

# OSSERVATORIO SULLE COMUNICAZIONI

N. 3/2018

## 1. Comunicazioni elettroniche

- 1.1 Rete fissa: accessi per operatore 
- 1.2 Rete fissa: accessi per infrastruttura 
- 1.3 Rete fissa: accessi broadband e ultrabroadband 
- 1.4 Rete fissa: accessi broadband e ultrabroadband per volumi e velocità 
- 1.5 Rete fissa: accessi broadband e ultrabroadband per tipologia di clientela 
- 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: TV 
- 2.2 Media: Quotidiani 
- 2.3 Media: Internet 

## 3. Servizi postali e corrieri espresso

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

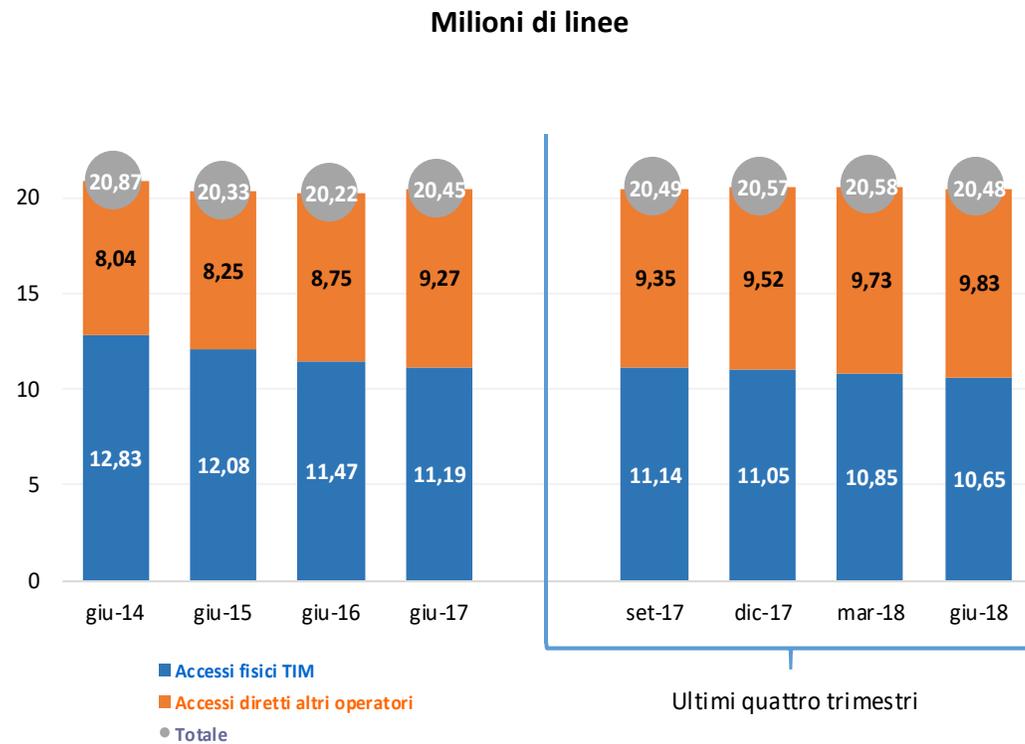
## 4. I prezzi dei servizi di comunicazione

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

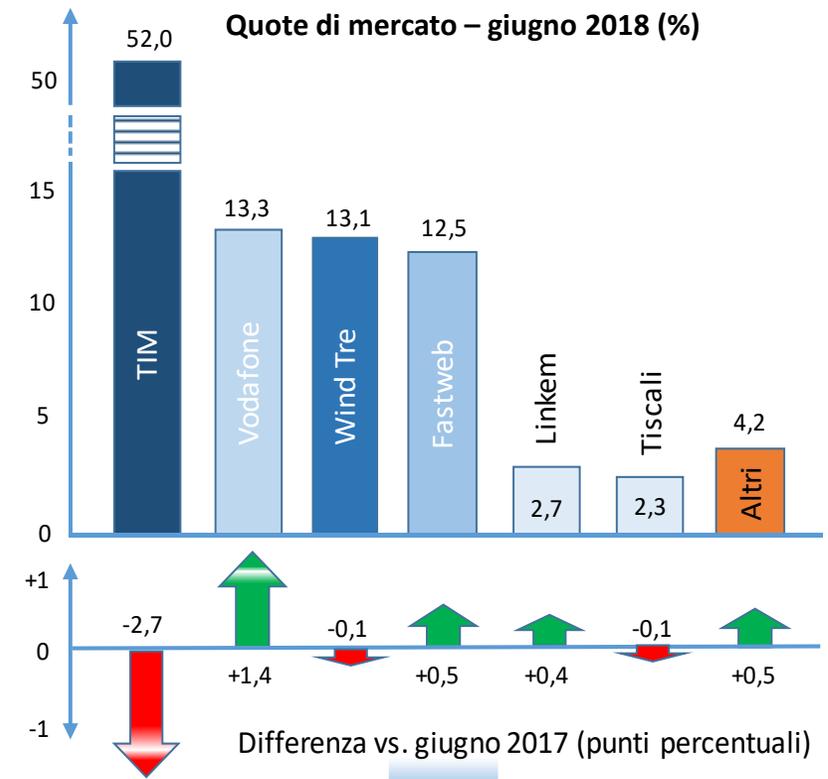
**NOTA:** I valori indicati nelle figure che seguono rappresentano elaborazioni e stime dell'Autorità su dati forniti dalle imprese e altre fonti. I dati raccolti sono aggiornati a giugno 2018. Le composizioni percentuali sono arrotondate automaticamente alla prima cifra decimale. Il totale dei valori percentuali così calcolati può risultare non uguale a 100. In alcuni casi i dati non risultano direttamente confrontabili con quelli riportati nelle precedenti edizioni dell'osservatorio a seguito di operazioni di riclassificazione operate dalle imprese.



# 1.1 Rete fissa: accessi per operatore



- A fine giugno 2018 si registra una lieve contrazione del numero complessivo di linee (-100 mila) rispetto all'ultimo trimestre (marzo 2018)
- Su base annua, la crescita complessiva è pari a circa 20 mila accessi; TIM perde circa 540 mila linee, gli altri operatori ne guadagnano 560 mila

