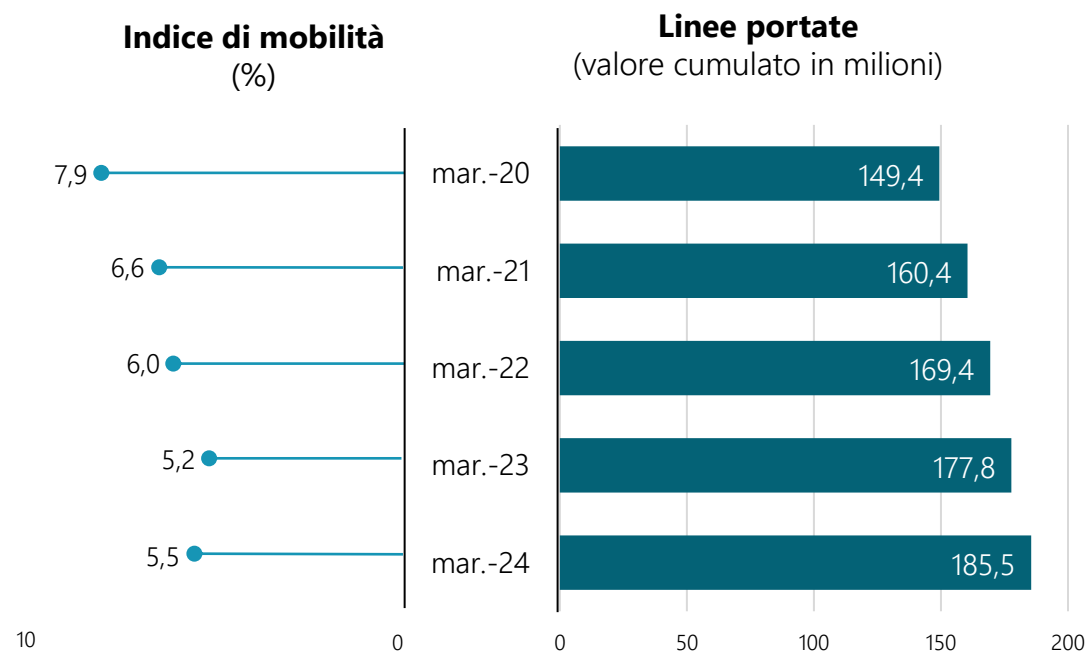
* Per ogni settimana l'indicatore dell'intensità è rappresentato dalla variazione percentuale, rispetto alla 7ª settimana del 2020 (dal 10 al 16 febbraio – punto rosso nel grafico), della media ponderata dei dati di traffico calcolata sui dati degli operatori utilizzando come pesi le quote di mercato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

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

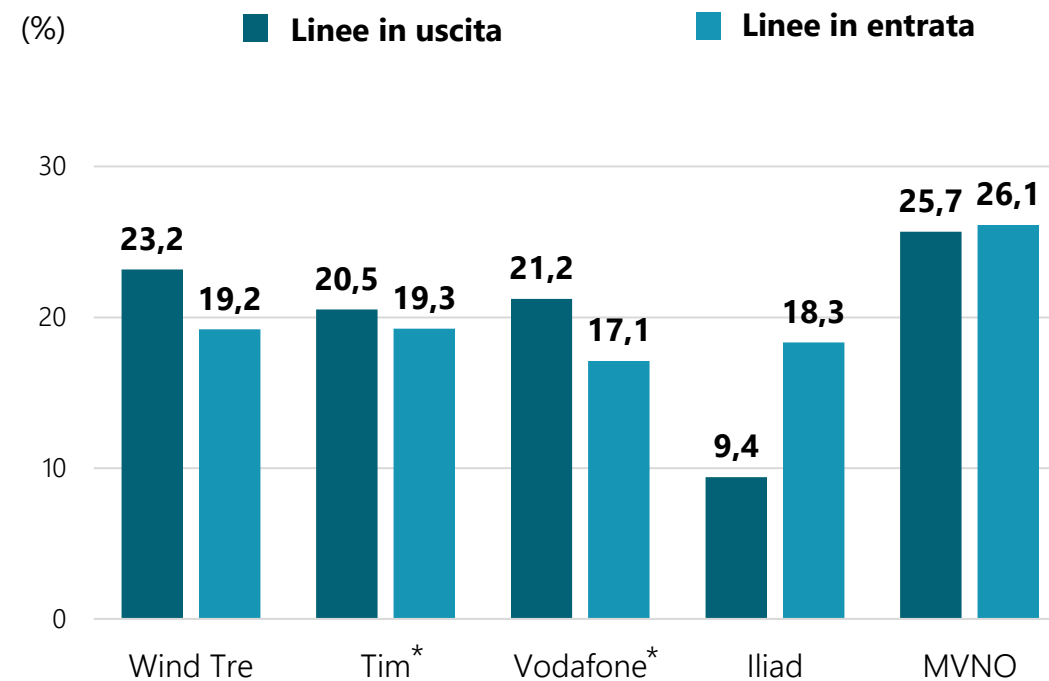
In un anno (Mar. 23 – Mar. 24), **7,8** mln di operazioni di Mobile Number Portability (MNP)



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)

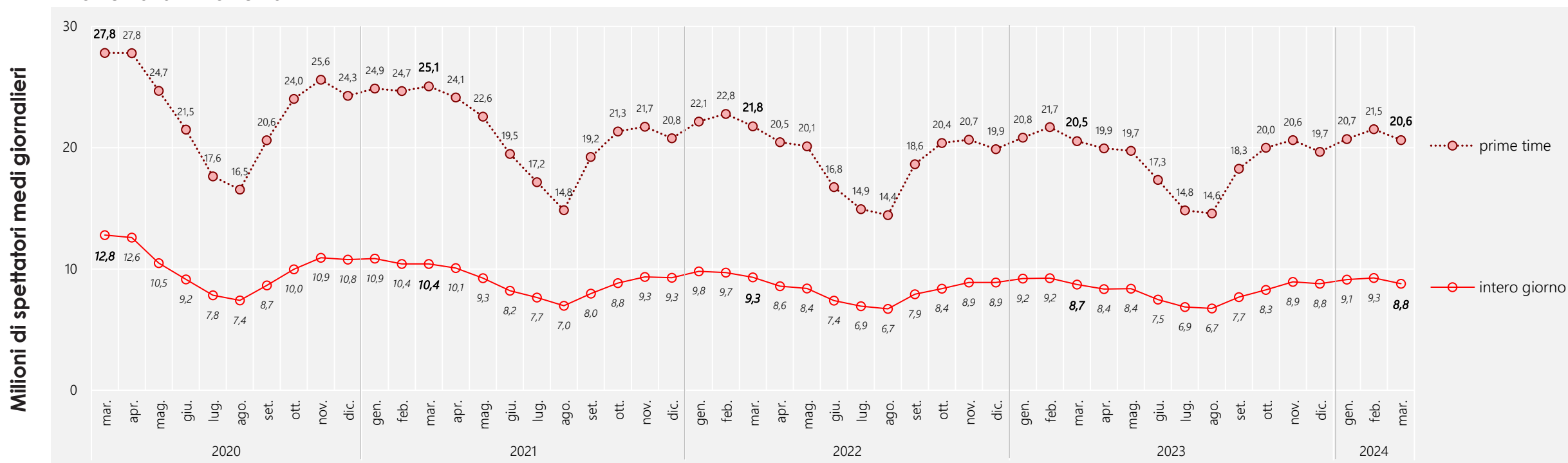
MARZO 2024



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

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

Marzo 2020 – Marzo 2024



Andamento numero di spettatori (Giorno medio del periodo Gen. – Mar. in milioni)	(2020)	→	(2021)	→	(2022)	→	(2023)	→	(2024)
Giorno medio - Prime time (Fascia oraria: 20:30 – 22:30)	25,29	↓ -1,7%	24,87	↓ -10,6%	22,23	↓ -5,5%	21,02	↓ -0,3%	20,96
↓ -17,1%									
Giorno medio – Intero giorno (Fascia oraria: 02:00 – 25:59)	11,17	↓ -5,5%	10,56	↓ -9,0%	9,61	↓ -5,8%	9,06	↔ =	9,06
↓ -18,9%									

Fonte: elaborazioni Autorità su dati Auditel

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

GIORNO MEDIO - PRIME TIME

Gruppi televisivi	Spettatori medi giornalieri periodo Gen. – Mar. (in milioni)					Var. %	
	2020	2021	2022	2023	2024	'20-'24	'23-'24
RAI	10,45	10,27	9,23	8,56	8,28	-20,8	-3,3
Mediaset	8,99	8,82	8,40	7,83	7,46	-17,0	-4,8
Warner Bros. Discovery	1,55	1,55	1,39	1,39	1,81	+17,2	+30,3
Comcast / Sky	1,87	1,81	1,41	1,47	1,48	-20,9	+1,1
Cairo Comm. / La 7	1,38	1,47	1,23	1,02	1,19	-14,1	+17,0
Altri	1,05	0,94	0,58	0,75	0,74	-29,8	-1,9

Gruppi televisivi	Share in %					Var. punti percentuali	
	2020	2021	2022	2023	2024	'20-'24	'23-'24
RAI	41,3	41,3	41,5	40,7	39,5	-1,8	-1,2
Mediaset	35,5	35,5	37,8	37,3	35,6	=	-1,7
Warner Bros. Discovery	6,1	6,2	6,3	6,6	8,7	+2,5	+2,0
Comcast / Sky	7,4	7,3	6,3	7,0	7,1	-0,3	+0,1
Cairo Comm. / La 7	5,5	5,9	5,5	4,8	5,7	+0,2	+0,8
Altri	4,1	3,8	2,6	3,6	3,5	-0,6	-0,1

GIORNO MEDIO – INTERO GIORNO

Gruppi televisivi	Spettatori medi giornalieri periodo Gen. – Mar. (in milioni)					Var. %	
	2020	2021	2022	2023	2024	'20-'24	'23-'24
RAI	4,49	4,24	3,83	3,55	3,46	-23,1	-2,7
Mediaset	3,87	3,76	3,60	3,40	3,35	-13,6	-1,6
Warner Bros. Discovery	0,87	0,82	0,73	0,69	0,80	-8,7	+15,3
Comcast / Sky	0,80	0,70	0,63	0,63	0,64	-19,7	+1,1
Cairo Comm. / La 7	0,49	0,49	0,42	0,34	0,36	-25,1	+8,6
Altri	0,65	0,56	0,38	0,45	0,46	-29,8	+2,5

Gruppi televisivi	Share in %					Var. punti percentuali	
	2020	2021	2022	2023	2024	'20-'24	'23-'24
RAI	40,2	40,1	39,9	39,2	38,1	-2,1	-1,1
Mediaset	34,7	35,6	37,5	37,5	36,9	+2,3	-0,6
Warner Bros. Discovery	7,8	7,8	7,6	7,6	8,8	+1,0	+1,2
Comcast / Sky	7,1	6,6	6,6	7,0	7,1	-0,1	+0,1
Cairo Comm. / La 7	4,3	4,6	4,4	3,7	4,0	-0,3	+0,3
Altri	5,8	5,3	4,0	4,9	5,1	-0,8	+0,1

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

GIORNO MEDIO - PRIME TIME

Spettatori medi giornalieri periodo Gen. – Mar. (in milioni)

Gruppi televisivi	Canali TV	2020 2021 2022 2023 2024					Var. %	
		'20-'24	'23-'24					
RAI	Rai 1	5,81	5,49	5,29	5,00	5,22	-10,3	+4,4
	Rai 2	1,65	1,44	1,16	0,99	0,81	-50,8	-18,4
	Rai 3	1,37	1,74	1,58	1,44	1,14	-16,7	-20,8
Mediaset	Canale 5	4,19	3,97	3,84	3,51	3,30	-21,2	-6,0
	Italia 1	1,48	1,39	1,26	1,21	1,25	-15,3	+3,3
	Rete 4	1,25	1,23	1,05	0,84	0,81	-34,8	-3,9
Cairo Comm.	La7	1,30	1,40	1,14	0,93	1,09	-16,1	+17,3
Warner Bros. Discovery	Nove	0,38	0,47	0,39	0,42	0,72	+88,3	+70,7
Comcast / Sky	TV8	0,61	0,56	0,43	0,49	0,50	-17,5	+2,8

Share in %

Gruppi televisivi	Canali TV	2020 2021 2022 2023 2024					Var. punti percentuali	
		'20-'24	'23-'24					
RAI	Rai 1	23,0	22,1	23,8	23,8	24,9	+1,9	+1,1
	Rai 2	6,5	5,8	5,2	4,7	3,9	-2,7	-0,9
	Rai 3	5,4	7,0	7,1	6,9	5,5	=	-1,4
Mediaset	Canale 5	16,6	16,0	17,3	16,7	15,7	-0,8	-1,0
	Italia 1	5,8	5,6	5,7	5,8	6,0	+0,1	+0,2
	Rete 4	4,9	5,0	4,7	4,0	3,9	-1,0	-0,1
Cairo Comm.	La7	5,1	5,6	5,1	4,4	5,2	+0,1	+0,8
Warner Bros. Discovery	Nove	1,5	1,9	1,7	2,0	3,5	+1,9	+1,4
Comcast / Sky	TV8	2,4	2,3	1,9	2,3	2,4	=	+0,1

GIORNO MEDIO – INTERO GIORNO

Spettatori medi giornalieri periodo Gen. – Mar. (in milioni)

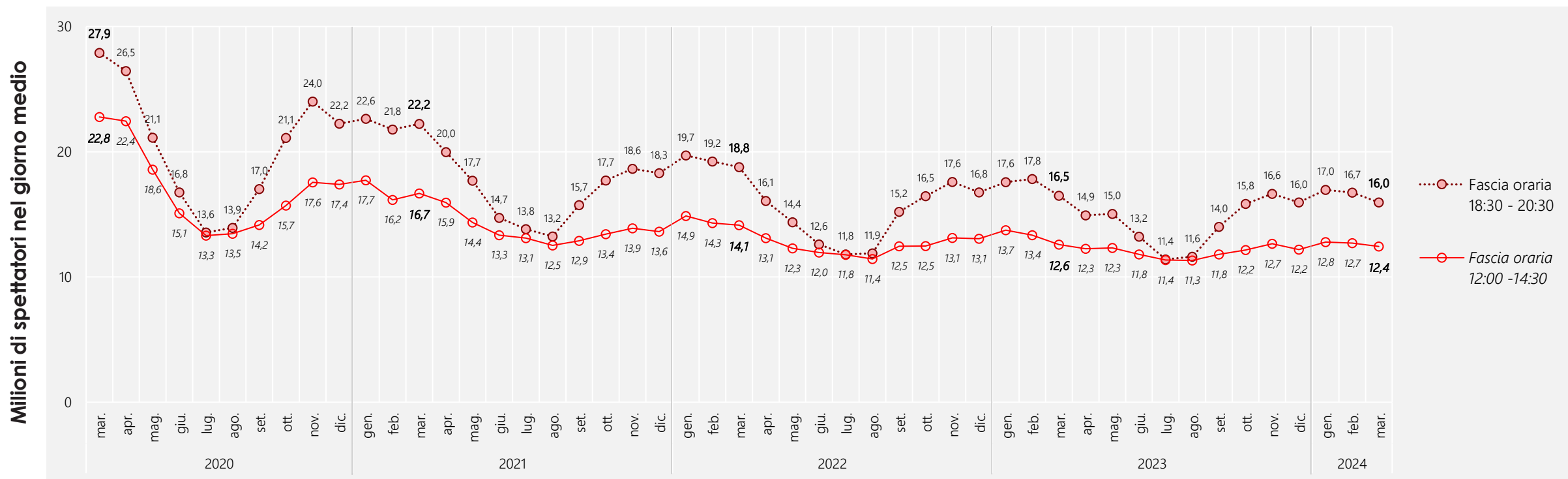
Gruppi televisivi	Canali TV	2020 2021 2022 2023 2024					Var. %	
		'20-'24	'23-'24					
RAI	Rai 1	2,19	2,02	1,99	1,86	1,85	-15,8	-0,9
	Rai 2	0,62	0,55	0,47	0,46	0,45	-28,6	-3,0
	Rai 3	0,84	0,88	0,76	0,66	0,60	-29,5	-9,5
Mediaset	Canale 5	1,88	1,85	1,78	1,64	1,61	-14,5	-2,0
	Italia 1	0,58	0,52	0,44	0,42	0,42	-27,1	+0,5
	Rete 4	0,46	0,43	0,40	0,34	0,34	-26,9	-0,7
Cairo Comm.	La7	0,43	0,44	0,38	0,29	0,32	-25,1	+10,0
Warner Bros. Discovery	Nove	0,18	0,20	0,17	0,16	0,21	+15,8	+32,5
Comcast / Sky	TV8	0,25	0,20	0,18	0,20	0,20	-18,4	+0,1

Share in %

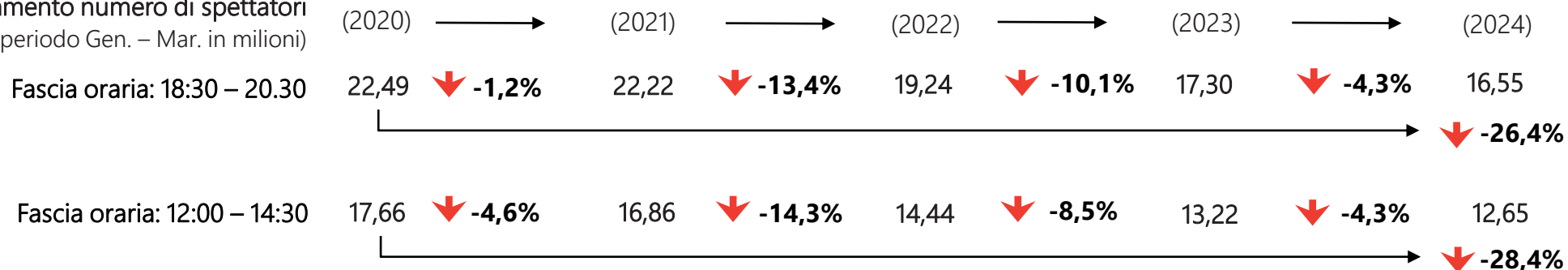
Gruppi televisivi	Canali TV	2020 2021 2022 2023 2024					Var. punti percentuali	
		'20-'24	'23-'24					
RAI	Rai 1	19,6	19,2	20,7	20,6	20,4	+0,8	-0,2
	Rai 2	5,6	5,2	4,9	5,1	4,9	-0,7	-0,2
	Rai 3	7,6	8,3	7,9	7,3	6,6	-1,0	-0,7
Mediaset	Canale 5	16,9	17,5	18,5	18,1	17,8	+0,9	-0,4
	Italia 1	5,2	4,9	4,6	4,6	4,6	-0,5	=
	Rete 4	4,1	4,1	4,2	3,7	3,7	-0,4	=
Cairo Comm.	La7	3,9	4,2	4,0	3,3	3,6	-0,3	+0,3
Warner Bros. Discovery	Nove	1,6	1,9	1,7	1,7	2,3	+0,7	+0,6
Comcast / Sky	TV8	2,2	1,9	1,9	2,2	2,2	=	=

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

Marzo 2020 – Marzo 2024



Andamento numero di spettatori
(Giorno medio del periodo Gen. – Mar. in milioni)



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

2.5 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 periodo Gen. – Mar. (in milioni)						Variazione in migliaia		Variazione in %		
TG Nazionali	2020	2021	2022	2023	2024	'20-'24	'23-'24	'20-'24	'23-'24	
RAI	Tg 1 (ore 13:30)	4,27	4,31	3,89	3,59	3,33	-938	-251	-21,9	-7,0
	Tg 2 (ore 13:00)	2,53	2,23	1,93	1,75	1,59	-940	-163	-37,2	-9,3
	Tg 3 (ore 12:00)	1,24	1,14	0,91	0,79	0,76	-481	-36	-38,8	-4,5
	Tg 3 Regionale (ore 14:00)	3,08	3,17	2,50	2,19	2,17	-908	-24	-29,5	-1,1
Mediaset	Tg 4 (ore 12:00)	0,44	0,35	0,31	0,29	0,29	-153	+2	-34,3	+0,9
	Tg 5 (ore 13:00)	3,52	3,33	3,05	2,97	2,84	-684	-134	-19,4	-4,5
	Studio Aperto (ore 12:25)	1,81	1,62	1,24	1,13	1,07	-742	-61	-40,9	-5,4
La 7	Tg La 7 (ore 13:30)	0,77	0,72	0,61	0,50	0,60	-168	+102	-21,8	+20,5

**FASCIA ORARIA:
18:30 – 20:30**

Spettatori medi giornalieri periodo Gen. – Mar. (in milioni)						Variazione in migliaia		Variazione in %		
TG Nazionali	2020	2021	2022	2023	2024	'20-'24	'23-'24	'20-'24	'23-'24	
RAI	Tg 1 (ore 20:00)	6,34	6,23	5,65	5,03	4,81	-1.529	-220	-24,1	-4,4
	Tg 2 (ore 20:30)	1,94	1,79	1,41	1,12	0,95	-992	-171	-51,0	-15,2
	Tg 3 (ore 19:00)	2,54	2,66	2,23	2,04	1,96	-583	-78	-22,9	-3,8
	Tg 3 Regionale (ore 19:30)	3,29	3,44	2,78	2,55	2,46	-825	-86	-25,1	-3,4
Mediaset	Tg 4 (ore 19:00)	0,81	0,74	0,75	0,66	0,54	-270	-121	-33,4	-18,4
	Tg 5 (ore 20:00)	5,13	4,97	4,51	4,24	4,02	-1.110	-220	-21,6	-5,2
	Studio Aperto (ore 18:30)	1,05	0,95	0,69	0,60	0,54	-512	-62	-48,5	-10,2
La 7	Tg La 7 (ore 20:00)	1,38	1,44	1,22	1,06	1,27	-112	+211	-8,1	+20,0

2.6 TELEVISIONE (DVB-T E SAT): ASCOLTI DEI CANALI «ALL NEWS» NEL GIORNO MEDIO DA INIZIO ANNO

I canali «all news» considerati nell'analisi sono: Rai News 24 – Sky Tg 24 - TgCom 24

Spettatori medi giornalieri periodo Gen. – Mar. (in migliaia)

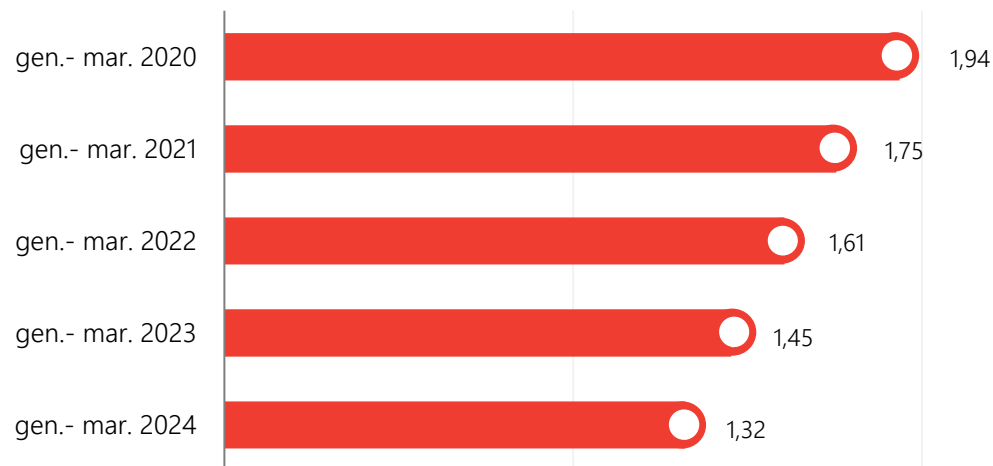
	Anno	Intero giorno	07:00 09:00	12:00 15:00	18:00 20:30
Totale canali «all news»	2024	114	230	168	146
	2023	118	226	169	172
	2022	173	277	251	261
	2021	190	313	264	305
	2020	221	303	319	354
Variazioni %	2024/2023	-3,6	1,8	-0,5	-15,3
	2024/2020	-48,7	-24,0	-47,3	-58,8

Spettatori medi giornalieri periodo Gen. – Mar. (in migliaia)

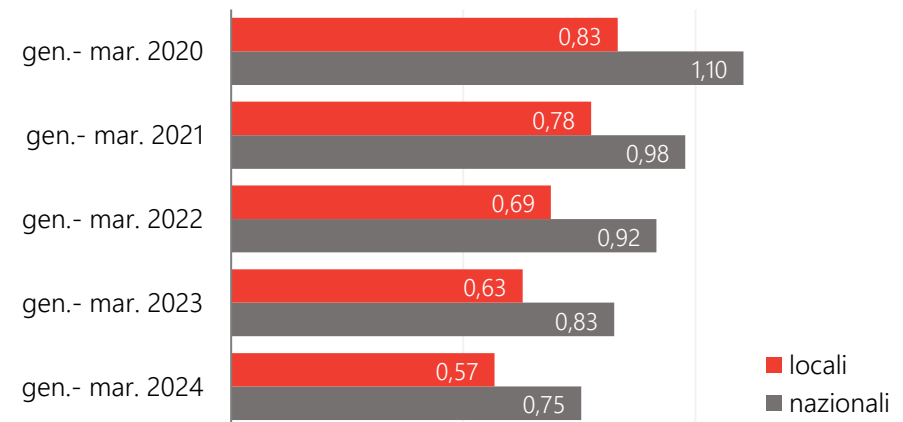
	Anno	Intero giorno	07:00 09:00	12:00 15:00	18:00 20:30
Rai News 24	2024	45	96	51	39
	2023	48	98	56	51
	2022	78	143	97	98
	2021	89	164	109	111
	2020	101	158	121	141
Variazioni %	2024/2023	-7,5	-1,2	-8,4	-23,8
	2024/2020	-55,7	-39,0	-57,8	-72,5
TgCom 24	2024	40	77	69	67
	2023	40	75	68	71
	2022	51	74	81	90
	2021	53	92	78	94
	2020	58	79	94	87
Variazioni %	2024/2023	+0,1	+2,6	+0,9	-5,5
	2024/2020	-30,9	-2,5	-26,6	-23,5
Sky Tg24	2024	29	57	48	40
	2023	30	53	45	50
	2022	43	61	73	73
	2021	48	57	77	100
	2020	63	66	104	126
Variazioni %	2024/2023	-2,2	6,3	7,2	-20,4
	2024/2020	-53,9	-13,9	-53,8	-68,0

2.7 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



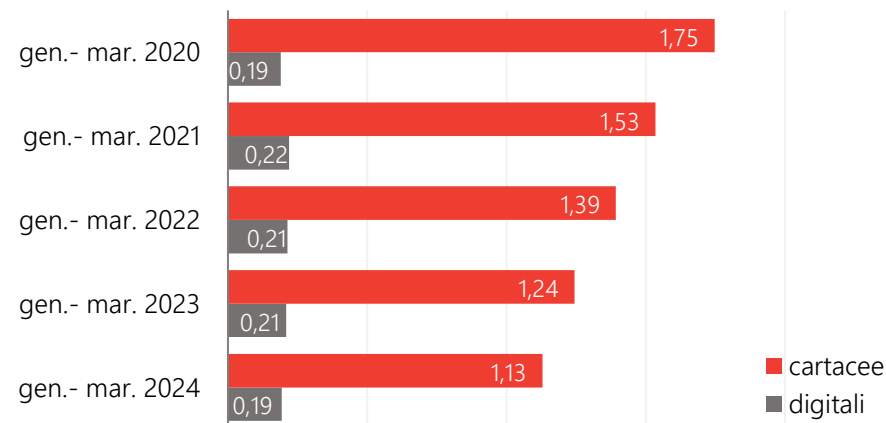
Variazione in %

Periodo gennaio - marzo

(2023 - 2024) (2020 - 2024)

Copie complessive:	-9,1 ↓	-31,8 ↓
Copie cartacee:	-9,3 ↓	-35,4 ↓
Copie digitali:	-8,1 ↓	+1,7 ↑
Copie quotidiani nazionali:	-8,6 ↓	-31,7 ↓
Copie quotidiani locali:	-9,7 ↓	-31,9 ↓

COPIE CARTACEE vs. DIGITALI



Nota: le copie digitali e quelle multiple sono considerate solo se il loro prezzo è maggiore del 30% rispetto a quello della versione cartacea.

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

COPIE CARTACEE PER MACRO CATEGORIA

(migliaia di copie)

	Gen. – Mar.	2020	2021	2022	2023	2024
Testate nazionali	Generaliste Top 5	568	493	448	386	354
	Generaliste Altre	127	129	113	103	93
	Economici	78	63	56	51	40
	Sportivi	189	136	145	133	128
Testate locali	Top 10	366	341	307	278	256
	Altre testate	420	373	323	293	258

	Variazione in %	Gen. – Mar.	('20 – '24)	('23 – '24)
Testate nazionali		Generaliste Top 5	-37,6 ↓	-8,3 ↓
		Generaliste Altre	-26,7 ↓	-9,5 ↓
		Economici	-49,2 ↓	-22,5 ↓
		Sportivi	-32,4 ↓	-3,9 ↓
Testate locali		Top 10	-30,0 ↓	-7,8 ↓
		Altre testate	-38,5 ↓	-12,0 ↓

COPIE DIGITALI PER MACRO CATEGORIA

(migliaia di copie)

	Gen. – Mar.	2020	2021	2022	2023	2024
Testate nazionali	Generaliste Top 5	78	89	89	91	93
	Generaliste Altre	21	32	31	27	15
	Economici	36	30	28	28	27
	Sportivi	7	7	6	5	4
Testate locali	Top 10	20	27	26	24	23
	Altre testate	27	35	33	33	30

	Variazione in %	Gen. – Mar.	('20 – '24)	('23 – '24)
Testate nazionali		Generaliste Top 5	+18,3 ↑	+1,3 ↑
		Generaliste Altre	-26,1 ↓	-44,4 ↓
		Economici	-23,9 ↓	-3,3 ↓
		Sportivi	-42,6 ↓	-21,8 ↓
Testate locali		Top 10	+14,5 ↑	-2,7 ↓
		Altre testate	+11,1 ↑	-10,1 ↓

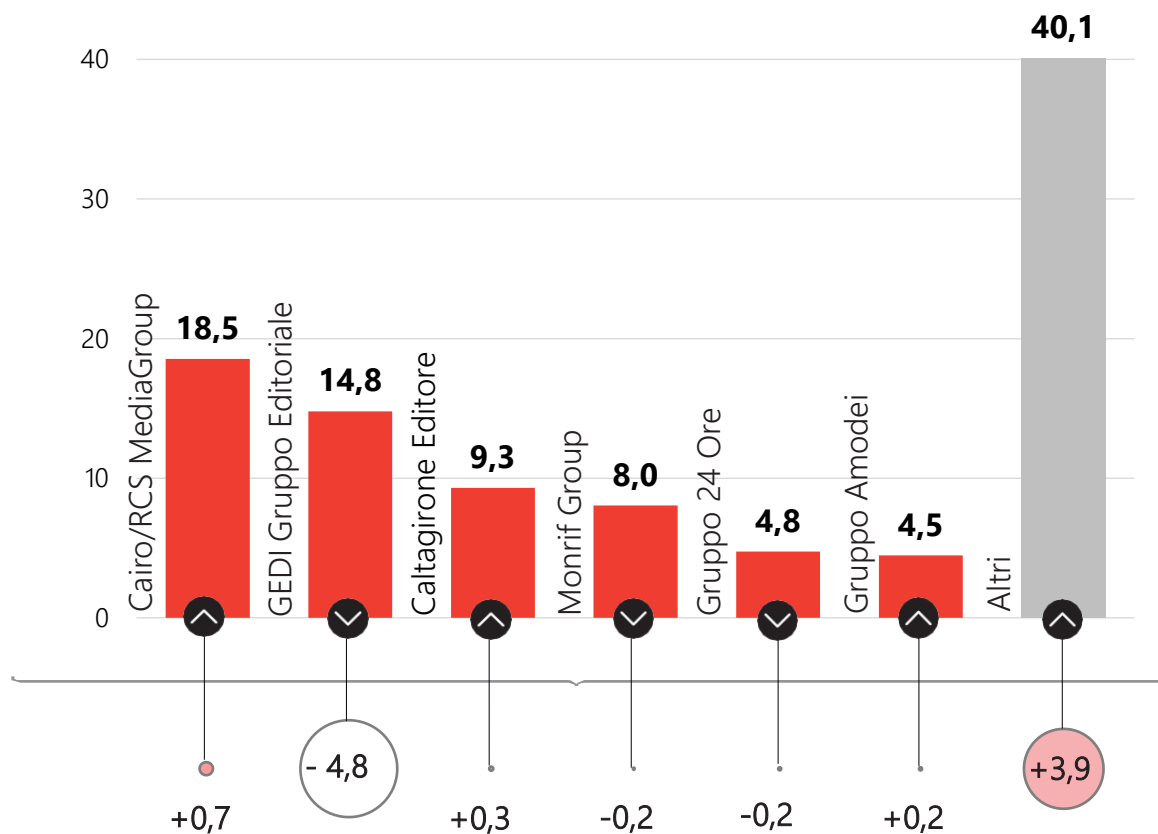
Ripartizione delle testate

- **Nazionali generaliste - Top 5:** in termini di vendite complessive nel primo trimestre 2024: 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 2023: 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

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

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

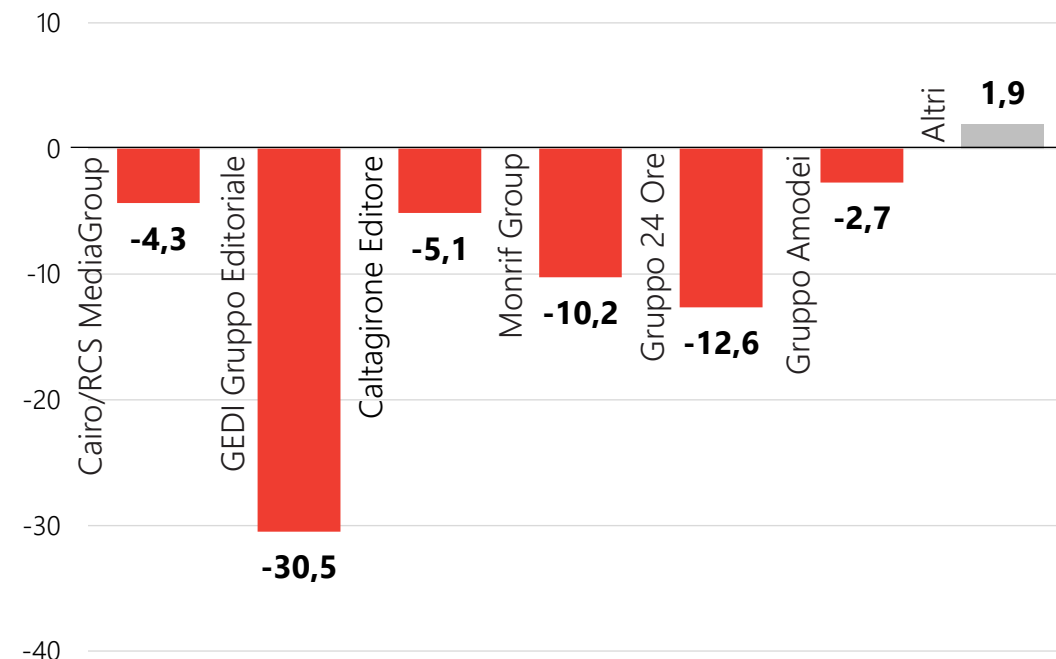
GENNAIO - MARZO 2024



Differenza vs. gen. - mar. 2023
(punti percentuali)

VARIAZIONE DELLE COPIE VENDUTE (%)

DIFFERENZA VS. GEN. - MAR. 2023



Nota: dal 1 novembre 2023 è efficace l'accordo tra il Gruppo GEDI e la testata online Nord Est Multimedia (NEM) relativamente alla cessione dei quotidiani "Il Mattino di Padova", "La Tribuna di Treviso", "La Nuova di Venezia e Mestre", "Il Corriere delle Alpi", "Il Messaggero Veneto", "Il Piccolo", la testata online "Nordest Economia"

Fonte: elaborazioni Autorità su dati ADS

2.10 EDITORIA QUOTIDIANA: DISTRIBUZIONE DELLE VENDITE PER PRINCIPALI TESTATE

DISTRIBUZIONE DELLE COPIE VENDUTE NEGLI ULTIMI 12 MESI (%)

(Rank decrescente $\geq 2\%$ sulla base del periodo aprile 2023 – marzo 2024)

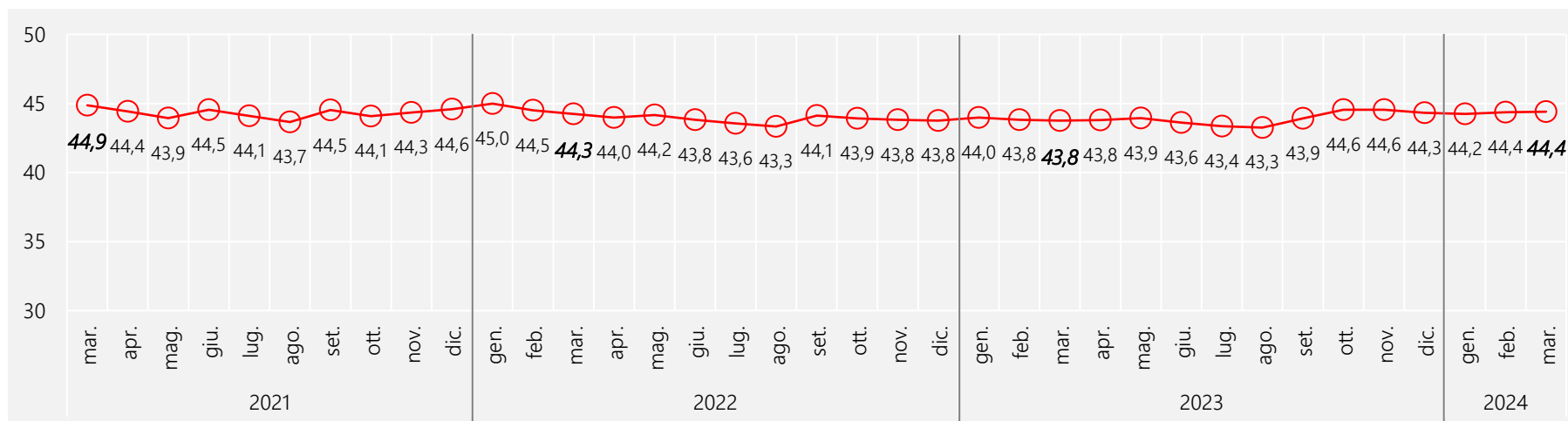
Principali testate	COPIE COMPLESSIVE							COPIE CARTACEE			COPIE DIGITALI		
	19/20	20/21	21/22	22/23	23/24	Var. p.p. 22/23 vs 23/24	Var. p.p. 19/20 vs 23/24	23/24	Var. p.p. 22/23 vs 23/24	Var. p.p. 19/20 vs 23/24	23/24	Var. p.p. 22/23 vs 23/24	Var. p.p. 19/20 vs 23/24
Corriere della sera	10,94	11,35	11,63	12,29	12,73	+0,44	+1,80	10,97	-0,20	+0,68	22,90	+3,65	5,48
Repubblica (La)	8,47	8,86	8,43	7,39	7,18	-0,21	-1,29	6,19	-0,16	-1,47	12,92	-0,96	-3,75
Gazzetta dello sport (La) (*)	6,63	4,36	5,52	5,80	5,81	+0,02	-0,82	6,59	+0,12	-0,39	1,35	-0,26	-1,82
Stampa (La)	5,52	5,46	5,42	5,26	5,08	-0,18	-0,44	5,15	-0,17	-0,50	4,64	-0,22	+0,47
Sole 24 Ore (Il)	4,95	4,94	4,67	4,76	4,68	-0,08	-0,27	3,25	-0,18	-0,15	12,95	-0,12	-7,61
Avvenire	4,02	4,14	4,12	3,98	4,35	+0,38	+0,33	4,86	+0,45	+0,48	1,43	+0,20	+1,01
QN - Il Resto del Carlino	4,04	4,22	4,19	4,16	4,02	-0,14	-0,02	4,63	-0,05	+0,30	0,49	-0,37	-0,59
Messaggero (Il)	3,88	3,46	3,77	3,82	3,88	+0,06	=	3,99	+0,05	-0,05	3,26	+0,20	+0,88
Corriere dello sport (*)	3,08	2,27	2,65	2,74	2,90	0,16	-0,18	3,32	+0,23	-0,02	0,50	-0,06	-0,03
QN - La Nazione	2,90	2,90	2,83	2,72	2,64	-0,08	-0,26	3,04	-0,03	-0,08	0,32	-0,21	-0,38
Gazzettino (Il)	2,27	2,43	2,48	2,54	2,62	+0,08	+0,36	2,54	+0,08	+0,30	3,11	+0,06	+0,57
Fatto quotidiano (Il)	1,65	2,53	2,54	2,53	2,35	-0,18	+0,70	1,58	+0,03	+0,35	6,83	-1,82	+0,91
Giornale (Il)	2,13	2,54	2,12	2,00	2,02	+0,03	-0,11	2,26	+0,04	-0,01	0,67	+0,04	-0,03

(*) – include edizione del lunedì

Fonte: elaborazioni Autorità su dati ADS

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

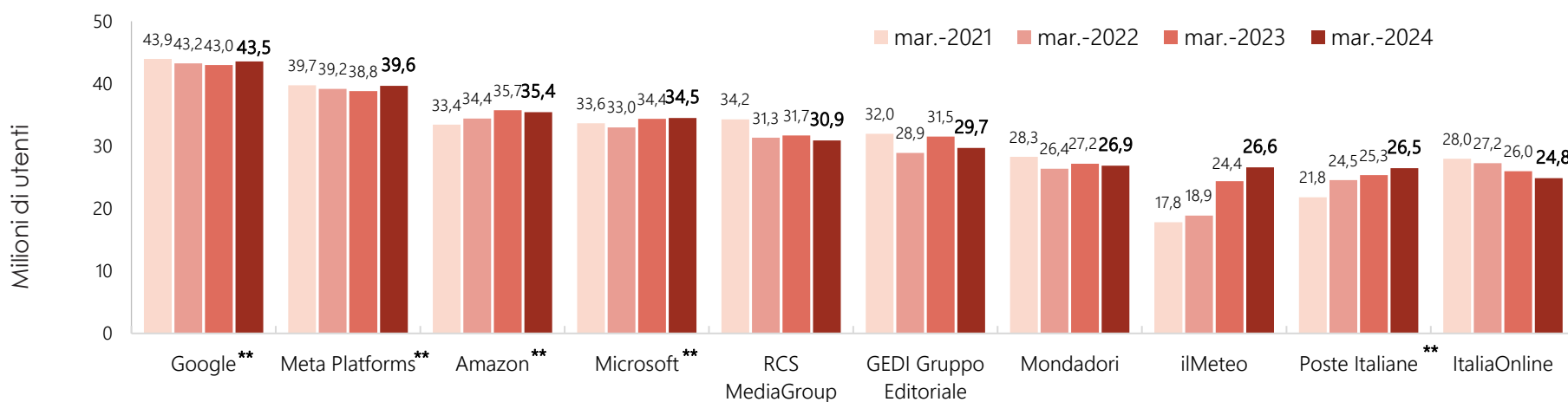
MILIONI DI UTENTI UNICI MENSILI (Marzo 2021 – Marzo 2024)



44 milioni e 418 mila utenti unici si sono collegati a internet nel mese di marzo 2024 (+**660** mila utenti rispetto a marzo 2023)

Oltre **73** ore e **35** minuti complessive trascorse, in media, da ciascun utente navigando su internet nel mese di marzo 2024

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.