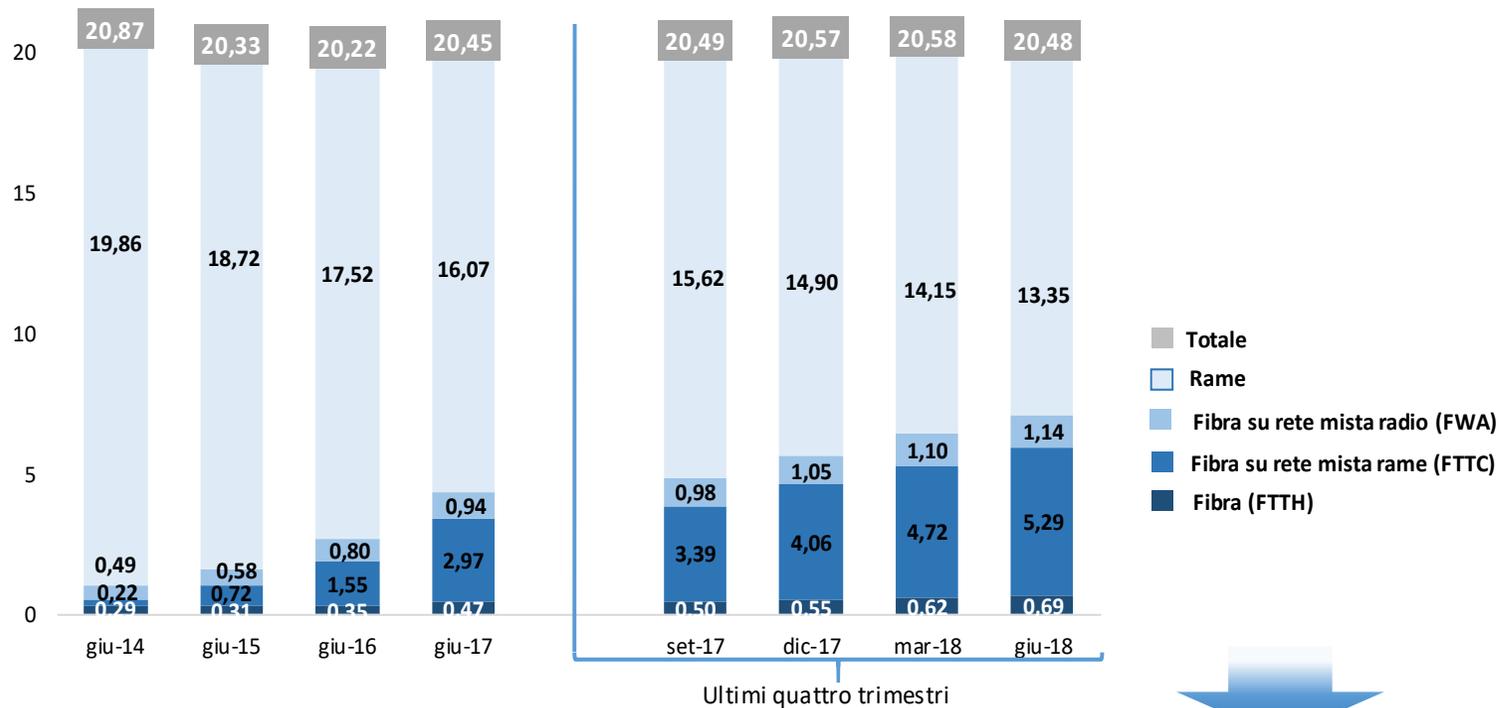


- La quota di mercato di TIM (52,0%) scende di 2,7 p.p. su base annua
- Vodafone diventa il secondo operatore di rete fissa con il 13,3% delle linee (+1,4 p.p.) superando Wind Tre che si attesta al 13,1% facendo registrare una marginale flessione (-0,1 p.p.)
- Seguono Fastweb e Linkem; quest'ultima, con una crescita di 0,4 p.p., ha superato Tiscali diventando il quinto operatore italiano con il 2,7%

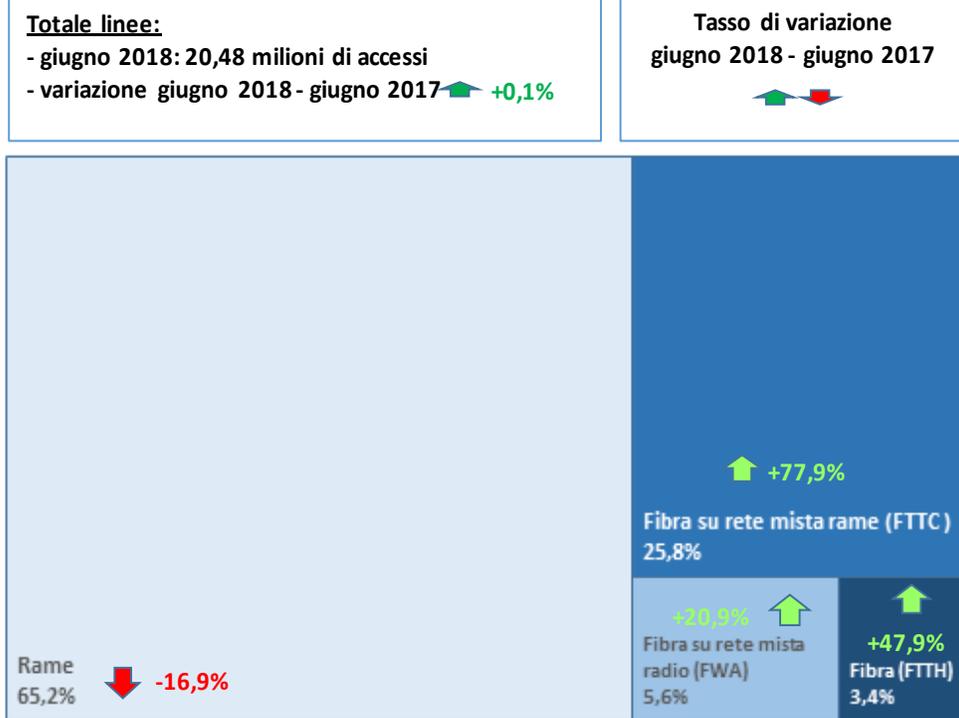


# 1.2 Rete fissa: accessi per infrastruttura

Milioni di linee

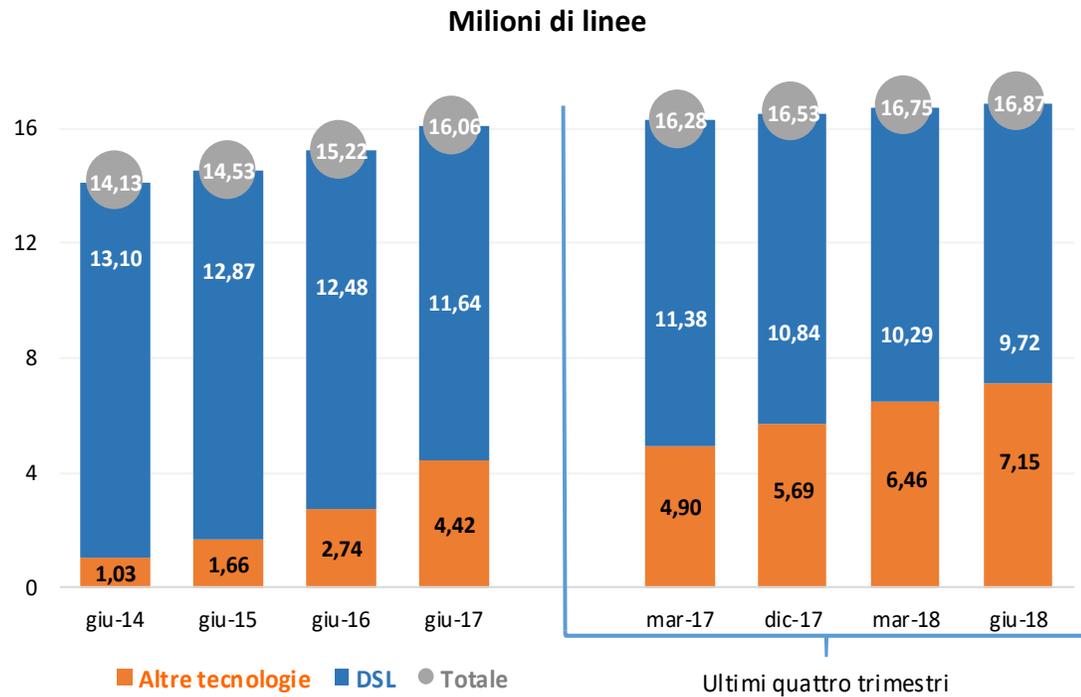


Ripartizione in % degli accessi per infrastruttura a giugno 2018 e sue variazioni rispetto a giugno 2017