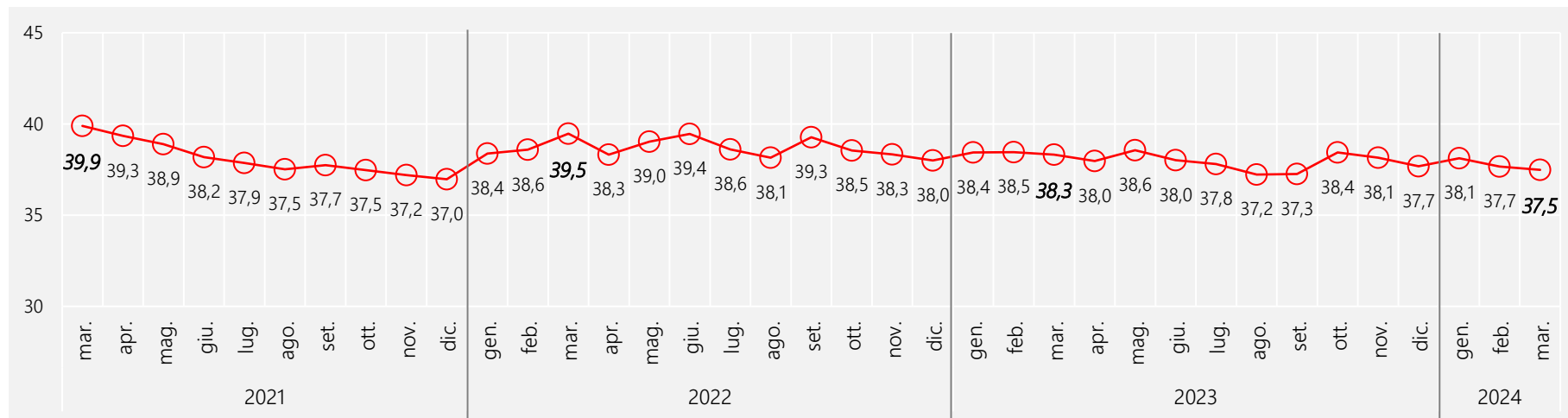
* Il **Parent** è definito come un gruppo di domini e di URL che sono di proprietà di una specifica società, delle sue sussidiarie o unità operative. Inoltre, un Parent può essere anche rappresentato da un'organizzazione, ente governativo, gruppo privato, società o altra istituzione, che ha partecipazioni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

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

Fonte: elaborazioni Autorità su dati Audicom – sistema Audiweb

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

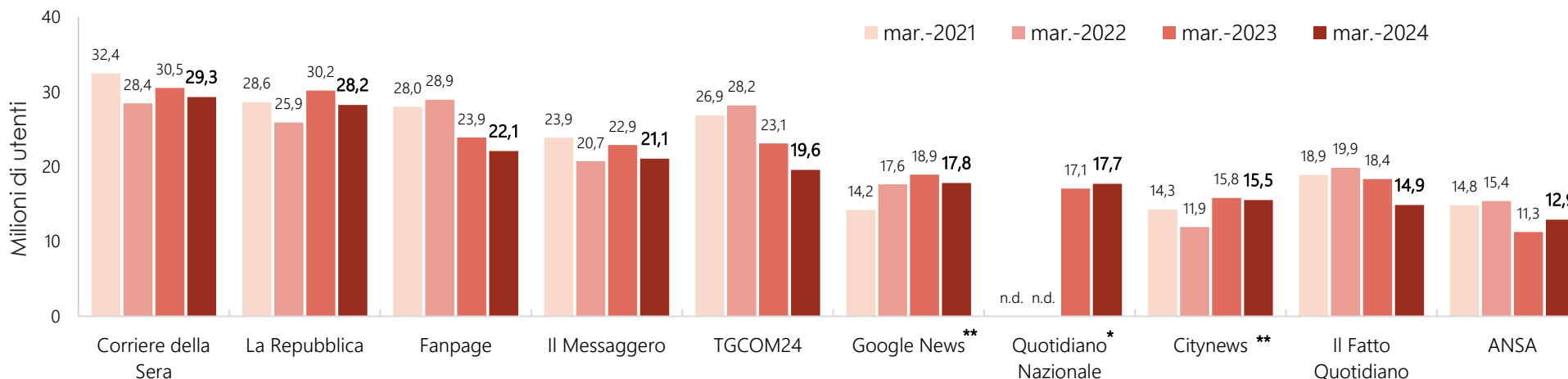
MILIONI DI UTENTI UNICI MENSILI (Marzo 2021 – Marzo 2024)



37 milioni e 487 mila di utenti unici si sono collegati a siti/APP di informazione generalista nel mese di marzo 2024 (oltre **830 mila** utenti in meno rispetto a marzo 2023)

Poco più di **1 ora e 3 minuti** trascorsi, in media, da ciascun utente navigando su siti/APP di informazione generalista nel mese di marzo 2024

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.

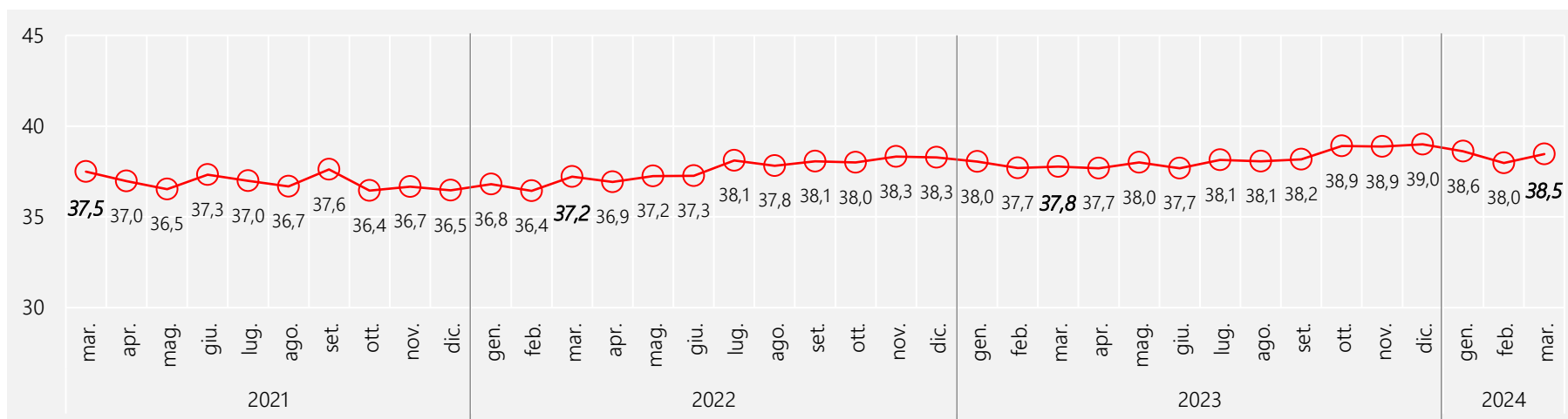
* Nota: a partire da aprile 2022 il gruppo Monrif è entrato nel sistema di rilevazione Audiweb. Ciò ha comportato una modifica del perimetro di classificazione e della modalità di rilevazione che – oltre ad *Audiweb Panel* – utilizza ora anche la componente censuaria, *Audiweb Census*. Per questa ragione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

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

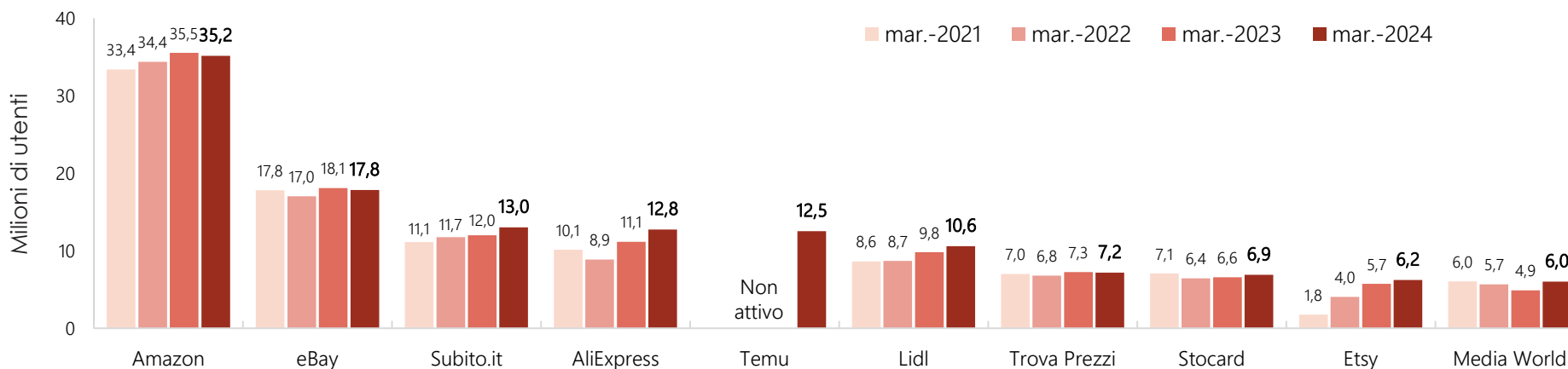
MILIONI DI UTENTI UNICI MENSILI (Marzo 2021 – Marzo 2024)



38 milioni e 454 mila utenti unici si sono collegati a siti/APP di e-commerce nel mese di marzo 2024 (+693 mila utenti rispetto a marzo 2023)

2 ore e 52 minuti, in media, trascorse da ciascun utente navigando su siti/APP di e-commerce nel mese di marzo 2024

UTENTI UNICI MENSILI DEI PRINCIPALI SITI*



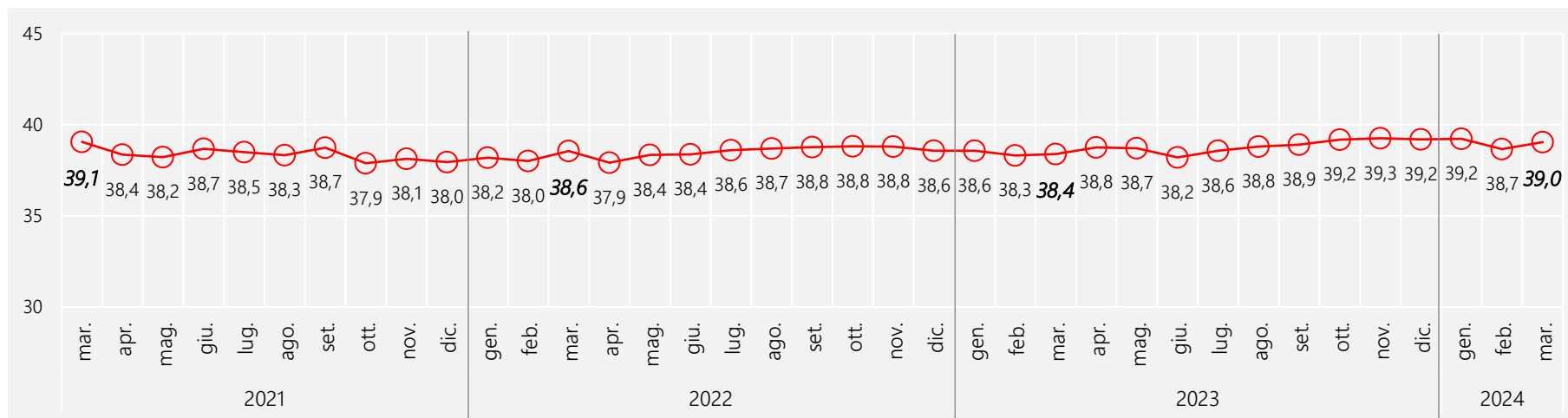
Utenti unici: numero di utenti/persone diverse che hanno visitato qualsiasi contenuto di un sito Web, una categoria, un canale o un'applicazione durante il periodo di riferimento.

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

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

2.14 PIATTAFORME: UTENTI UNICI DEI SITI/APP DI SOCIAL NETWORK

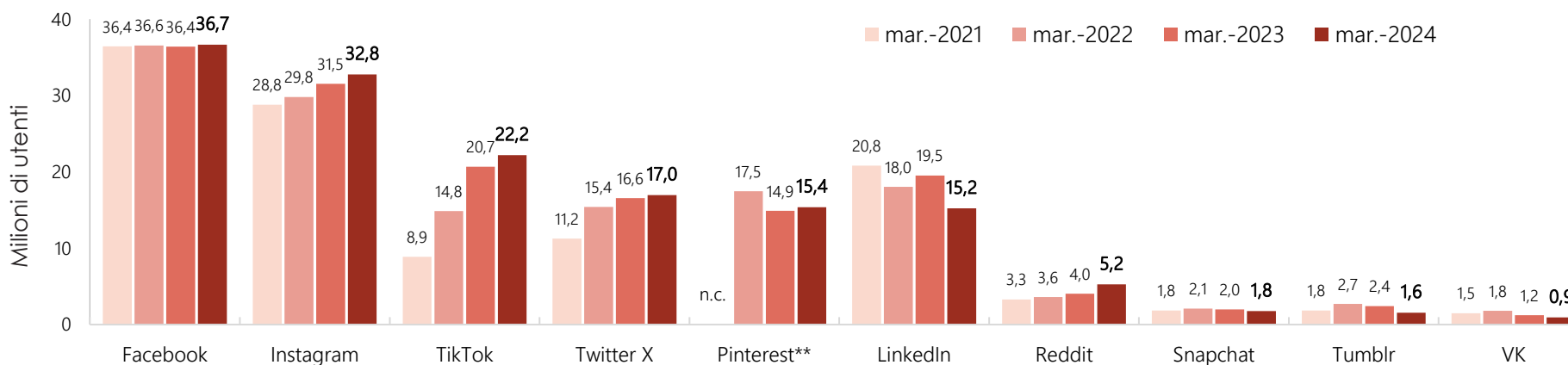
MILIONI DI UTENTI UNICI MENSILI (Marzo 2021 – Marzo 2024)



39 milioni e 37 mila utenti unici si sono collegati a siti/APP di portali e *communities* che mostrano prevalentemente contenuti dei propri membri, fra cui i social network, nel mese di marzo 2024 (+644 mila utenti rispetto a marzo 2023)

24 ore e 21 minuti, in media, trascorse da ciascun utente navigando su tali siti/nel mese di marzo 2024

UTENTI UNICI MENSILI DEI PRINCIPALI SITI*



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

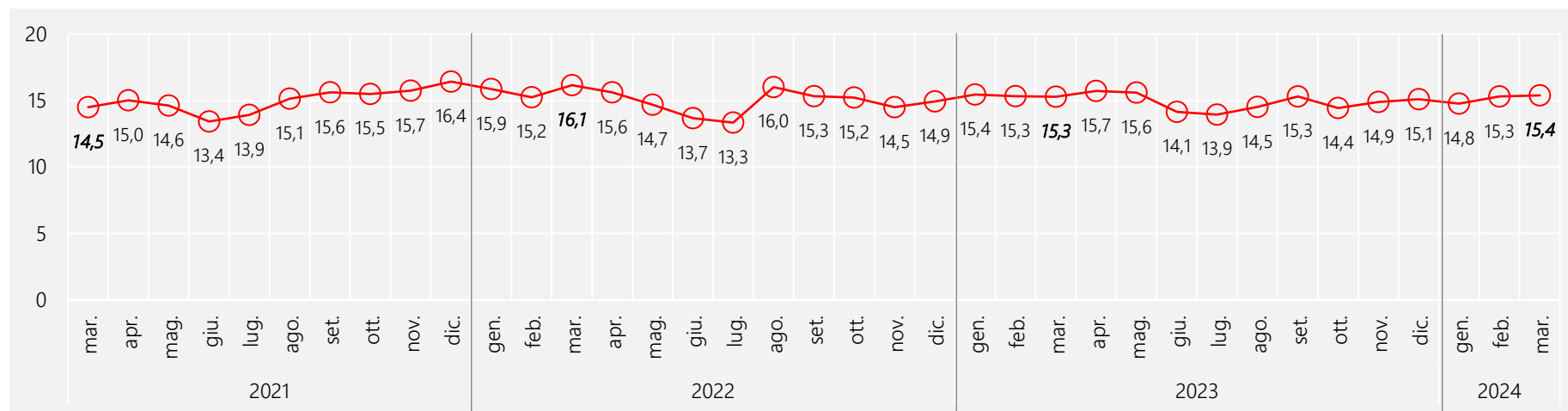
* Nota: nel grafico si riportano gli utenti unici dei primi 10 Brand che appartengono alla sub-categoria "Member Communities" ed offrono servizi di Social Networking in Italia.

** Nota: in conseguenza di attività tese a migliorare l'accuratezza della rilevazione del Brand, i dati a partire da gennaio 2022 non sono confrontabili (n.c.) con quelli degli anni precedenti; gli esiti di tale attività non possono essere isolati da eventuali effetti stagionali.