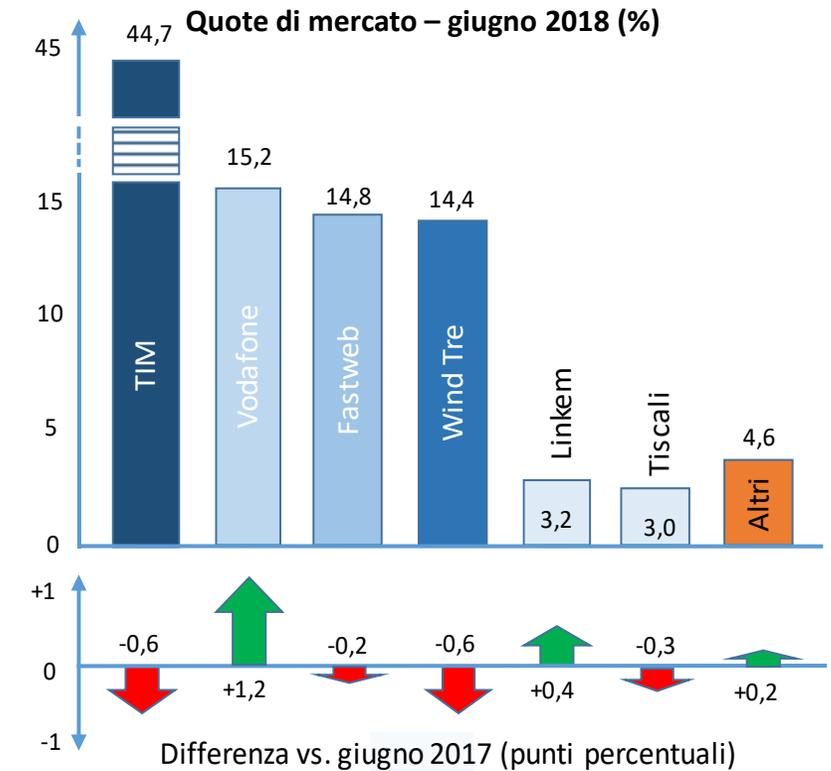


- Continua il trend di riduzione degli accessi attraverso la rete in rame di TIM: una riduzione degli accessi del **16,9%** su base annua, e del **33%** nel periodo considerato (giugno 2014 – giugno 2018)
- L'aumento del numero di accessi totali (**+0,4%** su base annua) è ascrivibile in larga parte ai servizi offerti utilizzando accessi con tecnologia FTTC (**+77,9%** su base annua), grazie in particolare alla crescita dei servizi *wholesale* offerti da TIM, e FTTH (**+48%**), spinti dalla crescita dei servizi offerti da Open Fiber, le cui linee offerte agli operatori retail sono cresciute di oltre **200** mila unità su base annua
- Nell'intero periodo osservato il peso degli accessi FTTC + FTTH è passato da meno del **2,5** a poco meno del **30%** del totale degli accessi
- Crescono anche gli accessi FWA (**+20,9%** su base annua) che a fine giugno 2018 hanno superato **1,1** milioni di linee

# 1.3 Rete fissa: accessi broadband e ultrabroadband



- Gli accessi broadband raggiungono **16,9** milioni di unità, con un aumento su base annua di **810** mila accessi; l'aumento su base trimestrale è pari a **120** mila linee
- Le linee DSL diminuiscono di **1,92** milioni di unità, attestandosi su un valore di **9,72** milioni di linee, mentre gli accessi broadband che utilizzano altre tecnologie (**7,15** milioni a giugno 2018) sono aumentati in un anno di **2,73** milioni di unità, e ormai arrivano a rappresentare oltre il **42%** delle linee broadband complessive
- Da evidenziare la dinamica degli accessi NGA che, su base annua, passano da **3,5** a **6,0** milioni di accessi

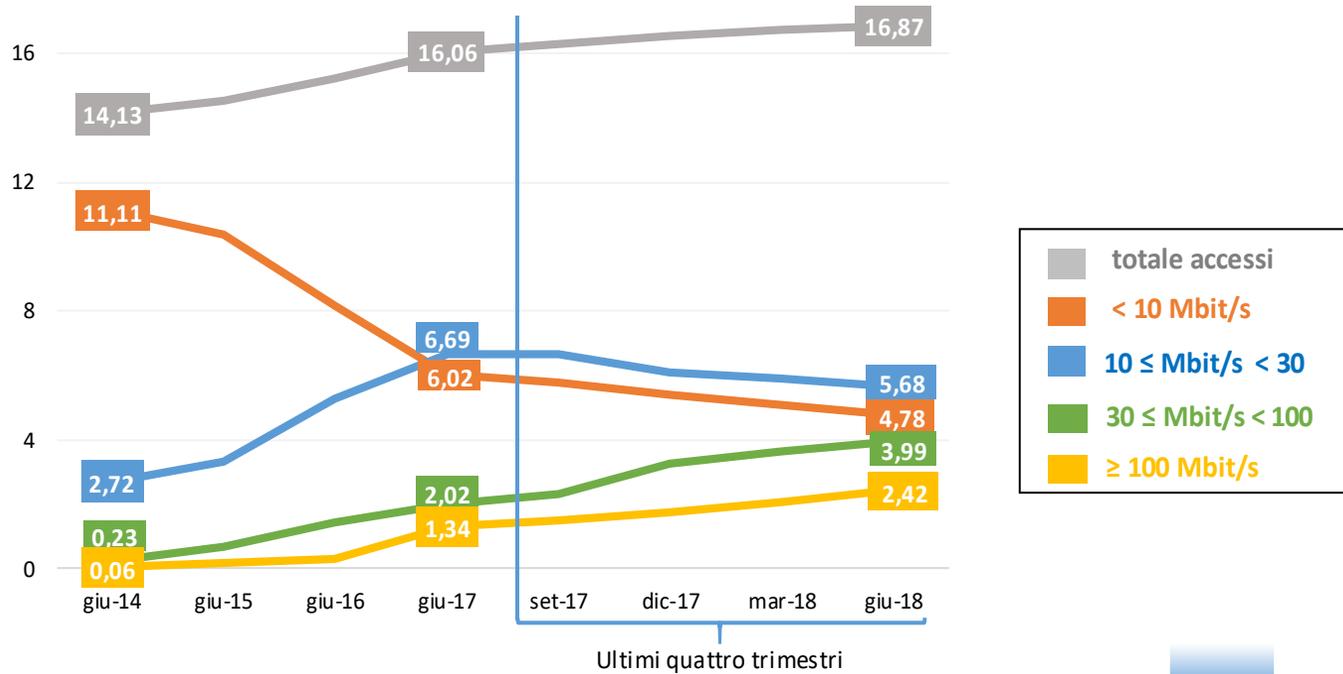


- La quota di mercato di TIM (**44,7%**) si riduce di **0,6** p.p. su base annua
- Vodafone e Fastweb si confermano intorno al **15%**, con la prima in crescita di **1,2** p.p., e la seconda in leggera diminuzione di **0,2** p.p.
- Wind Tre, al **14,4%**, mostra una leggera flessione (**-0,3** p.p.)
- Nel segmento degli operatori che offrono servizi FWA si conferma il peso di Linkem ed Eolo che di fatto rappresentano i principali operatori FWA rappresentando congiuntamente il **75%** del segmento di mercato