Fonte: elaborazioni Autorità su dati Audicom – sistema Audiweb
(Valori riferiti alla sub-categoria: «Member Communities»)

2.15 PIATTAFORME: UTENTI UNICI DEI SITI/APP DI SERVIZI VOD A PAGAMENTO

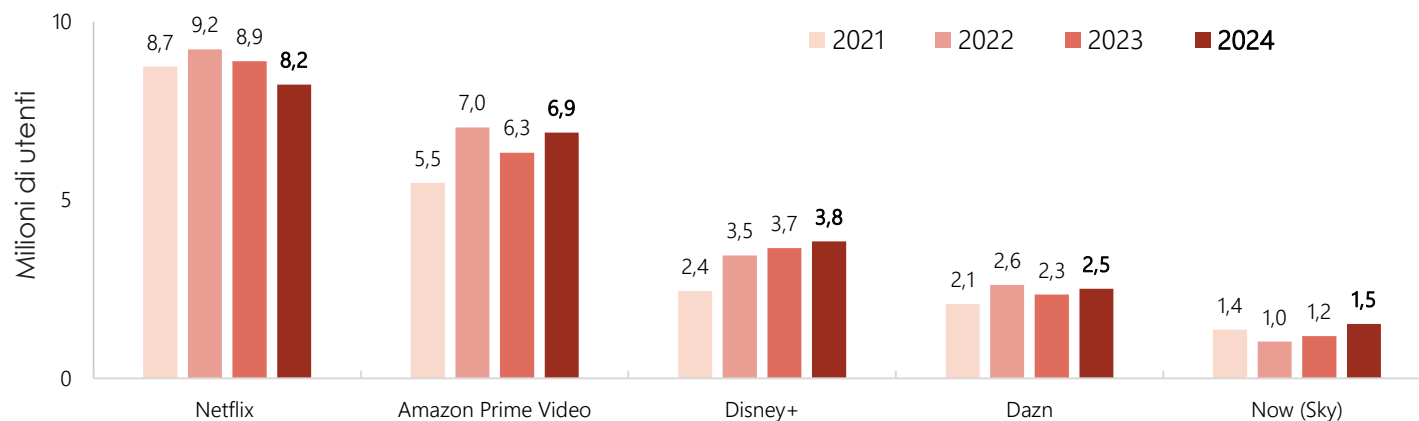
MILIONI DI UTENTI UNICI MENSILI (Marzo 2021 – Marzo 2024)



15 milioni e 388 mila utenti unici si sono collegati a siti/APP di video on demand nel mese di marzo 2024 (**113 mila** soggetti in più rispetto a marzo 2023)

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 i principali operatori per utenti unici medi

Fonte: elaborazioni Autorità su dati Comscore

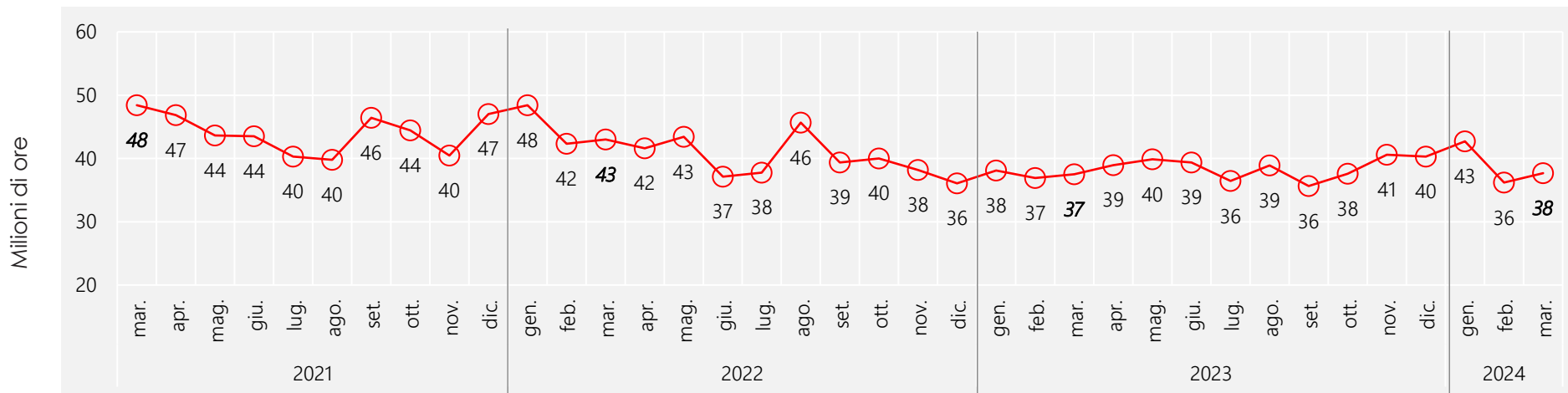
Nel grafico si riportano gli utenti unici della categoria costituita dai principali operatori che offrono in Italia servizi di video on demand a pagamento, in particolare: Alphabet/Google (Google Play Movies & TV); Amazon (Primevideo.com set. 20 - lug. 23; Amazon Streaming da ago. 23); Apple (Apple TV); Chili (CHILI.COM); Comcast/Sky (NOWTV.IT); Dazn (DAZN.COM); Netflix (Netflix Inc.); Rakuten Group (RAKUTEN.TV); The Walt Disney (Disney Digital); TIM (TIMVISION.IT).

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

A partire da Agosto 2022 i dati di Dazn sono rilevati da Auditel ai sensi di quanto stabilito da AGCOM con la delibera n. 18/22/CONS recante «Chiusura dell'istruttoria avviata nei confronti della società DAZN avente ad oggetto la verifica della metodologia di rilevazione degli ascolti»

2.16 PIATTAFORME: TEMPO SPESO SUI SITI/APP DI SERVIZI VOD A PAGAMENTO

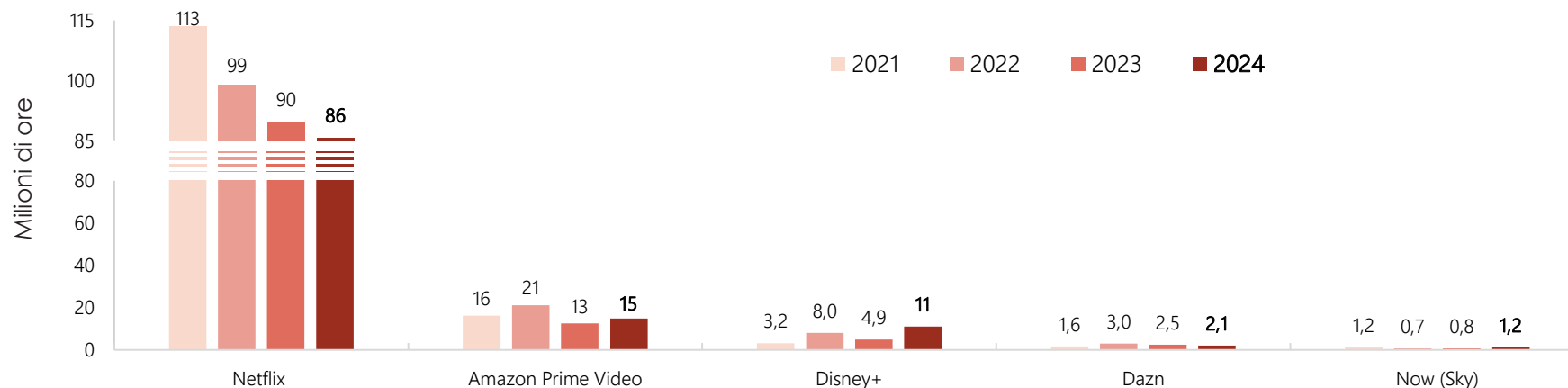
ORE COMPLESSIVE DI NAVIGAZIONE (in milioni) (Marzo 2021 – Marzo 2024)



A marzo 2024, il tempo trascorso sui siti/APP di servizi video on demand a pagamento è di circa **38 milioni di ore**

Il tempo trascorso in media da ciascun visitatore nel mese di marzo 2024 è pari a **2 ore e 26 minuti**

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



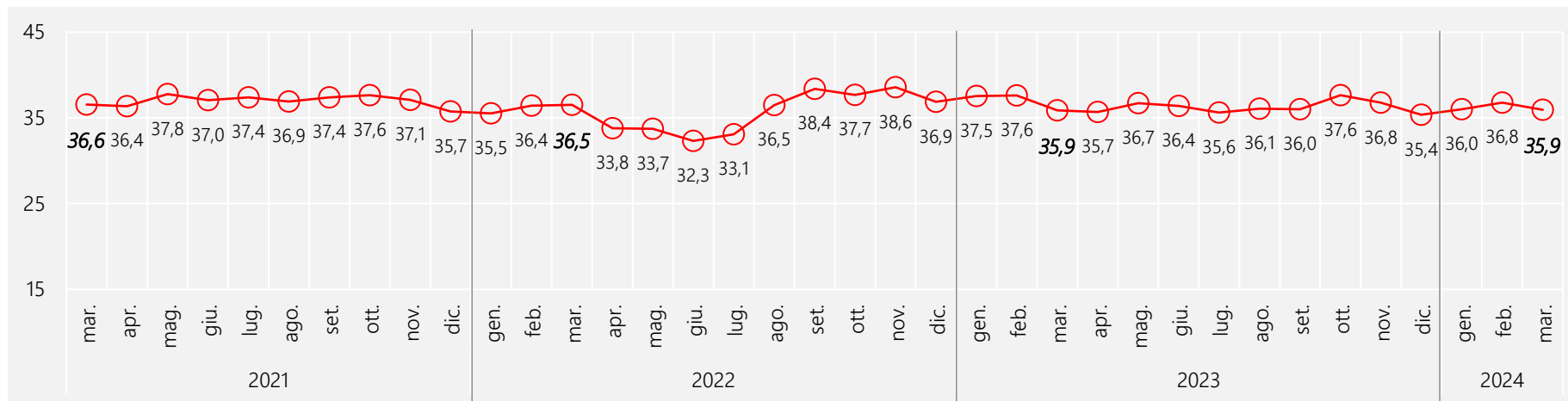
Fonte: elaborazioni Autorità su dati Comscore
 Nel grafico si riportano gli utenti unici della categoria costituita dai principali operatori che offrono in Italia servizi di video on demand a pagamento, in particolare: Alphabet/Google (Google Play Movies & TV); Amazon (Primevideo.com set. 20 - lug. 23; Amazon Streaming da ago. 23); Apple (Apple TV); Chili (CHILI.COM); Comcast/Sky (NOWTV.IT); Dazn (DAZN.COM); Netflix (Netflix Inc.); Rakuten Group (RAKUTEN.TV); The Walt Disney (Disney Digital); TIM (TIMVISION.IT).

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

* Nota: sono rappresentate le ore complessive dei primi 5 operatori per utenti unici (slide 2.15)

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

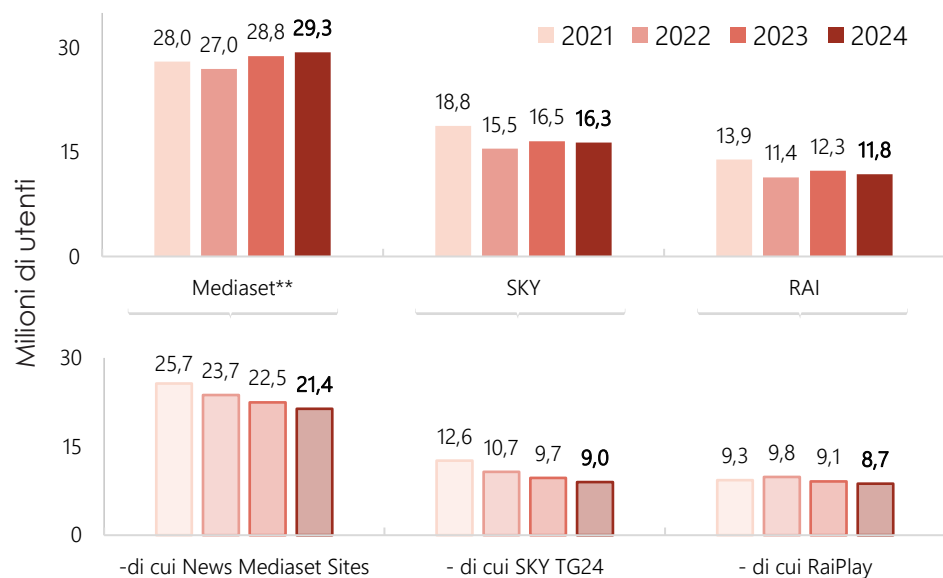
MILIONI DI UTENTI UNICI MENSILI (Marzo 2021 – Marzo 2024)



Quasi **36** milioni di utenti unici si sono collegati a siti/APP di video on demand gratuiti nel mese di marzo 2024 (in lieve crescita rispetto a marzo 2023)

Nel grafico si riportano gli utenti unici della categoria costituita dai principali operatori che offrono in Italia servizi di video on demand prevalentemente gratuiti: MFE/Mediaset (Mediaset Infinity Sites e TGC0M 24 Sites gen. 20 - apr. 22; Mediaset.it Sites da mag. 22); Rai (RaiPlay; Rai News, Rai Sport); Warner Bros. Discovery (Discovery Inc. set. 20 - mag. 23; Warner Bros. Discovery da giu.23); Comcast/Sky (Sky Free ToAir; Sky sport; Sky TG24, Sky Entertainment); Cairo Communication/La 7 (La7); Paramount Global/Viacom (Nickelodeon Kids and Family; MTV Italy); Rakuten Group (VIKI.COM); De Agostini (DEABYDAY.TV; DEAKIDS.IT); Mperience (VVVVVID.IT); A+E Television Networks Italy (A+E Networks Digital); Italia Sport Communication (SPORTITALIA.COM); Rete Blu (TV2000.IT); Delta Pictures (POPCORNTV.IT); Fascino PGT (WITTYTV.IT).

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



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

** Gli utenti unici per MFE/Mediaset sono quelli relativi ai siti/App della componente Mediaset.it Sites in ragione di scelte editoriali da parte dell'operatore che non consentono di scorporare il traffico dei servizi VOD a pagamento inclusa in Mediaset Infinity Sites. Questa componente da inizio anno ammonta in media a circa 16 milioni e 438 mila utenti unici.

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

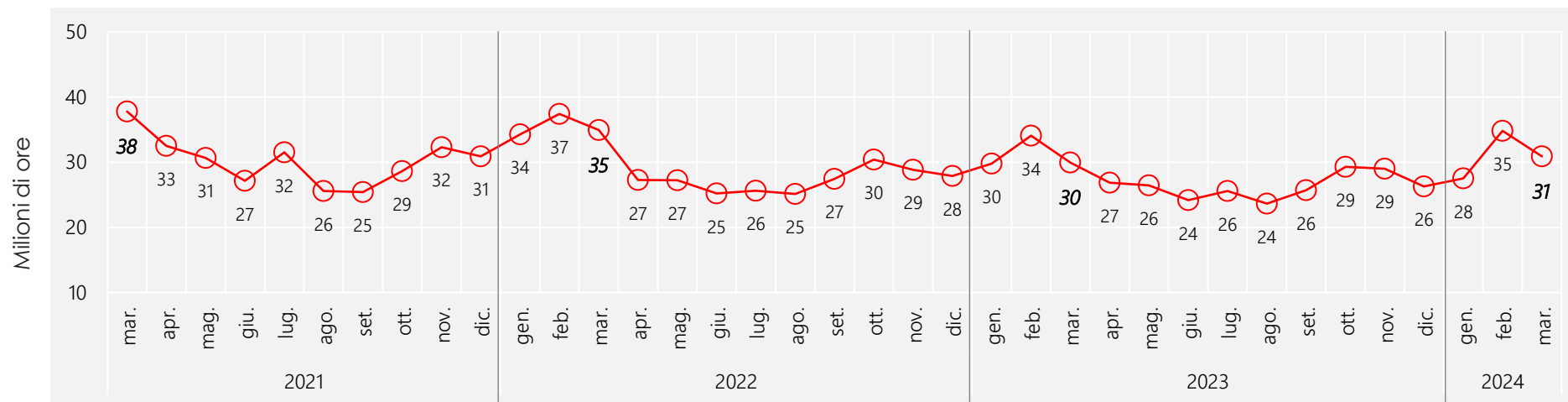
Nel leggere la serie storica occorre considerare che non è più presente il tag in pagina sul sito di RaiPlay e di RaiNews, rispettivamente da febbraio 2021 e da novembre 2021.

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

Fonte: elaborazioni Autorità su dati ComScore

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

ORE COMPLESSIVE DI NAVIGAZIONE (in milioni) (Marzo 2021 – Marzo 2024)

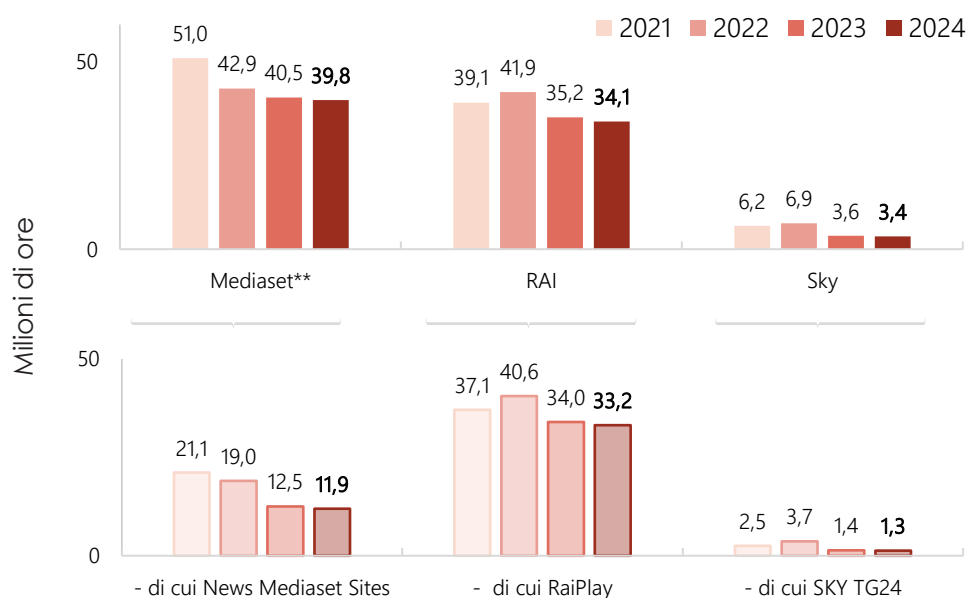


A marzo 2024, il tempo trascorso sui siti/APP di servizi video on demand gratuiti è stato di circa **31 milioni di ore**

Il tempo trascorso in media da ciascun visitatore nel mese di marzo 2024 supera i **51 minuti**

Nel grafico si riportano gli utenti unici della categoria costituita dai principali operatori che offrono in Italia servizi di video on demand prevalentemente gratuiti: MFE/Mediaset (Mediaset Infinity Sites e TGC0M 24 Sites gen.20 - apr.22; Mediaset.it Sites da mag. 22); Rai (RaiPlay; Rai News, Rai Sport); Warner Bros. Discovery (Discovery Inc. set.20 - mag.23; Warner (TBS Entertainment Digital, fino a mag.23, Warner Bros. Discovery da giu.23); Comcast/Sky (Sky Free ToAir; Sky sport; Sky TG24, Sky Entertainment); Cairo Communication/La 7 (La7); Paramount Global/Viacom (Nickelodeon Kids and Family; MTV Italy); Rakuten Group (VIKI.COM); De Agostini (DEABYDAY.TV; DEAKIDS.IT); Mperience (VVVID.IT); A&E Television Networks Italy (A+E Networks Digital); Italia Sport Communication (SPORTITALIA.COM); Rete Blu (TV2000.IT); Delta Pictures (POPCORNTV.IT); Fascino PGT (WITTYTV.IT).

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



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

** Le ore complessive per MFE/Mediaset sono quelle relative ai siti/App della componente Mediaset.it Sites in ragione di scelte editoriali da parte dell'operatore che non consentono di scorporare il traffico dei servizi VOD a pagamento inclusa in Mediaset Infinity Sites. Questa componente da inizio anno ammonta in media a poco meno di 23 milioni di ore.

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

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

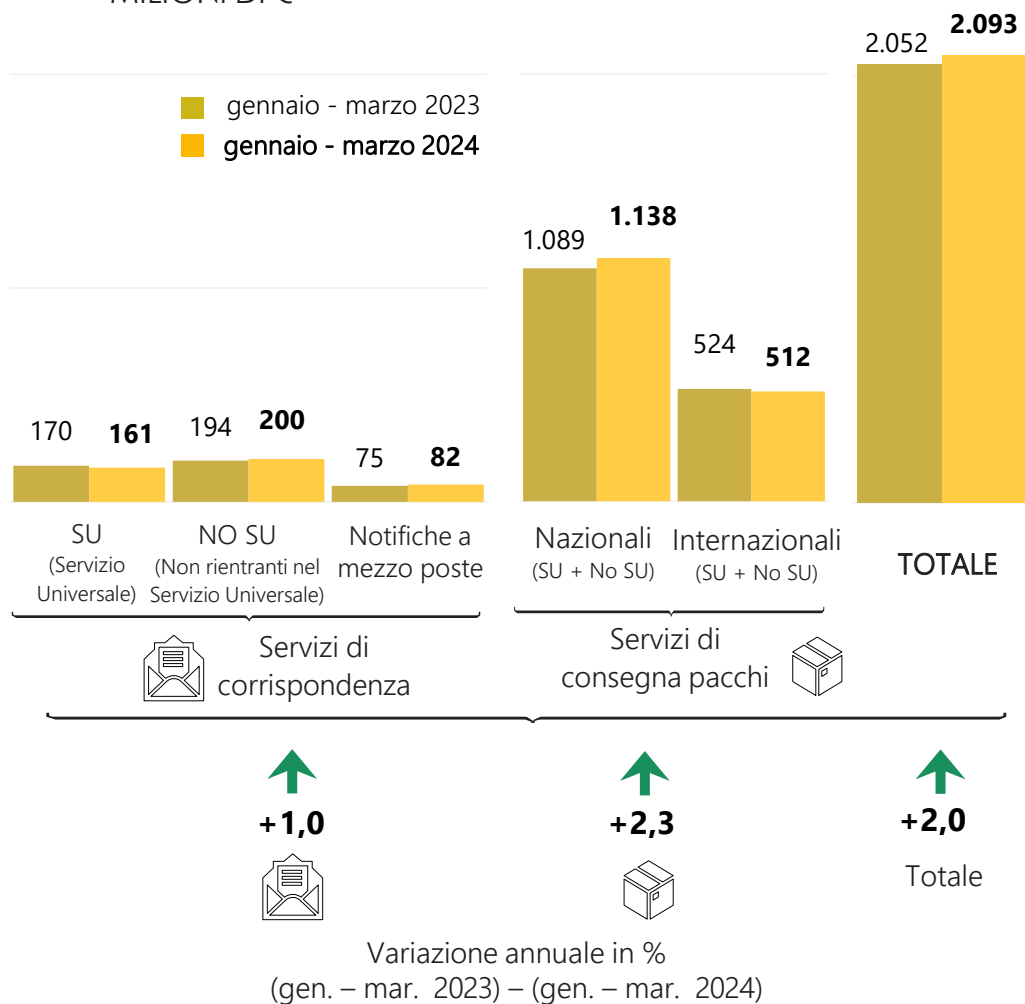
Il dato si riferisce al traffico Desktop e Mobile e non include il traffico da Connected TV.