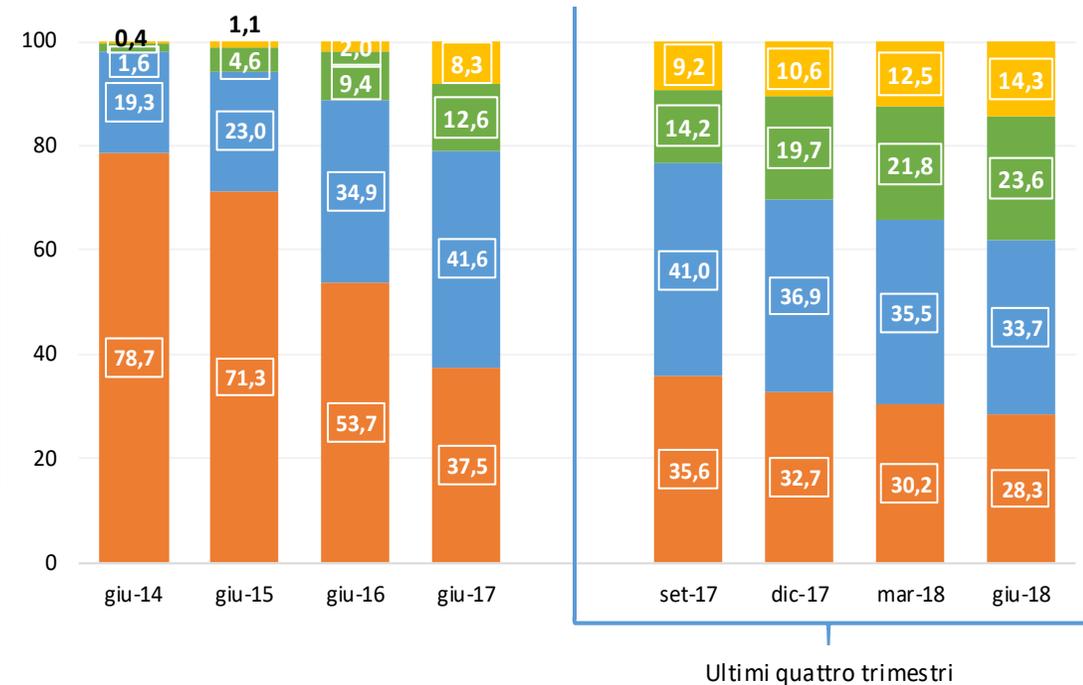


# 1.4 Rete fissa: accessi broadband e ultrabroadband per volumi e velocità

### Accessi per classi di velocità (milioni)



### Accessi per classi di velocità (%)

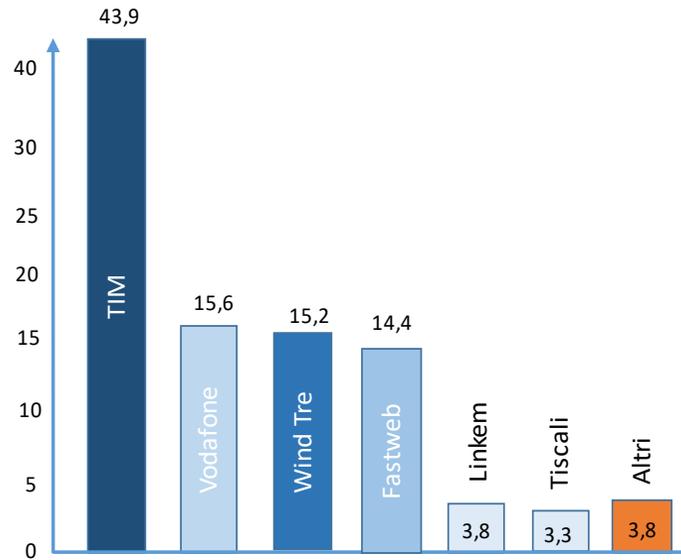


- A giugno 2018 il peso degli accessi con velocità ≥30Mbit/s ha raggiunto il **38%** del totale delle linee broadband e ultrabroadband
- Per gli accessi con velocità compresa tra 30 fino a 100 Mbit/s si registra una crescita di **1,97** milioni di linee (raggiungendo circa **4** milioni di accessi) e di oltre **1** milione di unità per quelli con velocità maggiore di 100 Mbit/s (**2,4** milioni di accessi la consistenza a fine giugno)
- Su base trimestrale gli accessi ultrabroadband (accessi con velocità maggiori di 30 Mbit/s) sono cresciuti di circa **660** mila unità
- Gli accessi con velocità compresa tra 10 e 30 Mbit/s si sono ridotti di **1** milione di unità, scendendo a **5,68** milioni di accessi pari a poco più di un terzo del totale
- Gli accessi con velocità inferiore a 10 Mbps sono diminuiti di quasi **1,24** milioni di unità: a fine giugno 2018 il loro peso sul totale delle linee broadband e ultrabroadband è sceso di **50** p.p. rispetto a giugno 2014 (dal **78,7** al **28,3%**)

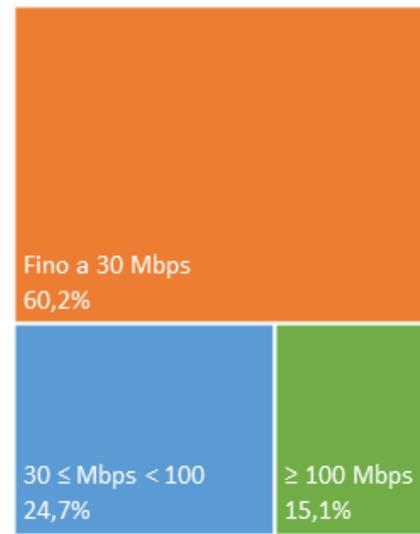
# 1.5 Rete fissa: accessi broadband e ultrabroadband per tipologia di clientela (giugno 2018)

## Clienti residenziali

per operatore (%)

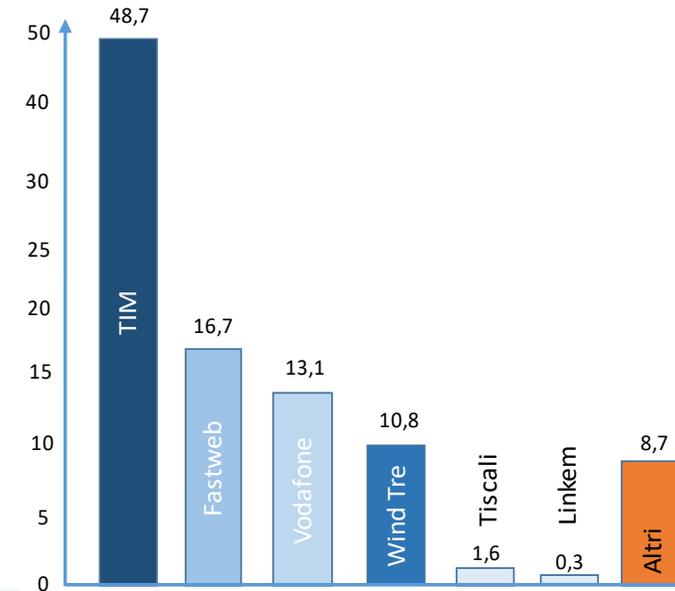


per classi di velocità (%)

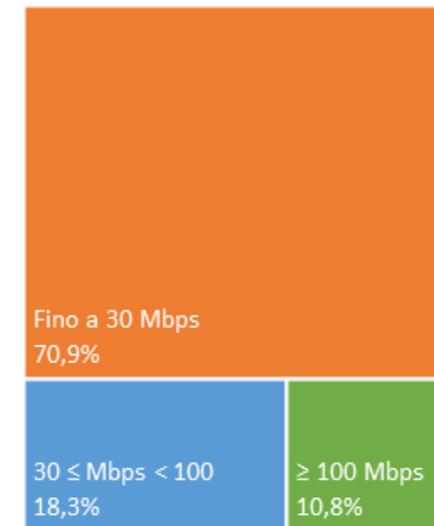


## Clienti affari

per operatore (%)

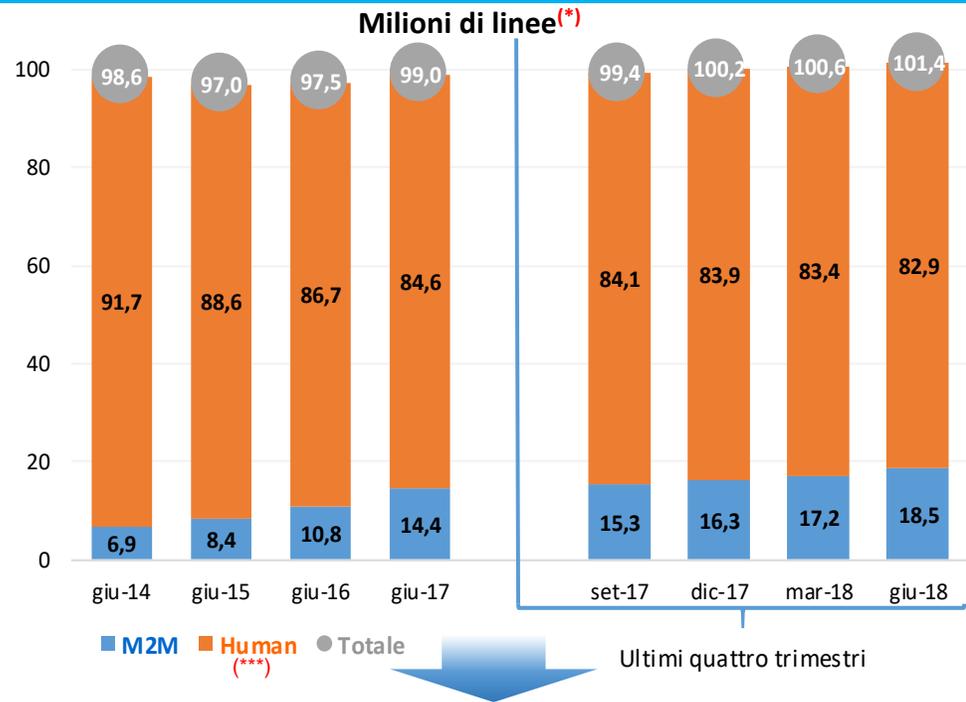


per classi di velocità (%)

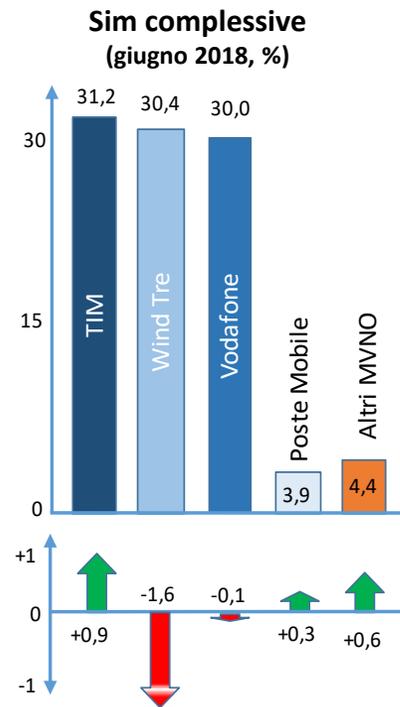


- Gli accessi a larga banda su rete fissa sono composti per l'**83,2%** da clientela residenziale, e dal **16,8%** da quella affari (imprese, pubblica amministrazione, ecc.)
- Nel **segmento residenziale** TIM sfiora il **44 %**, seguita da Vodafone e Wind Tre con oltre il **15%**; poco meno del **40%** degli accessi dispone di una velocità pari o superiore a 30Mbit/s
- Il **segmento affari** si caratterizza per una maggiore concentrazione nelle quote di mercato dei primi tre operatori rispetto al segmento residenziale (**78,5%** nel segmento affari rispetto al **74,7%** di quello residenziale) mentre dal lato delle prestazioni è maggiore, rispetto al segmento residenziale, il peso delle linee fino a 30Mbit/s (**70,9%** vs. **60,2%**)

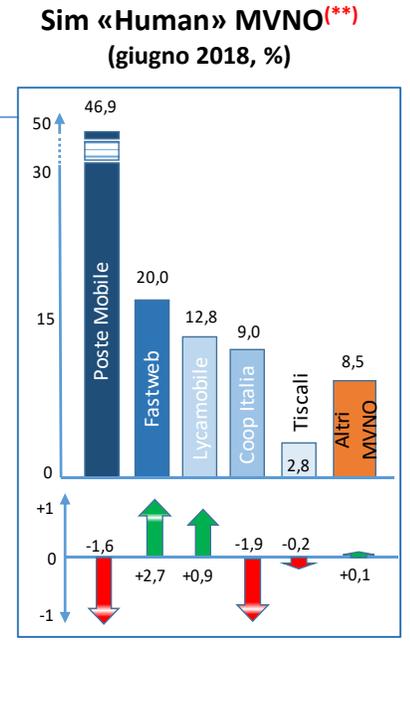
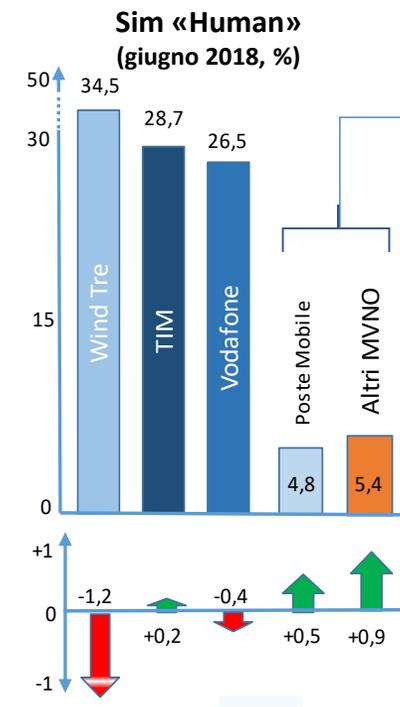
# 1.6 Rete mobile: linee compressive



- Su base annua, le linee compressive hanno registrato un aumento di **2,4** milioni di unità
- Nello stesso periodo, le sim «M2M» (*machine to machine*) sono aumentate di **4,1** milioni di unità, a fronte di una riduzione di **1,7** milioni di sim «solo voce» e «voce + dati»
- Le sim che non hanno prodotto traffico voce e/o dati nei 90 giorni precedenti la data di rilevazione (fine giugno 2018) sono stimabili in circa il 15% della *customer base* complessiva



- Con riferimento alle sim complessive, su base annua si registra il «sorpasso» di Tim su Wind Tre
- Nel segmento delle sim «human», Wind Tre, pur perdendo **1,2** p.p. su base annua, si conferma il principale operatore italiano con il **34,5%** mentre TIM guadagna **0,2** p.p. raggiungendo il **28,7%**
- Nel segmento MVNO, Poste Mobile, pur arretrando, rimane largamente leader con il **46,9%**, mentre Fastweb rafforza la seconda posizione (**20%**) con una crescita di **2,7** p.p.



Differenza vs. giugno 2017 (punti percentuali)