Fonte: elaborazioni Autorità su dati ComScore

3.1 SERVIZI POSTALI: ANDAMENTO DEI RICAVI

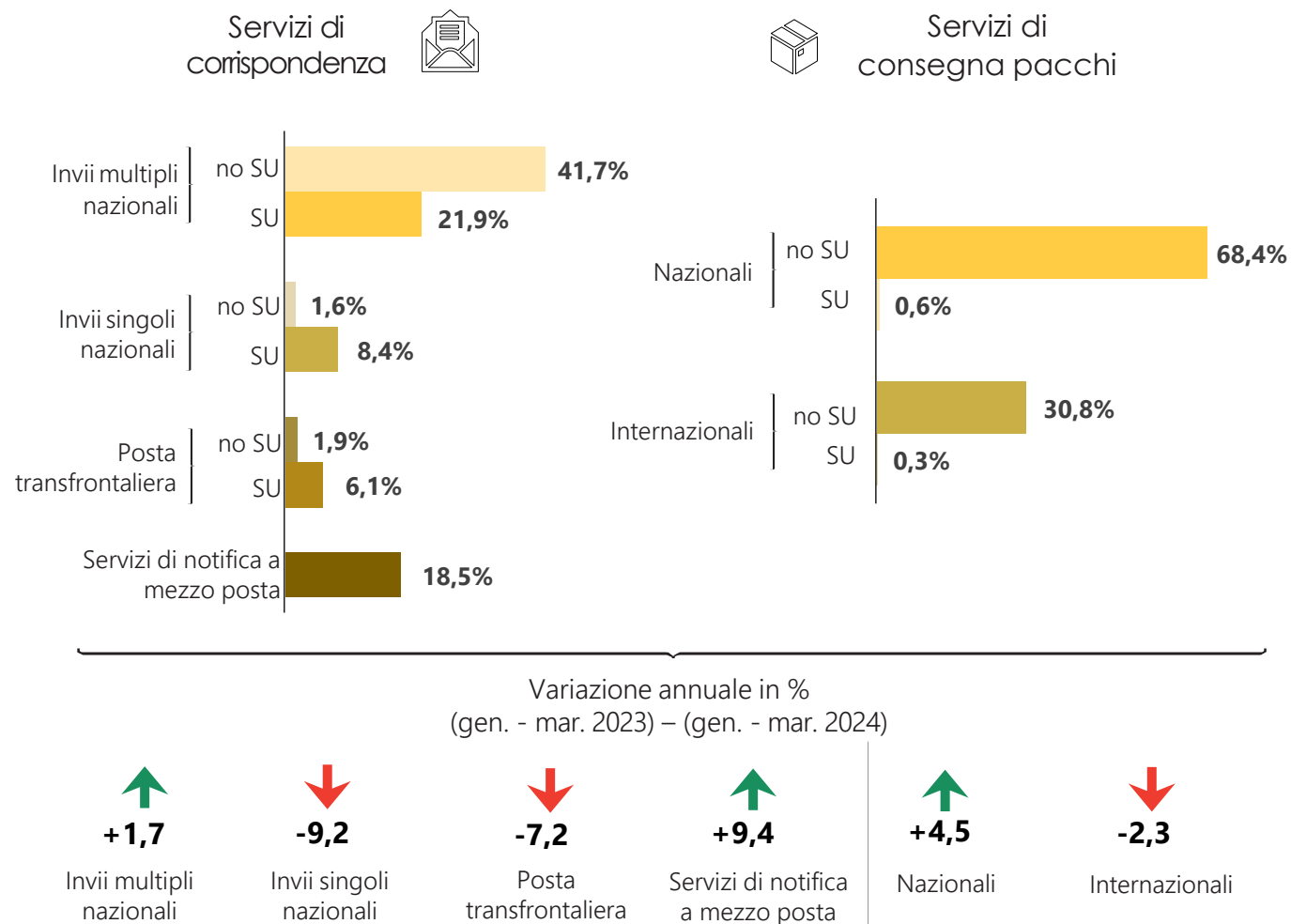
RICAVI CUMULATI DA INIZIO ANNO

MILIONI DI €



RIPARTIZIONE DEI RICAVI DA INIZIO ANNO (%)

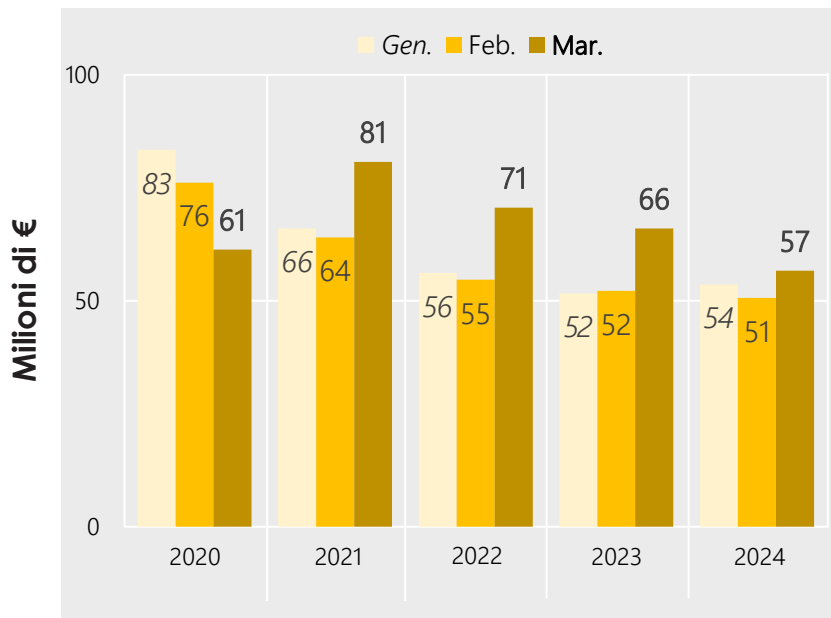
(gennaio - marzo 2024)



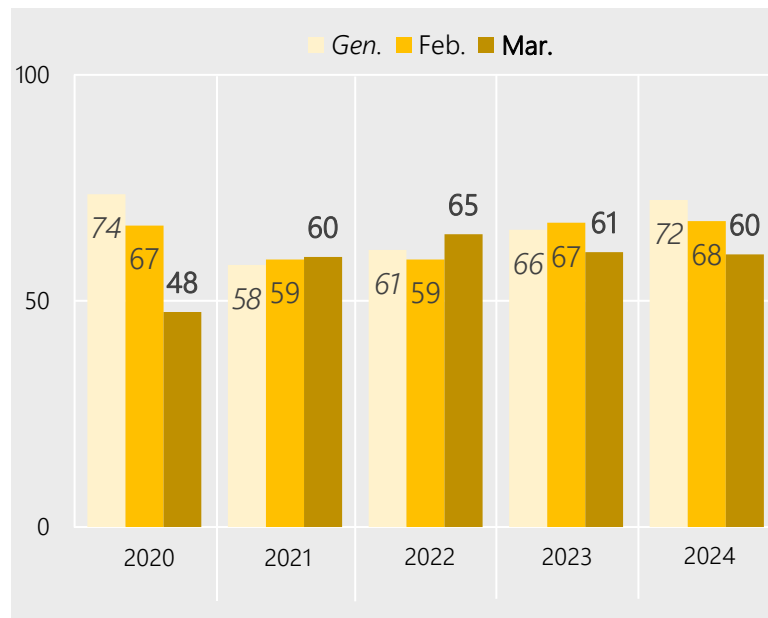
Nota: a seguito di riclassifiche effettuate dalle imprese i valori esposti non sono confrontabili con quanto corrispondentemente illustrato nelle precedenti versioni dell'Osservatorio. I dati esposti fanno riferimento ai seguenti operatori: Amazon Italia Transport S.r.l., BRT S.p.A., DHL Express Italy S.r.l., FedEx Express Italy S.r.l., Fulmine Group S.r.l., GLS Italy S.p.A., Locker Inpost Italia S.r.l., Nexive Group S.r.l., Poste Italiane S.p.A., Sailpost S.p.A., SDA Express Courier S.p.A., TNT Global Express S.r.l. e UPS Italia S.r.l.

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

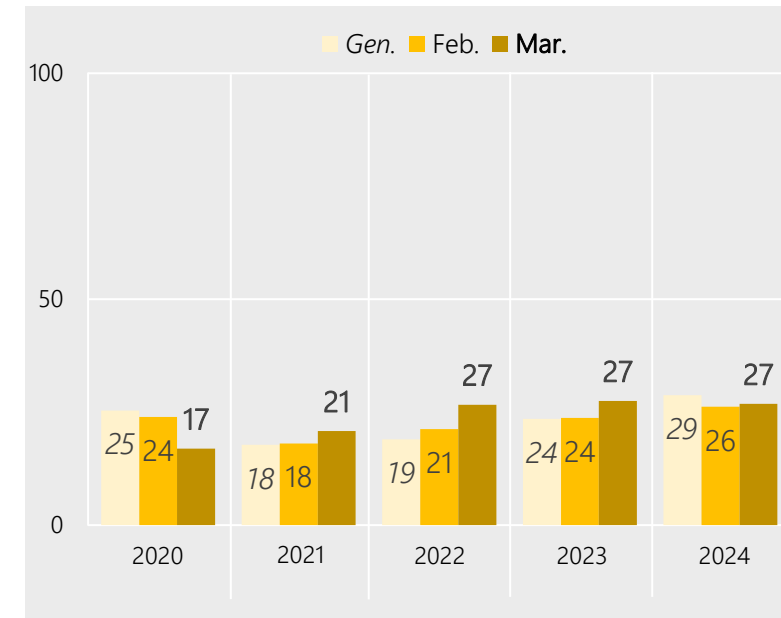
SERVIZIO UNIVERSALE



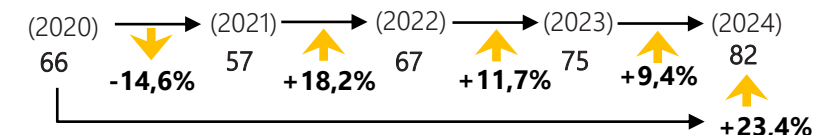
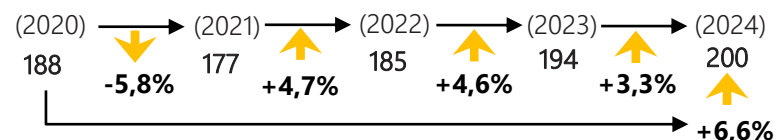
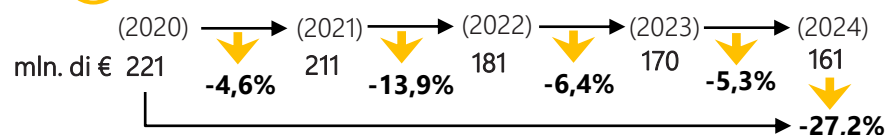
ALTRI SERVIZI (NO SU)



SERVIZI DI NOTIFICHE



1 Valori cumulati da inizio anno (gen. - mar.)



2 Confronto valori mensili (variazioni %)

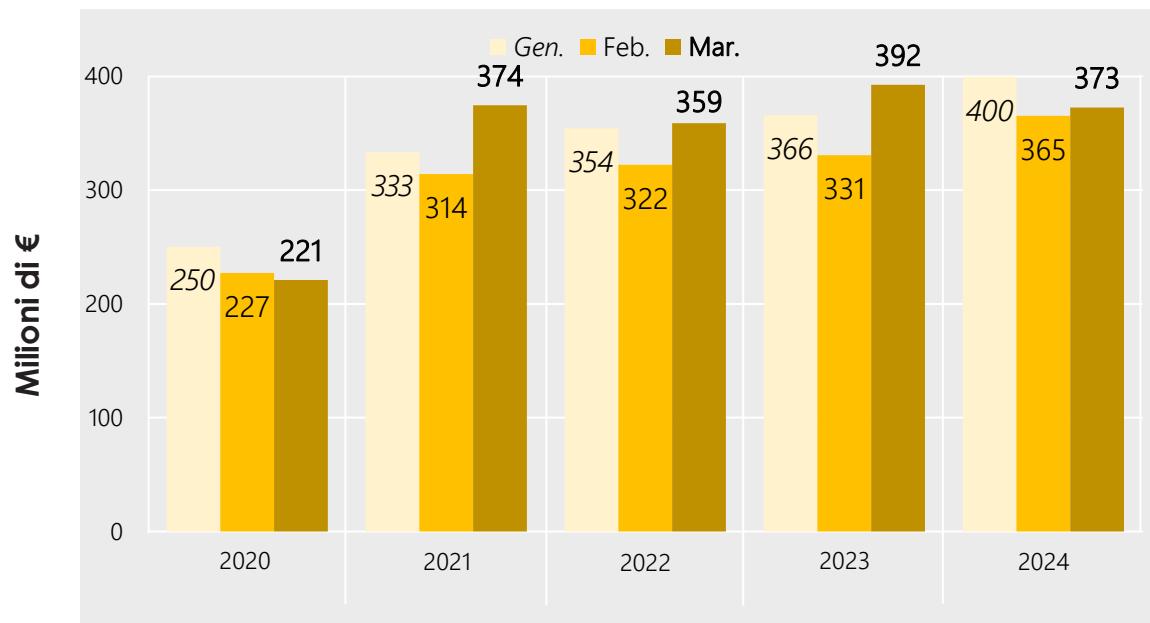
	Annuale				Di periodo 2020/2024
	2020/2021	2021/2022	2022/2023	2023/2024	
Gennaio	-20,9	-14,9	-8,0	+3,8	-35,7
Febbraio	-16,0	-14,6	-4,5	-3,0	-33,5
Marzo	+31,7	-12,6	-6,5	-14,2	-7,7

	Annuale				Di periodo 2020/2024
	2020/2021	2021/2022	2022/2023	2023/2024	
Gennaio	-21,2	+5,7	+7,3	+10,0	-1,8
Febbraio	-11,2	=	+13,7	+0,5	+1,5
Marzo	+25,7	+8,4	-6,1	-0,8	+26,8

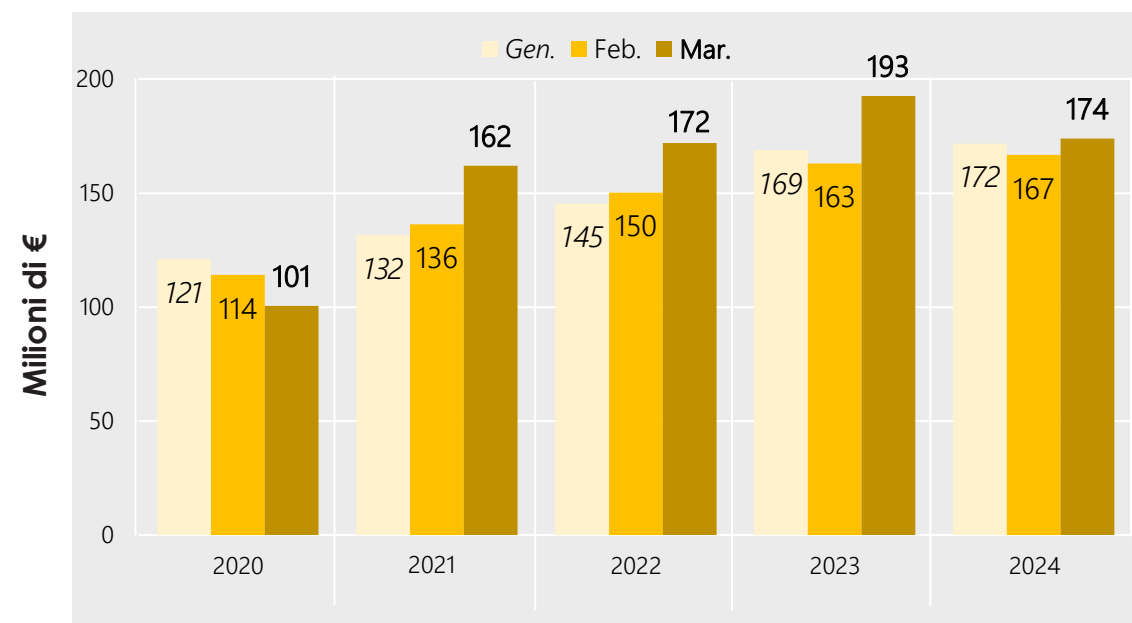
	Annuale				Di periodo 2020/2024
	2020/2021	2021/2022	2022/2023	2023/2024	
Gennaio	-29,9	+6,9	+23,9	+22,3	+13,4
Febbraio	-24,7	+17,7	+11,7	+10,3	+9,2
Marzo	+22,8	+28,2	+3,1	-2,4	+58,4

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

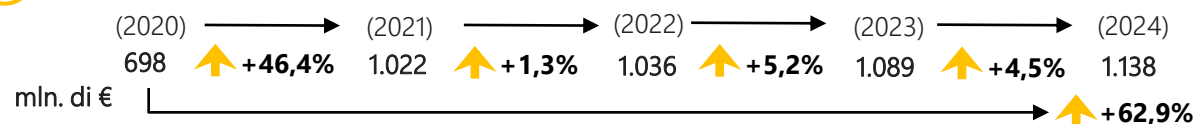
NAZIONALI



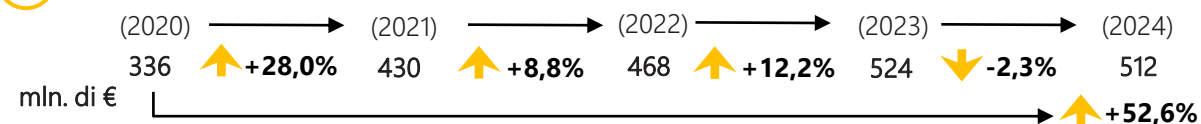
INTERNAZIONALI



1 Valori cumulati da inizio anno (gen. - mar.)



1 Valori cumulati da inizio anno (gen. - mar.)



2 Confronto valori mensili (variazioni %)

	Annuale				Di periodo 2020/2024
	2020/2021	2021/2022	2022/2023	2023/2024	
Gennaio	+33,2	+6,2	+3,3	+9,2	+59,6
Febbraio	+38,4	+2,6	+2,6	+10,5	+60,9
Marzo	+69,6	-4,1	+9,3	-5,0	+68,8

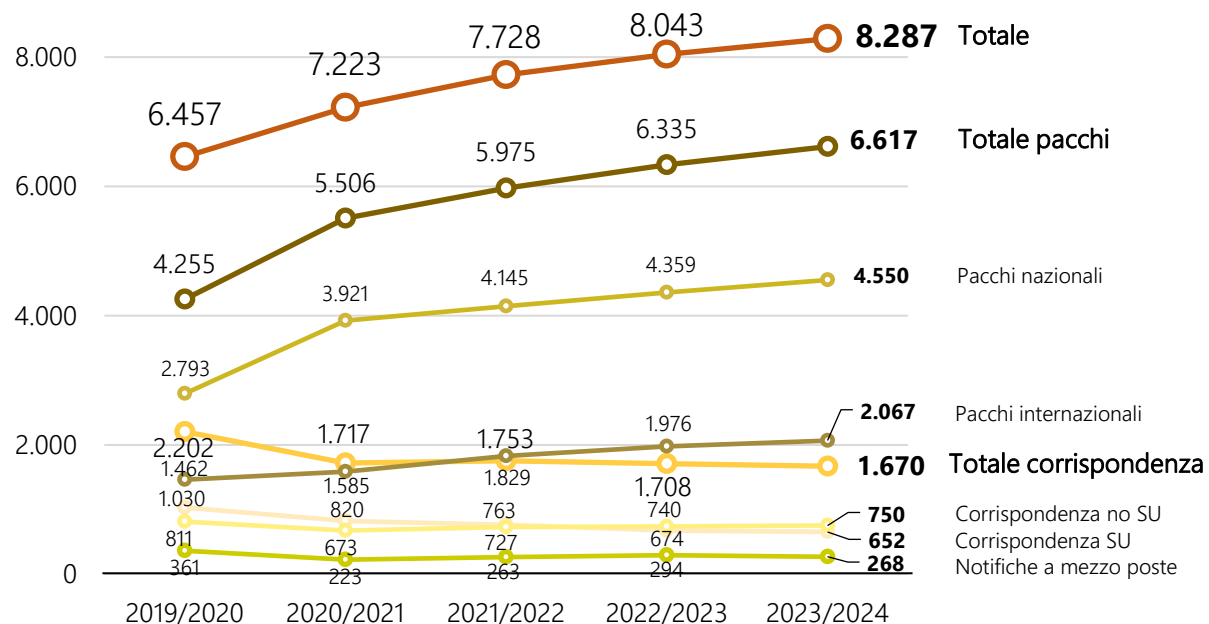
2 Confronto valori mensili (variazioni %)

	Annuale				Di periodo 2020/2024
	2020/2021	2021/2022	2022/2023	2023/2024	
Gennaio	+8,7	+10,5	+16,1	+1,7	+41,8
Febbraio	+19,4	+10,2	+8,5	+2,3	+46,0
Marzo	+61,1	+6,2	+12,0	-9,7	+73,1

3.4 SERVIZI POSTALI: TREND STORICO DEI RICAVI

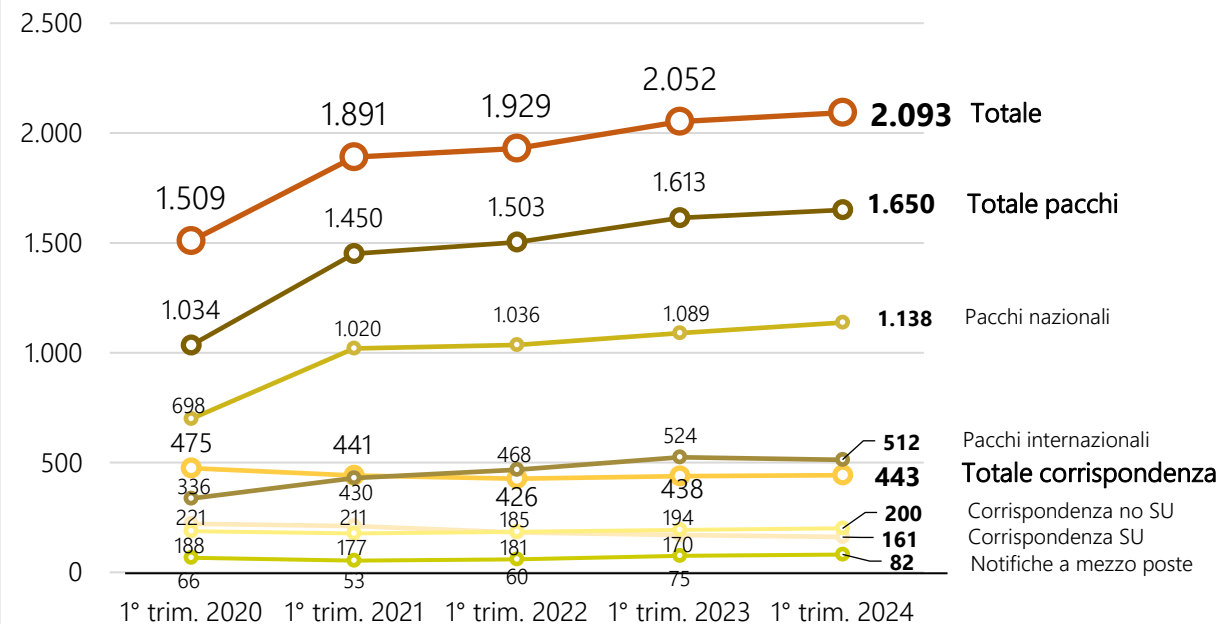
BASE ANNUALE (VALORI CUMULATI 12 MESI)

MILIONI DI €



BASE TRIMESTRALE

MILIONI DI €



Variazione in %

(2019/2020 – 2023/2024)

(2022/2023 – 2023/2024)

Totale:	+28,3	↑	+3,0	↑
Servizi di corrispondenza:	-24,1	↓	-2,2	↓
- Servizio Universale:	-36,7	↓	-3,3	↓
- No Servizio Universale:	-7,5	↓	+1,4	↑
- Notifiche a mezzo poste:	-25,7	↓	-8,7	↓
Servizi di consegna pacchi:	+55,5	↑	+4,4	↑
- Pacchi nazionali:	+62,9	↑	+4,4	↑
- Pacchi internazionali:	+41,4	↑	+4,6	↑

Variazione in %

(1° trim. 2020 – 1° trim 2024)

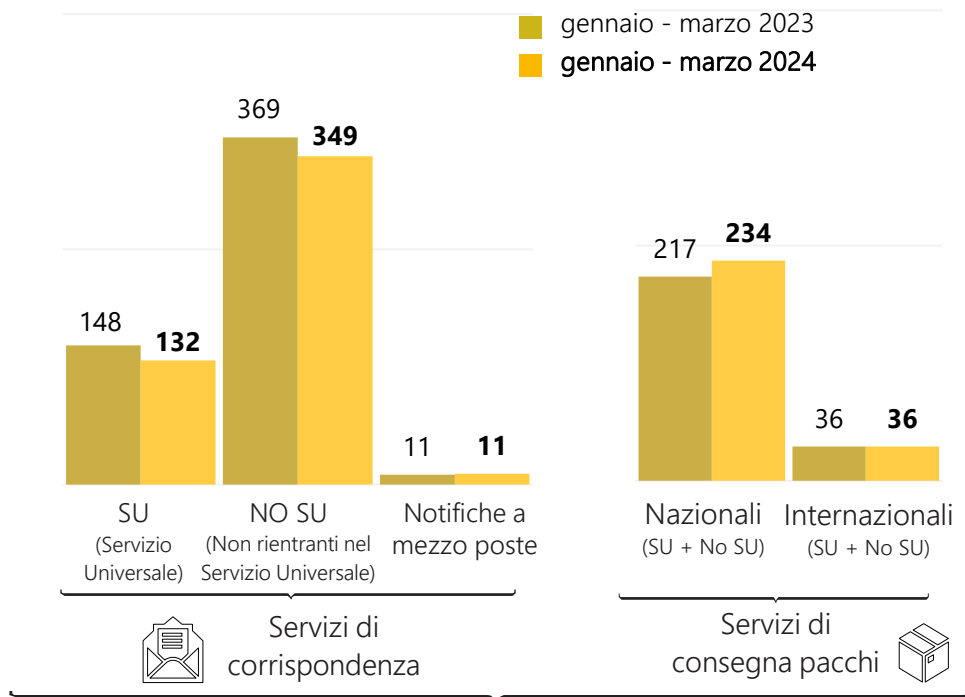
(1° trim 2023 – 1° trim. 2024)

Totale:	+38,7	↑	+2,0	↑
Servizi di corrispondenza:	-6,8	↓	+1,0	↑
- Servizio Universale:	-27,2	↓	-5,3	↓
- No Servizio Universale:	+6,5	↑	+3,3	↑
- Notifiche a mezzo poste:	+23,4	↑	+9,4	↑
Servizi di consegna pacchi:	+59,6	↑	+2,3	↑
- Pacchi nazionali:	+62,9	↑	+4,5	↑
- Pacchi internazionali:	+52,6	↑	-2,3	↓

3.5 SERVIZI POSTALI: ANDAMENTO DEI VOLUMI

VOLUMI COMPLESSIVI DA INIZIO ANNO

MILIONI DI INVII



-6,7



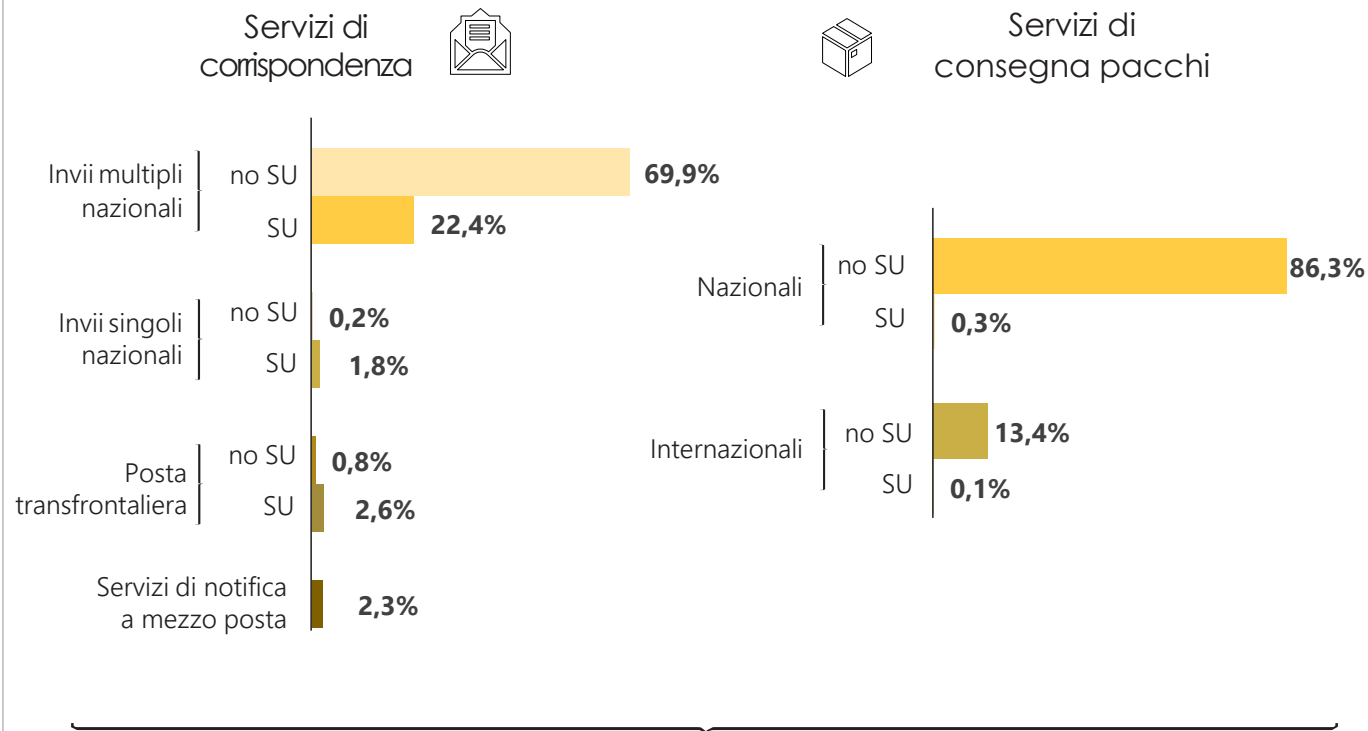
+6,6



Variazione annuale in %
(gen.- mar. 2023) – (gen.- mar. 2024)

RIPARTIZIONE DEI VOLUMI DA INIZIO ANNO (%)

(gennaio - marzo 2024)



Variazione annuale in %
(mar. 2023 – mar. 2024)

-6,8

Invii multipli nazionali

-11,7

Invii singoli nazionali

-10,7

Posta transfrontaliera

+8,0

Servizi di notifica a mezzo posta

+7,8

Nazionali

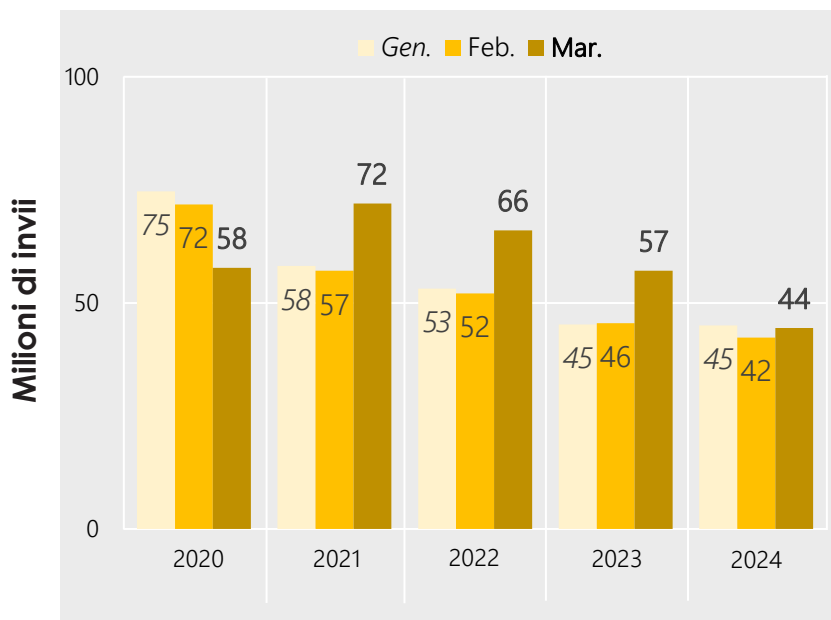
-0,3

Internazionali

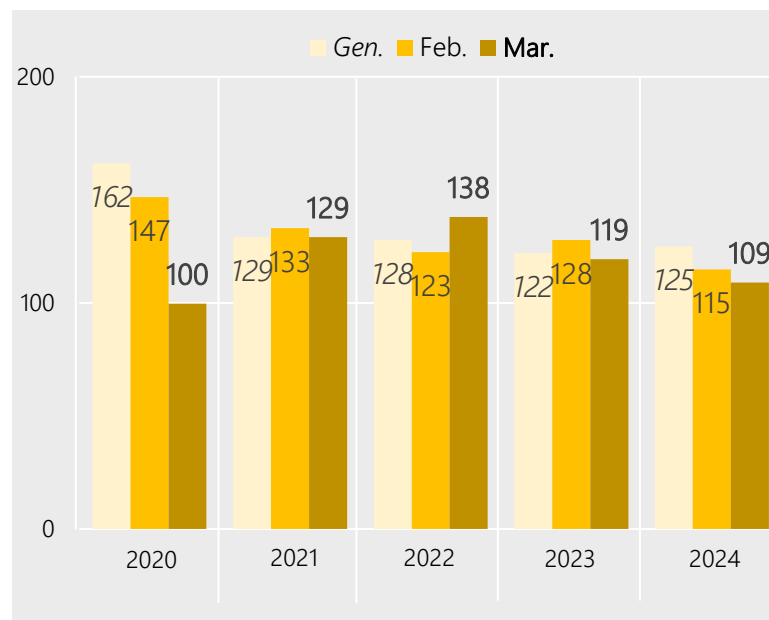
3.6 SERVIZI POSTALI: VOLUMI DA SERVIZI DI CORRISPONDENZA (andamento mensile)



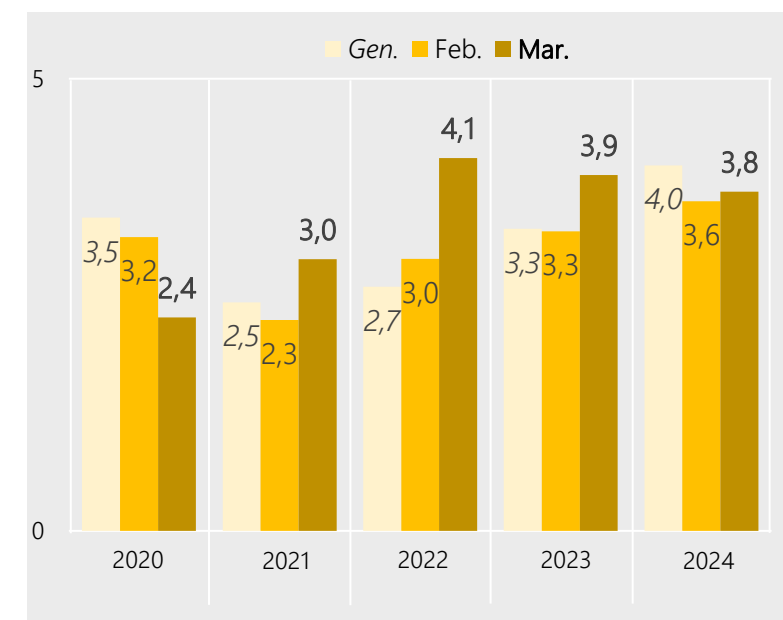
SERVIZIO UNIVERSALE



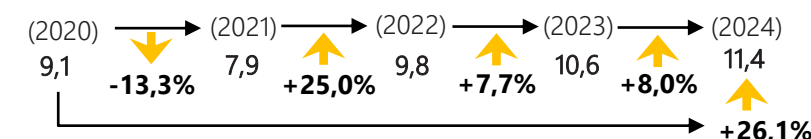
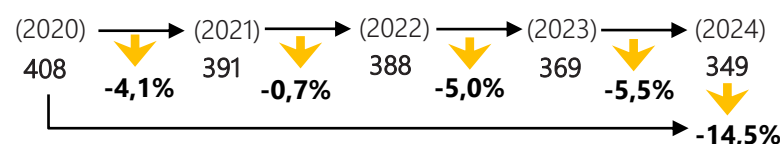
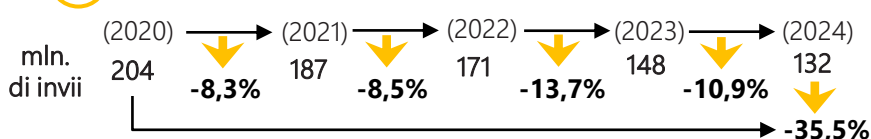
ALTRI SERVIZI (NO SU)



SERVIZI DI NOTIFICHE



1 Valori cumulati da inizio anno (gen. - mar.)



2 Confronto valori mensili (variazioni %)

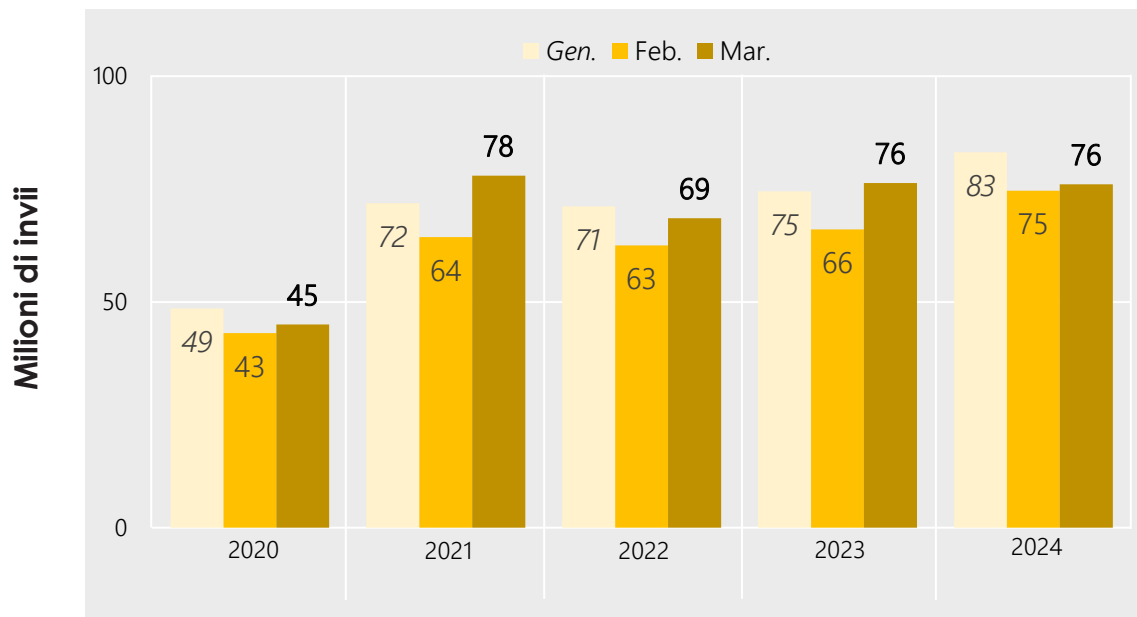
	Annuale				Di periodo 2020/2024
	2020/2021	2021/2022	2022/2023	2023/2024	
Gennaio	-22,1	-8,6	-14,9	-0,5	-39,7
Febbraio	-20,4	-8,8	-12,7	-7,0	-41,0
Marzo	+24,5	-8,2	-13,5	-22,2	-23,1

	Annuale				Di periodo 2020/2024
	2020/2021	2021/2022	2022/2023	2023/2024	
Gennaio	-20,2	-0,9	-4,6	+2,5	-22,6
Febbraio	-9,3	-8,0	+4,3	-10,1	-21,8
Marzo	+29,5	+6,9	-13,5	-8,6	+9,4