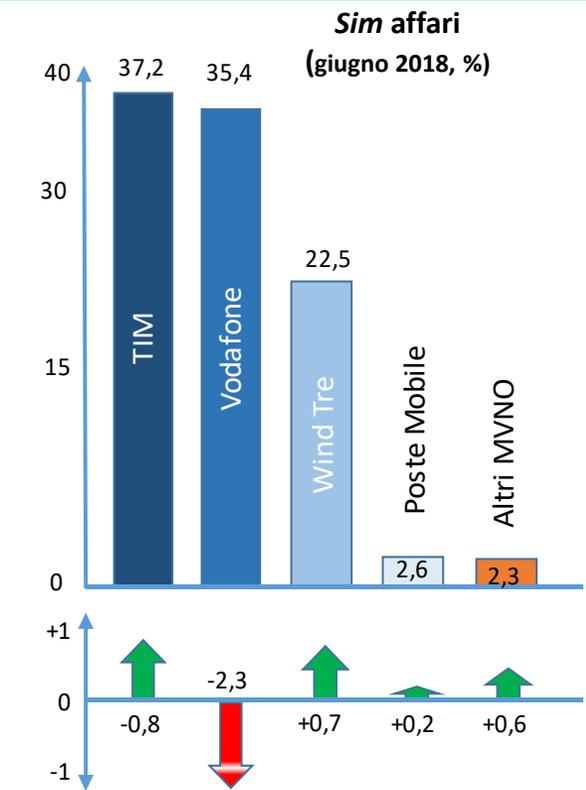
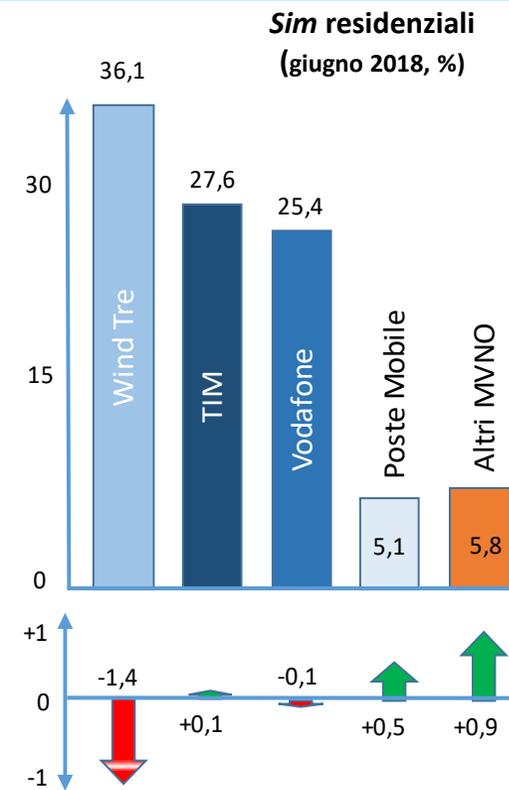
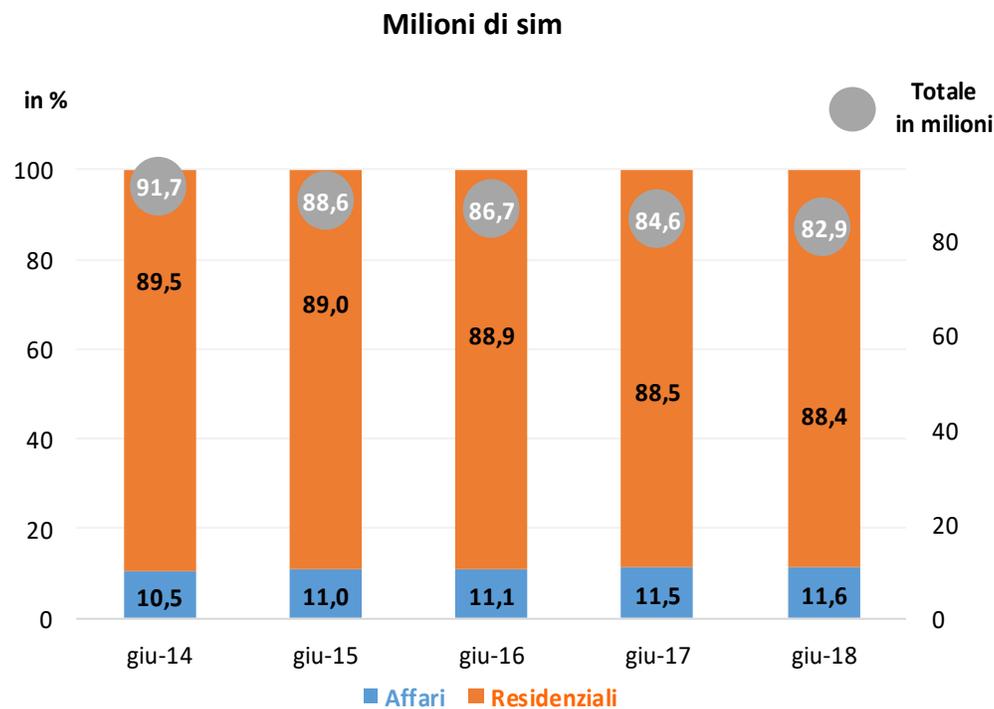
(\*) I dati complessivi delle linee mobili rilevati a giugno 2018 non comprendono quelle attivate dall'operatore Iliad; in considerazione della vicinanza temporale tra la data di rilevazione e quella di inizio attività dell'operatore, è stato ritenuto opportuno fornire dettagli sui volumi dell'operatore a partire dall'edizione n. 4/2018 dell'osservatorio, con dati riferiti a settembre 2018. I dati di TIM e Vodafone includono le linee delle società controllate al 100%, rispettivamente Kena mobile e VEI (che offre servizi di telefonia mobile denominati .ho); la distribuzione delle quote in volume dei principali operatori non muterebbe escludendo dalla customer base delle controllanti le sim dei due operatori MVNO

(\*\*) I dati sono relativi esclusivamente agli operatori MVNO indipendenti per cui non vi rientrano quelli di Kena mobile e VEI cfr. vedi nota (\*).

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



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



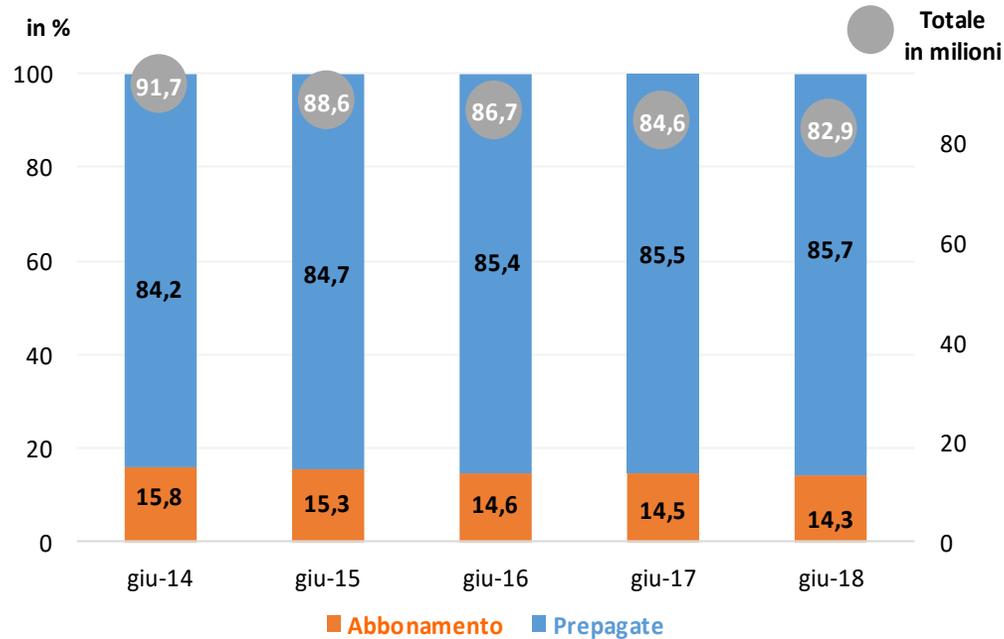
Differenza vs. giugno 2017 (punti percentuali)

- Su base annua, le utenze **residenziali** (88,4% delle linee pari a **73,3** milioni di sim) segnano una diminuzione di oltre **1,6** milioni di linee
- L'utenza **affari** (11,6% delle linee pari a **9,6** milione di sim) rimane sostanzialmente stabile rispetto a giugno 2017
- Nell'intero periodo considerato (giugno 2014 – giugno 2018), l'utenza business è rimasta sostanzialmente costante, mentre quella residenziale è scesa di **8,9** milioni di linee

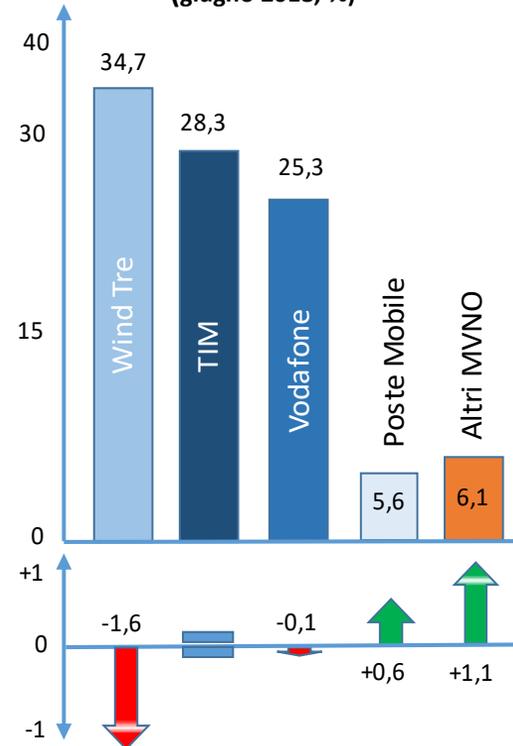
- Nel segmento **residenziale**, Wind Tre perde **1,4** p.p., portandosi al **36,1%** mentre TIM raggiunge il **27,6%**
- Nell'utenza **affari**, TIM diventa il primo operatore superando il **37%**

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

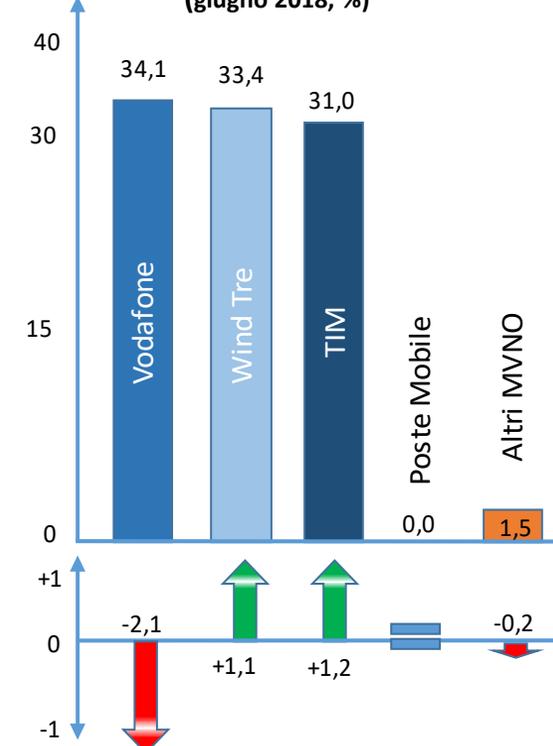
Sim per tipologia di contratto (milioni)