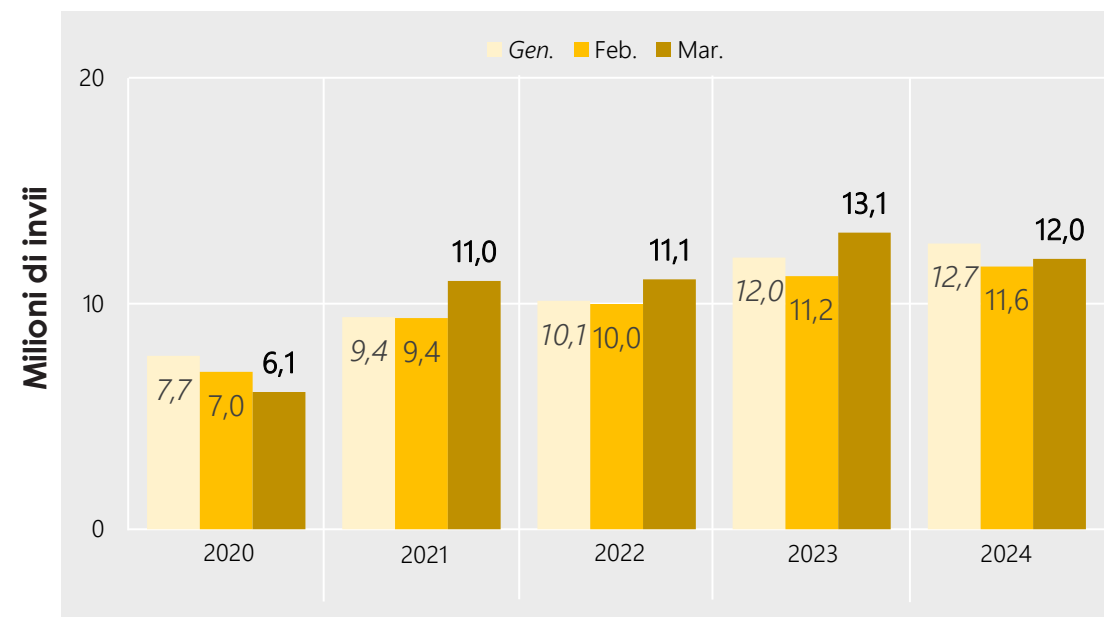
	Annuale				Di periodo 2020/2024
	2020/2021	2021/2022	2022/2023	2023/2024	
Gennaio	-27,0	+6,9	+23,7	+20,9	+16,7
Febbraio	-28,2	+29,0	+10,0	+10,1	+12,1
Marzo	+27,3	+37,2	-4,6	-4,7	+58,9

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

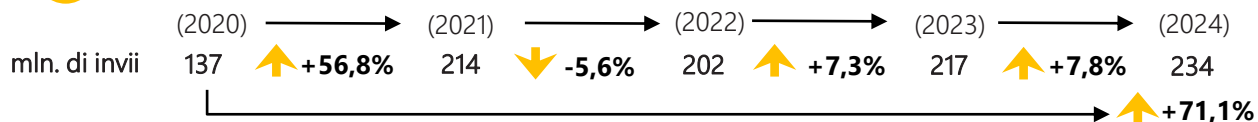
NAZIONALI



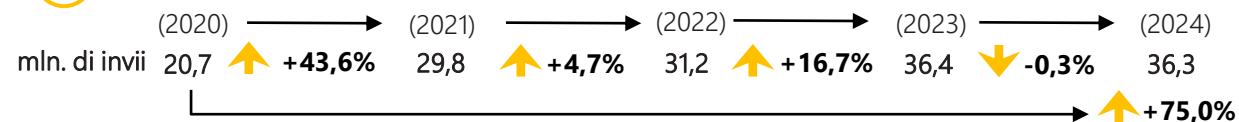
INTERNAZIONALI



1 Valori cumulati da inizio anno (gen. - mar.)



1 Valori cumulati da inizio anno (gen. - mar.)



2 Confronto valori mensili (variazioni %)

	Annuale				Di periodo 2020/2024
	2020/2021	2021/2022	2022/2023	2023/2024	
Gennaio	+48,1	-1,0	+4,8	+11,5	+71,3
Febbraio	+49,3	-2,9	+5,7	+13,1	+73,2
Marzo	+73,4	-12,1	+11,4	-0,4	+69,1

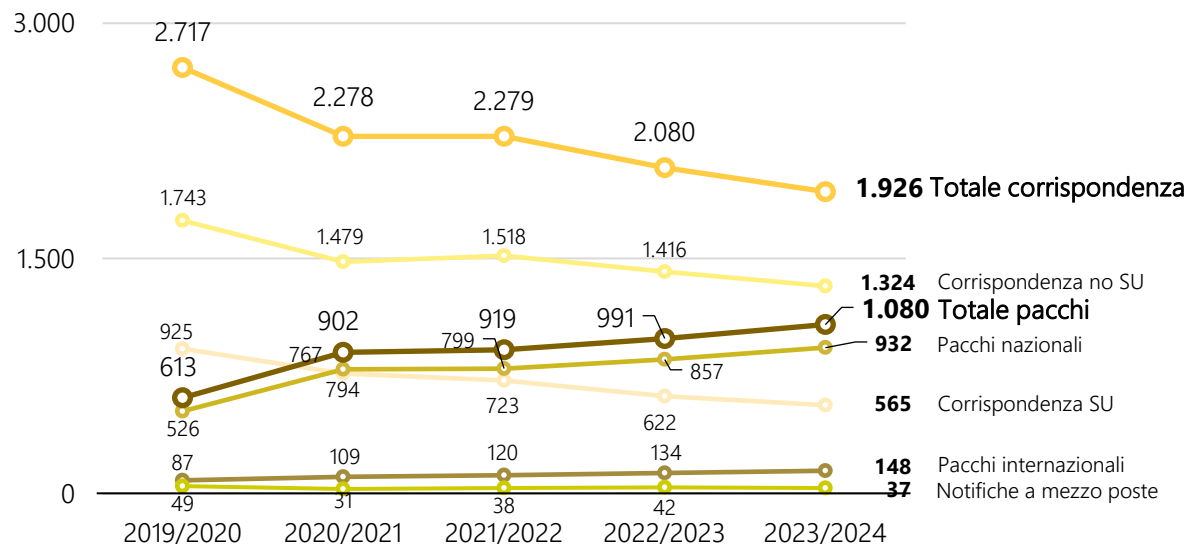
2 Confronto valori mensili (variazioni %)

	Annuale				Di periodo 2020/2024
	2020/2021	2021/2022	2022/2023	2023/2024	
Gennaio	+22,4	+7,6	+18,9	+5,2	+64,7
Febbraio	+34,2	+6,7	+12,3	+3,8	+67,0
Marzo	+81,1	+0,6	+18,7	-8,9	+97,1

3.8 SERVIZI POSTALI: TREND STORICO DEI VOLUMI

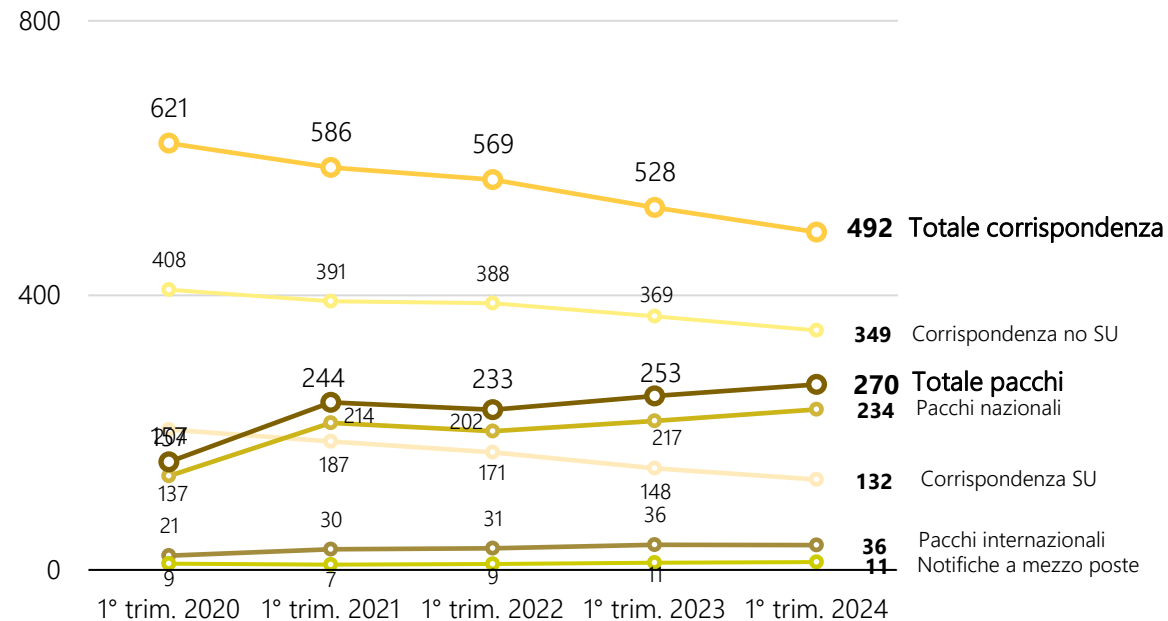
BASE ANNUALE (VALORI CUMULATI 12 MESI)

MILIONI DI INVII



BASE TRIMESTRALE

MILIONI DI INVII



	Variazione in % (2020 – 2024)		Variazione in % (2023 – 2024)	
Servizi di corrispondenza:	-29,1	▼	-7,4	▼
- Servizio Universale:	-39,0	▼	-9,2	▼
- No Servizio Universale:	-24,0	▼	-6,5	▼
- Notifiche a mezzo poste:	-24,4	▼	-11,4	▼
Servizi di consegna pacchi:	+76,2	▲	+9,0	▲
- Pacchi nazionali:	+77,2	▲	+8,8	▲
- Pacchi internazionali:	+70,6	▲	+10,2	▲

	Variazione in % (1° trim. 2020 – 1° trim 2024)		Variazione in % (1° trim. 2023 – 1° trim 2024)	
Servizi di corrispondenza:	-20,8	▼	-6,7	▼
- Servizio Universale:	-35,5	▼	-10,9	▼
- No Servizio Universale:	-14,5	▼	-5,5	▼
- Notifiche a mezzo poste:	+26,1	▲	+8,0	▲
Servizi di consegna pacchi:	+71,6	▲	+6,6	▲
- Pacchi nazionali:	+71,1	▲	+7,8	▲
- Pacchi internazionali:	+75,0	▲	-0,3	▼

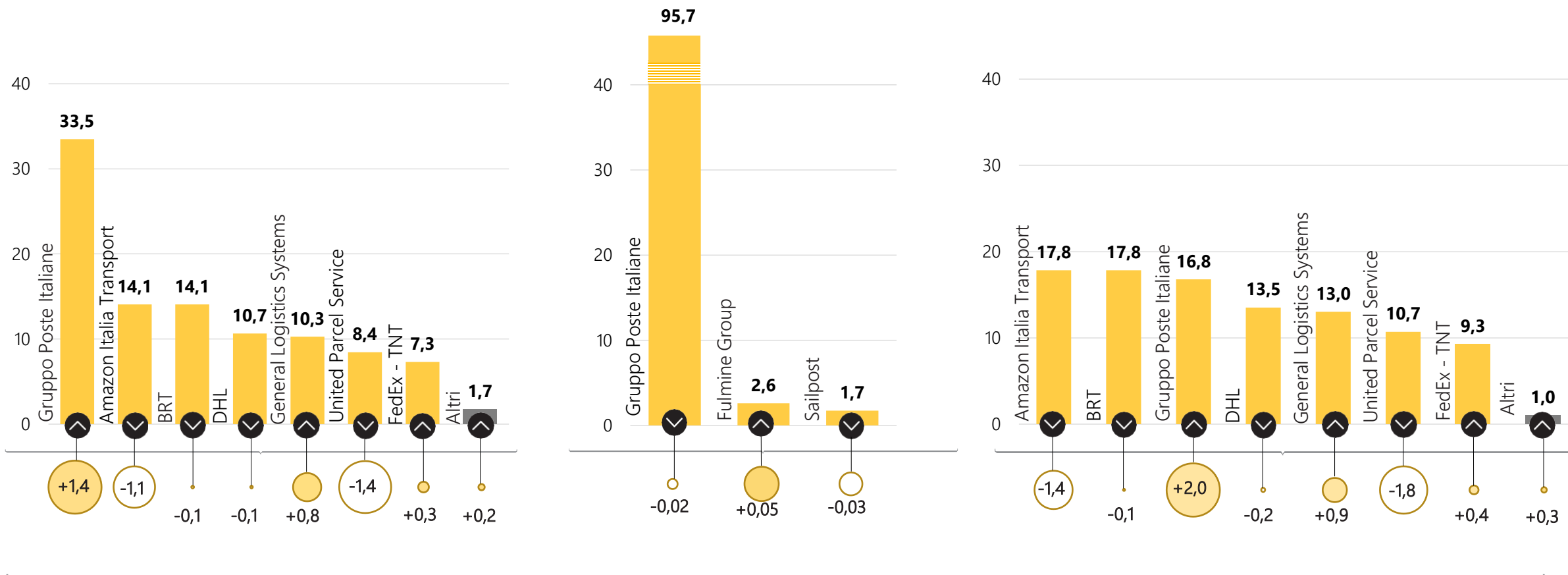
3.9 SERVIZI POSTALI: IL QUADRO CONCORRENZIALE

GENNAIO – MARZO 2024, 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

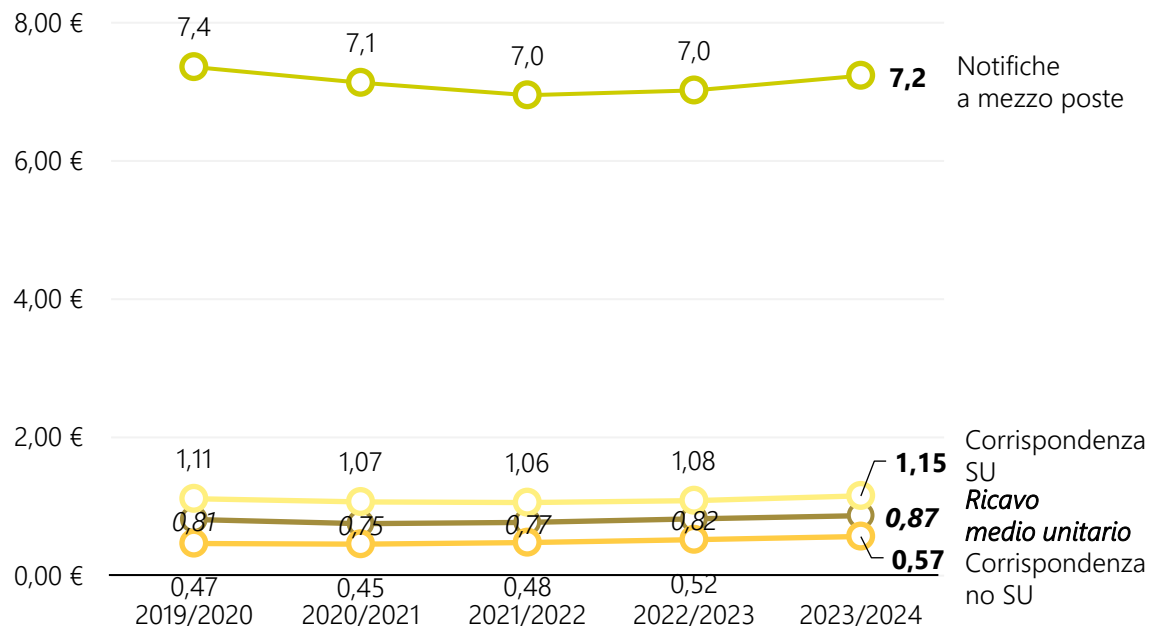


Differenza vs. gen. – mar. 2023
(punti percentuali)

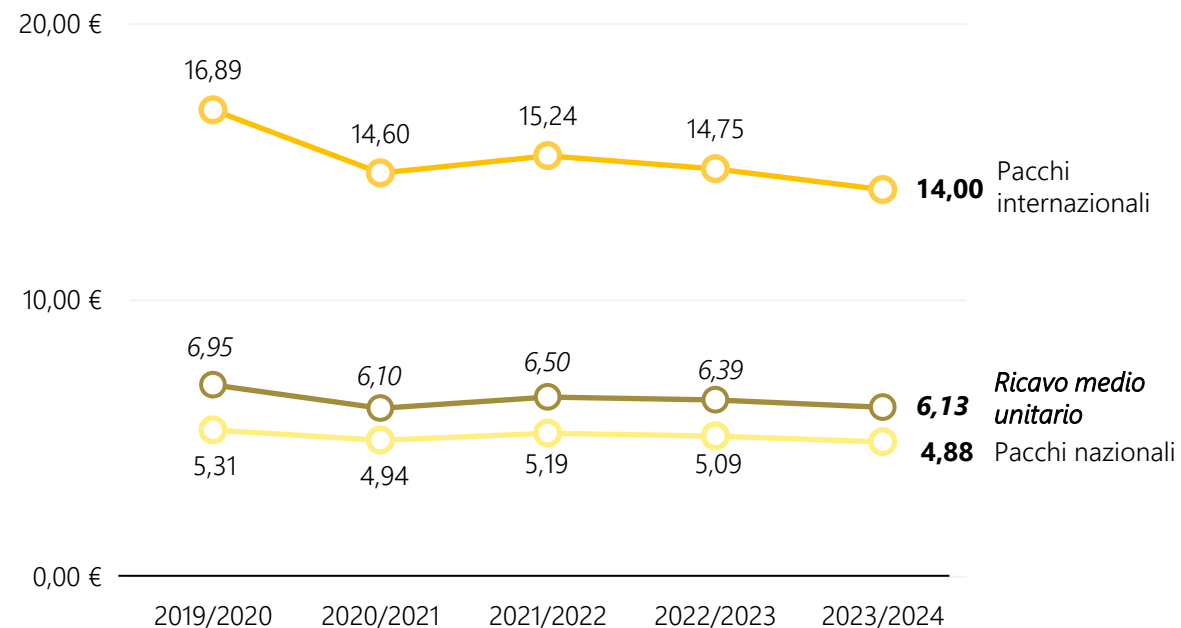
Nota: i dati del Gruppo Poste Italiane comprendono quelli di Poste Italiane S.p.a e delle società appartenenti al gruppo, Nexive Group S.r.l. e SDA Express Courier S.p.A.

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

SERVIZI DI CORRISPONDENZA



SERVIZI DI CONSEGNA PACCHI



Variazione in %

(2019/2020 – 2023/2024) (2022/2023 – 2023/2024)

Ricavo medio unitario:	+7,0	↑	+5,6	↑
Corrispondenza SU:	+3,7	↑	+6,5	↑
Corrispondenza no SU:	+21,7	↑	+8,5	↑
Notifiche a mezzo poste:	-1,7	↓	+3,0	↑

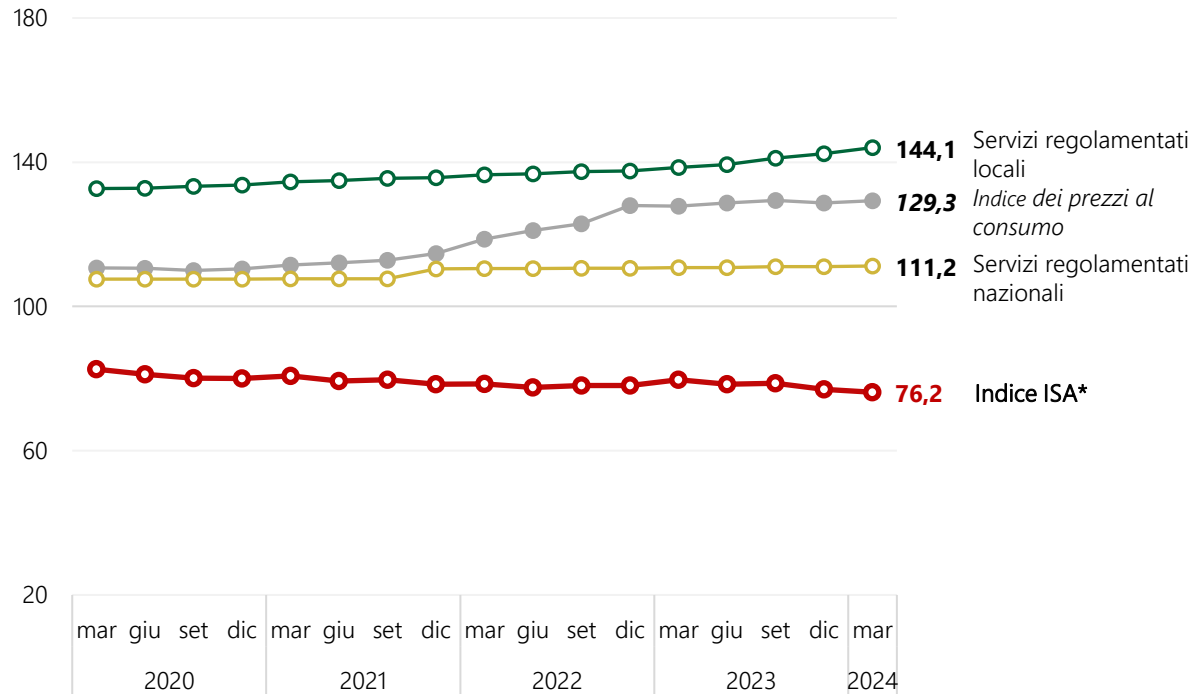
Variazione in %

(2019/2020 – 2023/2024) (2022/2023 – 2023/2024)