Sim prepagate (giugno 2018, %)



Sim in abbonamento (giugno 2018, %)



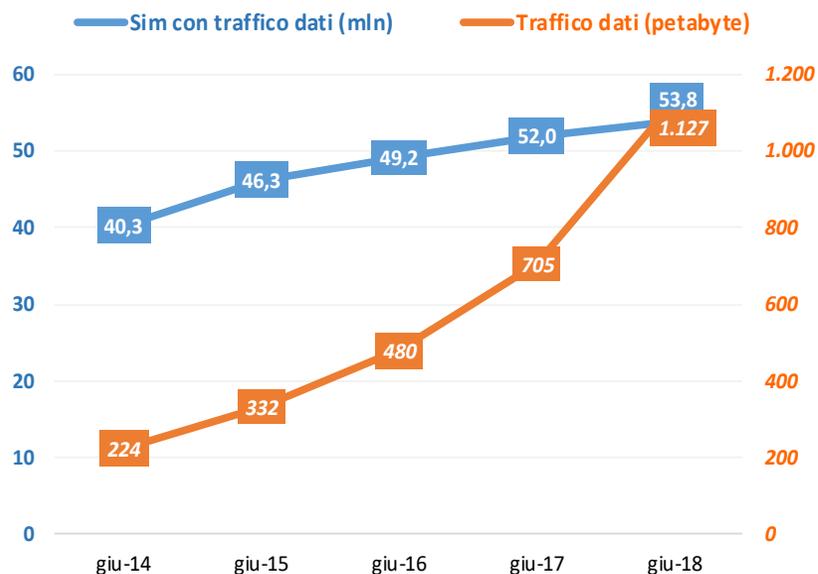
Differenza vs. giugno 2017 (punti percentuali)

- A giugno 2018, l'**85,7%** della *customer base* (pari a **71,1** milioni di sim) utilizza schede **prepagate**; in termini assoluti, su base annua, queste risultano in calo di **1,3** milioni di unità
- Anche le schede in **abbonamento** pari al **14,3%** delle linee (**11,8** milioni di sim) registrano una flessione (**-0,4** milioni di unità su base annua)

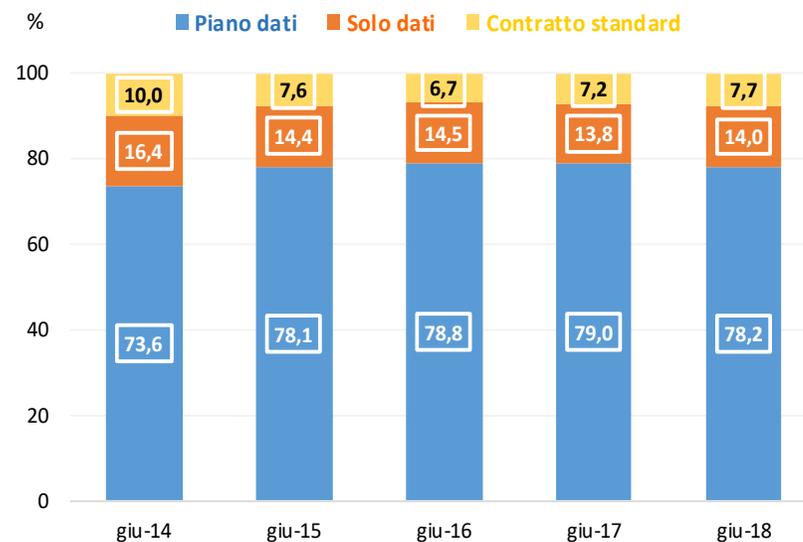
- Su base annua, nel segmento delle **prepagate** pur in flessione di **1,6** p.p., Wind Tre si conferma *market leader* con il **34,7%**; rimane costante la quota di TIM mentre cresce quella di Poste Mobile (**+0,6** p.p.) e degli altri operatori MVNO (**+1,1** p.p.)
- Nel segmento **abbonamenti**, pur in arretramento, Vodafone si conferma leader del segmento con il **34,1%**, seguita da Wind Tre con il **33,4%** (**+1,1** p.p.) e TIM con il **31,0%** (**+1,2** p.p.)



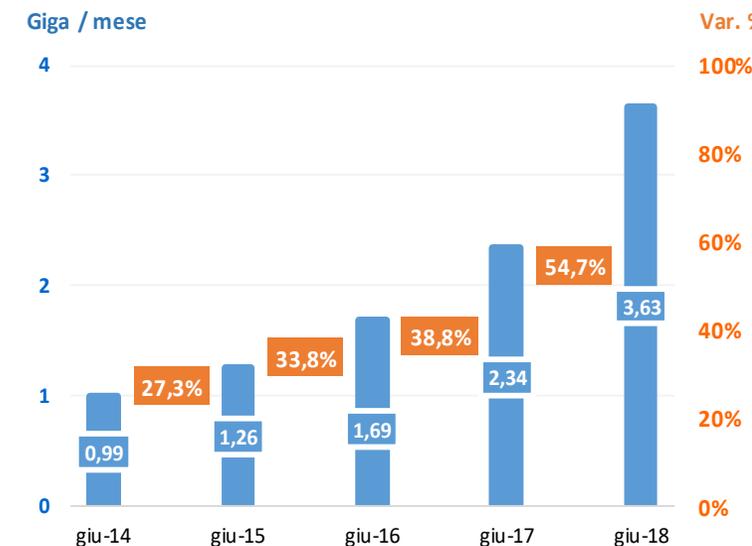
### Volume traffico dati



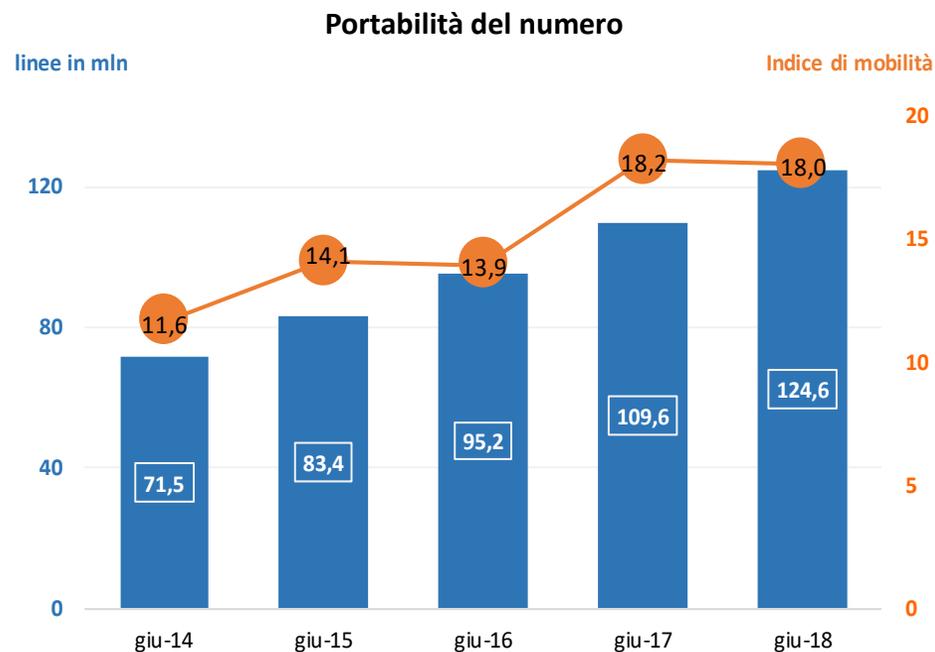
### Sim dati per tipologia contrattuale (%)