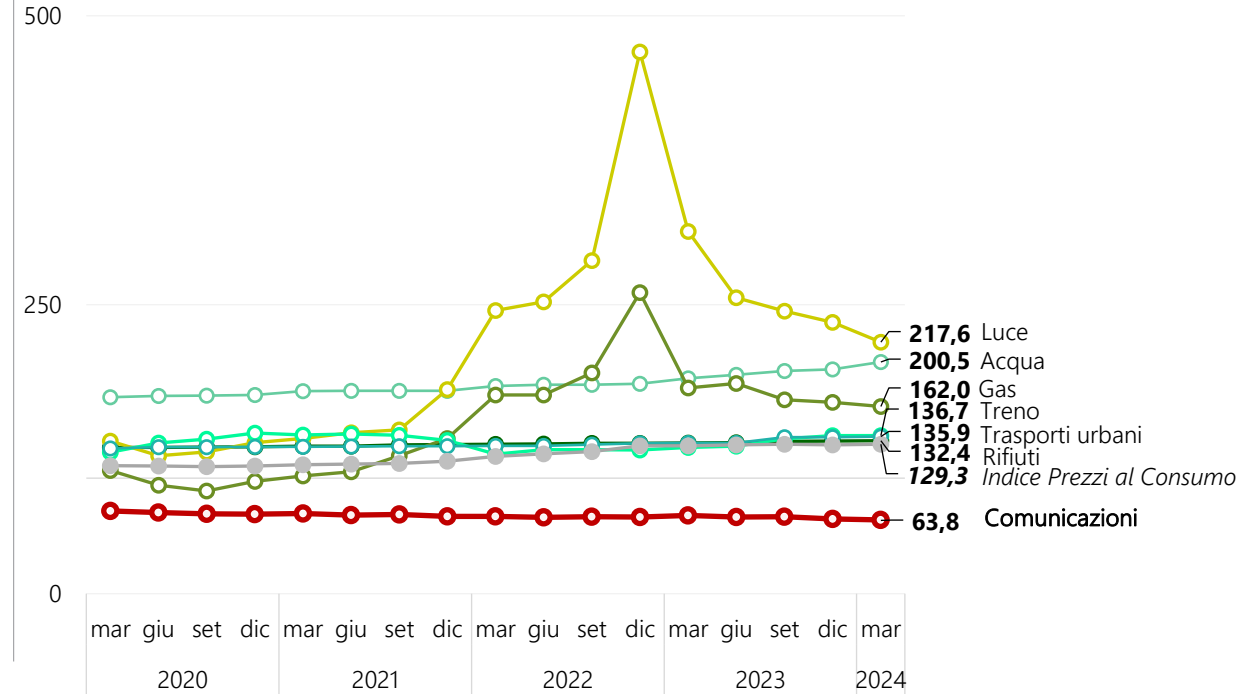
Ricavo medio unitario:	-11,8	↓	-4,1	↓
Pacchi internazionali:	-17,1	↓	-5,1	↓
- SU:	+4,7	↑	+1,3	↑
- No SU:	-17,1	↓	-5,1	↓
Pacchi nazionali:	-8,1	↓	-4,0	↓
- SU:	+9,6	↑	+6,5	↑
- No SU:	-8,0	↓	-4,1	↓

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

INDICI PREZZI GENERALI



INDICI PREZZI UTILITIES



Fonte: Istat ed elaborazioni Agcom

	Variazione in %	
	(2020 - 2024)	(2023 - 2024)
ISA (Indice Sintetico Agcom):	-7,7 ↓	-4,4 ↓
Indice dei prezzi al consumo:	+16,8 ↑	+1,2 ↑
Servizi regolamentati locali:	+8,6 ↑	+4,0 ↑
Servizi regolamentati nazionali:	+3,3 ↑	+0,4 ↑

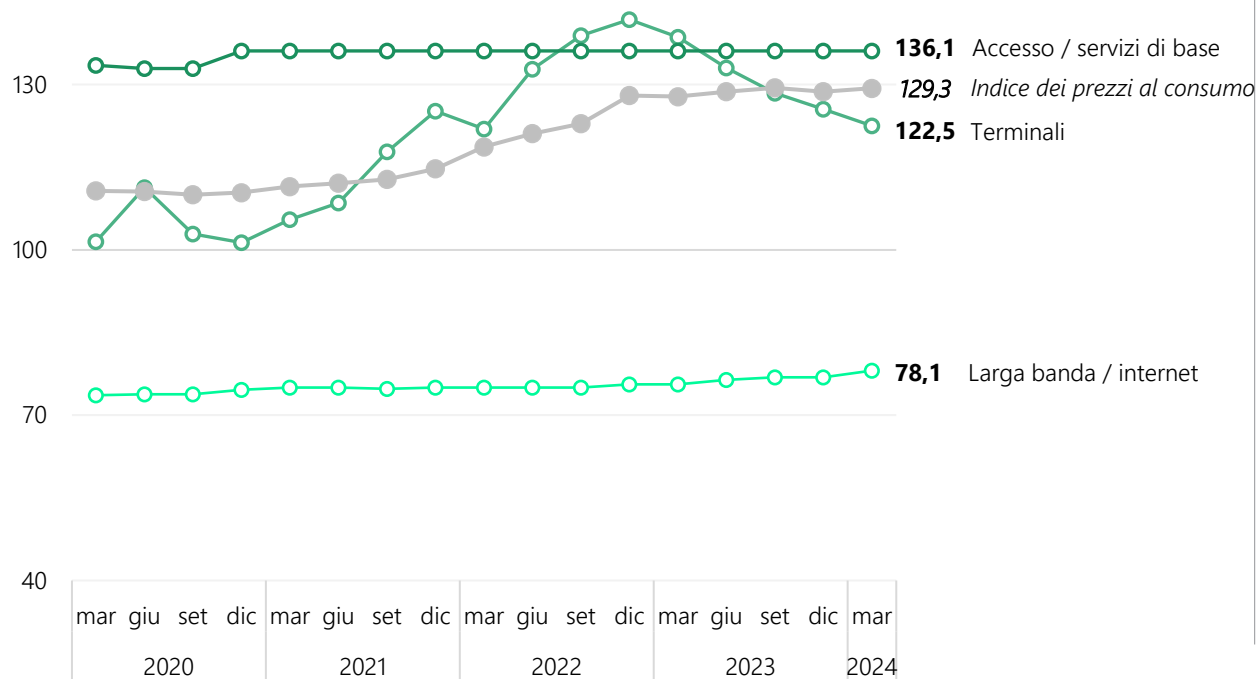
	Variazione in %		Variazione in %	
	(2020 - 2024)	(2023 - 2024)	(2020 - 2024)	(2023 - 2024)
Acqua (04.4.1):	+17,9 ↑	+7,6 ↑	Treno (07.3.1):	+11,8 ↑
Rifiuti (04.4.2):	+4,7 ↑	+1,5 ↑	Trasporti urbani (07.3.2.1.1):	+8,0 ↑
Luce (04.5.1):	+64,6 ↑	-30,6 ↓	Comunicazioni (08):	-10,9 ↓
Gas (04.5.2):	+51,8 ↑	-9,0 ↓		-5,6 ↓

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

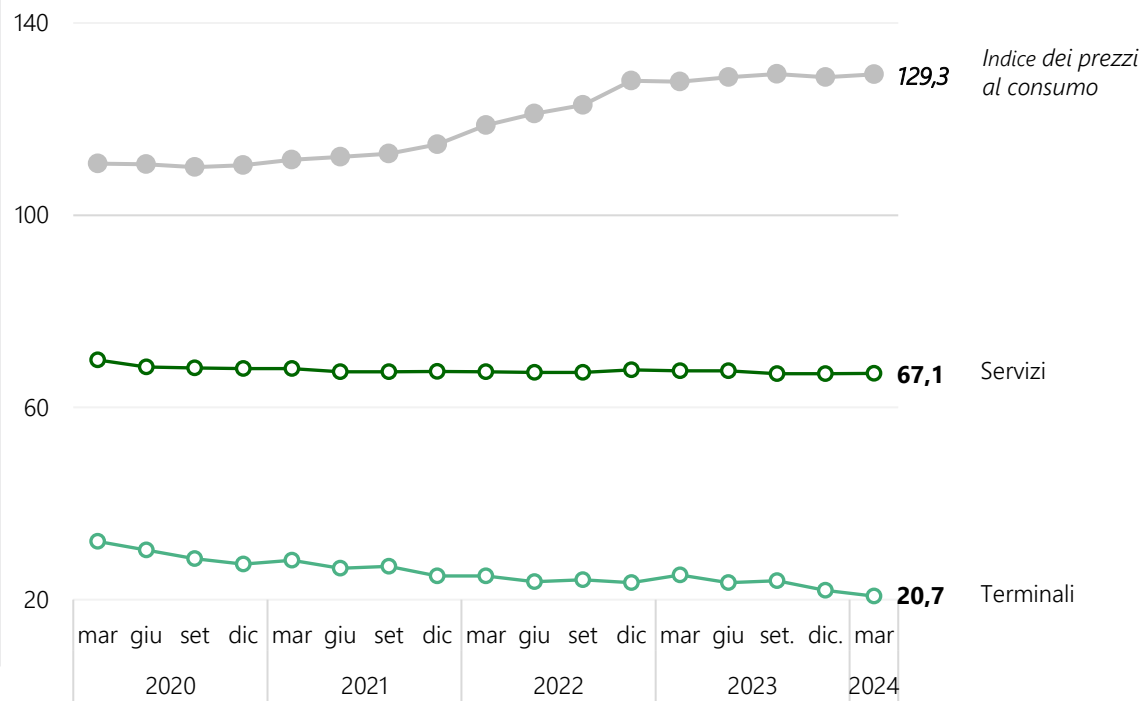
(Codice COICOP - Classification of Individual Consumption by Purpose)

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

INDICI PREZZI TELEFONIA FISSA



INDICI PREZZI TELEFONIA MOBILE



Fonte: Istat ed elaborazioni Agcom

Variazione in %

	(2020 - 2024)	(2023 - 2024)
Accesso / servizi di base (08.3.0.1):	+1,9 ▲	=
Terminali (08.2.0.1):	+20,7 ▲	-11,6 ▼
Larga banda / internet (08.3.0.3.0.07):	+6,1 ▲	+3,3 ▲

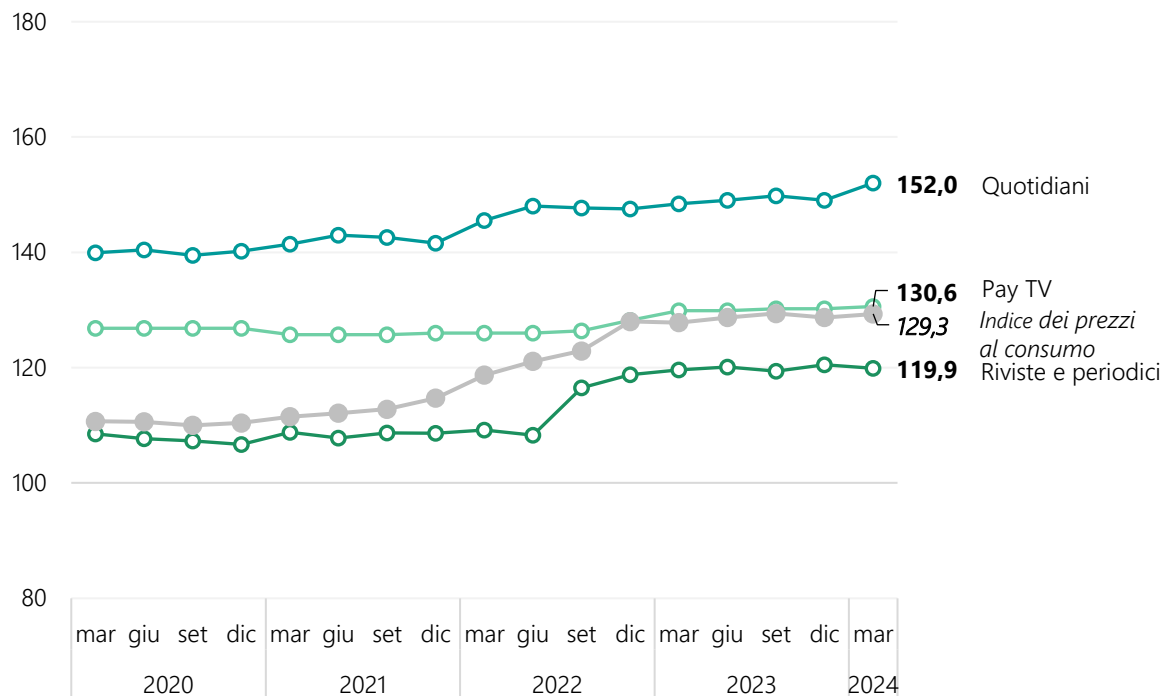
Variazione in %

	(2020 - 2024)	(2023 - 2024)
Servizi (08.3.0.2):	-4,0 ▼	-0,7 ▼
Terminali (08.2.0.2):	-35,5 ▼	-17,5 ▼

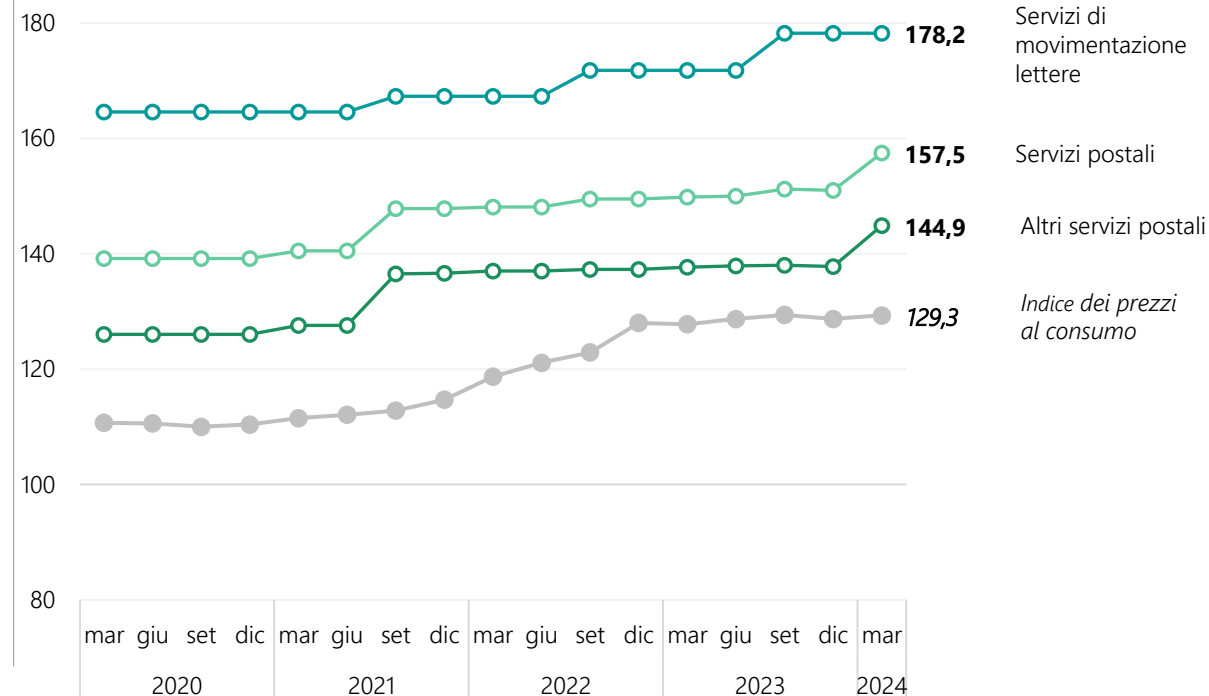
(Codice COICOP - Classification of Individual Consumption by Purpose)

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 %

(2020 - 2024) (2023 - 2024)

Quotidiani (09.5.2.1.0):	+8,6 ▲	+2,4 ▲
Pay TV (09.4.2.3.0.02):	+3,0 ▲	+0,5 ▲
Riviste e periodici (09.5.2.2.0):	+10,5 ▲	+0,3 ▲

Variazione in %

(2020 - 2024) (2023 - 2024)

Servizi postali (08.1):	+13,1 ▲	+5,1 ▲
Servizi di movimentazione lettere (08.1.0.1.0.00):	+8,3 ▲	+3,7 ▲
Altri servizi postali (08.1.0.9.0.00):	+15,0 ▲	+5,2 ▲

(Codice COICOP - Classification of Individual Consumption by Purpose)

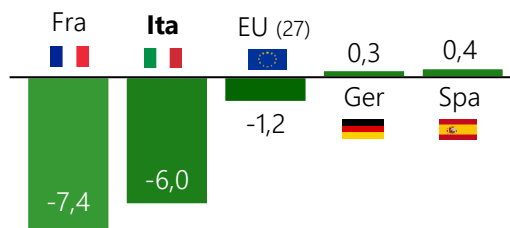
4.4 PREZZI: DINAMICHE IN EUROPA

COMUNICAZIONI ELETTRONICHE

(COICOP 08.2 - 08.3)

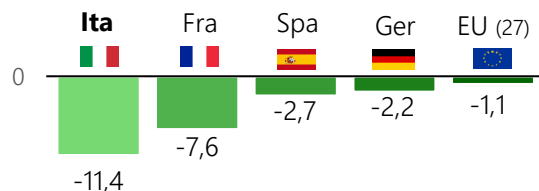
**Variazione %
(1 anno)**

Mar. 2023
-
Mar. 2024



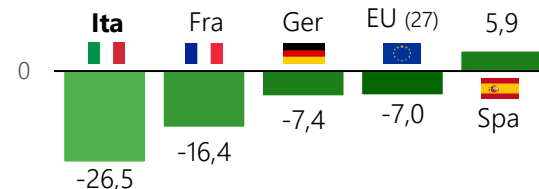
**Variazione %
(5 anni)**

Mar. 2020
-
Mar. 2024



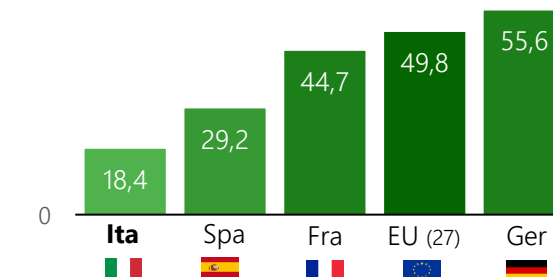
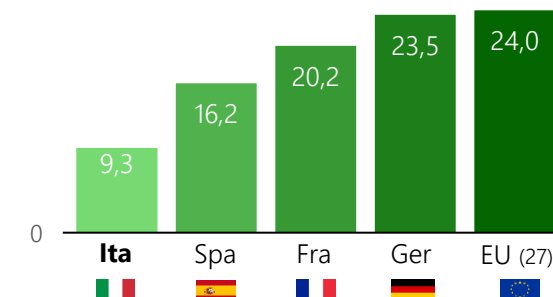
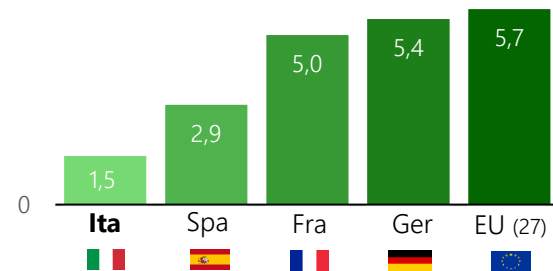
**Variazione %
(10 anni)**

Mar. 2015
-
Mar. 2024



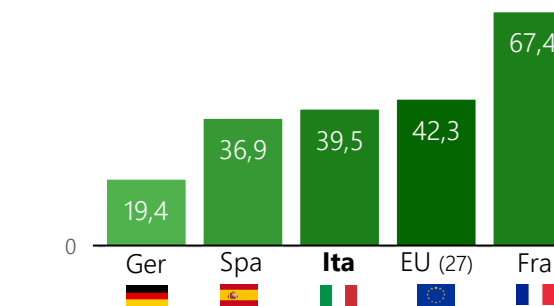
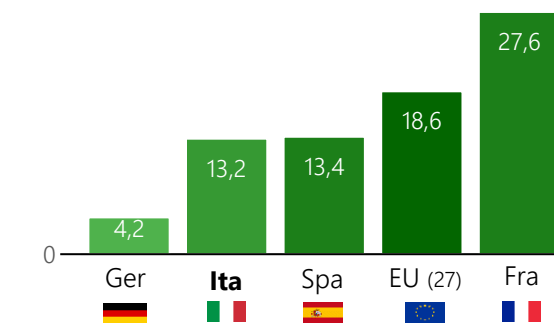
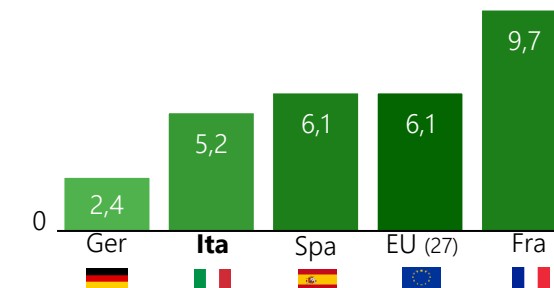
QUOTIDIANI E PERIODICI

(COICOP 09.5.2)



SERVIZI POSTALI

(COICOP 08.1)





OSSERVATORIO SULLE COMUNICAZIONI

N. 2/2024

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

Roma

Via Isonzo 21/b -00198

Napoli

Centro Direzionale Isola B5 -80143