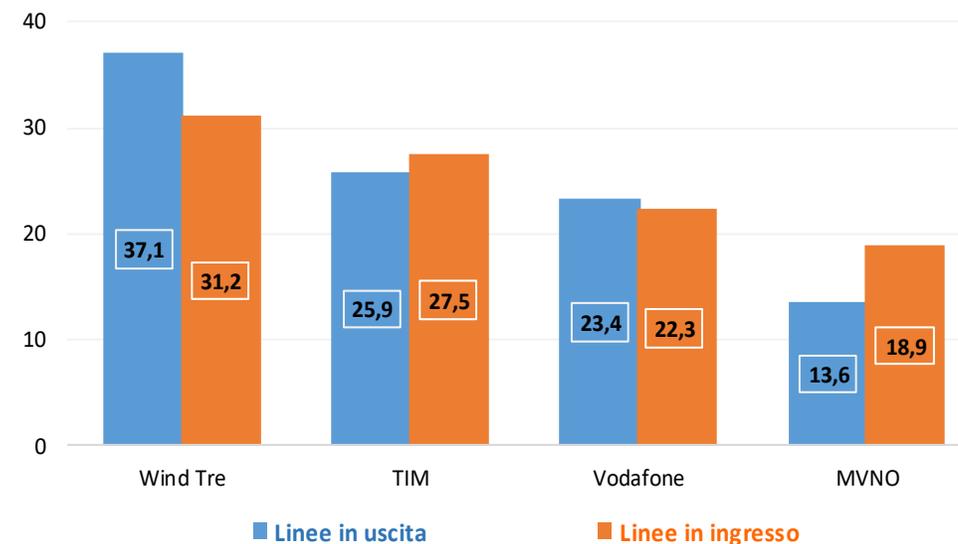
### Traffico unitario mensile (GB/mese e var. %)



- Da giugno 2014, le sim che hanno svolto traffico dati sono passate dal **43,8%** al **65,5%** di quelle «human»
- Nel secondo trimestre dell'anno, il numero delle sim con accesso a Internet è cresciuto del **3,5%** raggiungendo quota **53,8** milioni di unità
- Il traffico dati complessivo da inizio anno risulta in aumento di circa il **60%** rispetto allo scorso anno
- I consumi medi unitari mensili (**3,63** Giga/mese) hanno registrato una crescita di quasi il **55%**
- Poco meno dell'**80%** delle sim che svolgono traffico dati adotta uno specifico piano dati



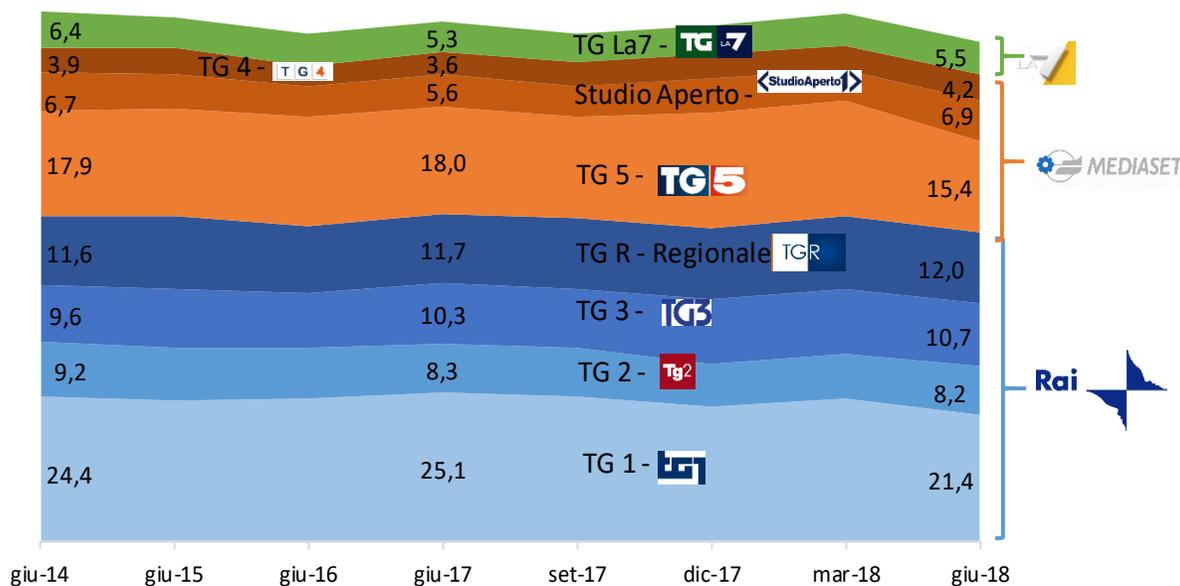
**Distribuzione in % per linee di ingresso e di uscita – giugno 2018**



- A giugno 2018, il numero cumulato di operazioni di portabilità delle numerazioni mobili ha quasi raggiunto **125** milioni di unità
- Con riferimento agli ultimi dodici mesi, il saldo tra operazioni «recipient» e «donating» risulta negativo per Wind Tre (**-993** mila unità, **-957** mila a marzo) e Vodafone (**-243** mila unità, **-116** mila a marzo), mentre registra un segno positivo per TIM (**+145** mila unità, **+486** mila a marzo) e per gli MVNO (**+725** mila unità)
- Rispetto ai dati relativi al primo trimestre dell'anno, la riduzione dei saldi tra operazioni «recipient» e «donating» osservata per gli operatori storici appare dovuta anche all'ingresso sul mercato dell'operatore Iliad, che ha assorbito in qualità di «recipient», fino a fine giugno, circa **370** mila operazioni
- L'*indice di mobilità*<sup>(\*)</sup> nel secondo trimestre del 2018 è risultato pari al **18%** in linea con quello dello scorso anno

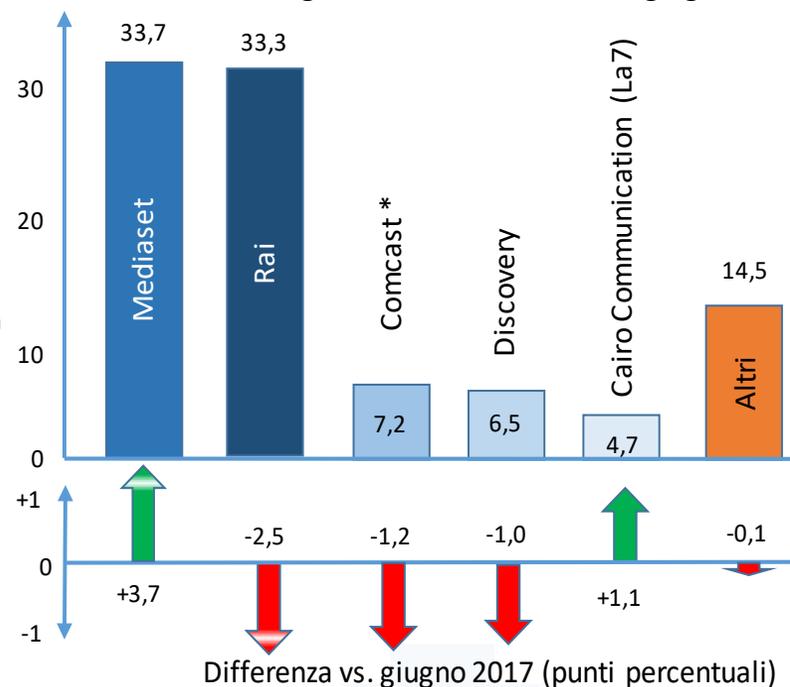
(\*) Rapporto dato dalle linee mobilitate da inizio anno (donate e acquisite) e la corrispondente *customer base* media complessiva (al netto delle «M2M»)

Evoluzione delle audience delle edizioni serali dei principali Tg nel giorno medio (giugno 2014 - giugno 2018)



Fonte: elaborazioni Autorità su dati Auditel(Nielsen)

Quote di ascolto nel giorno medio nel mese di giugno 2018 (%)



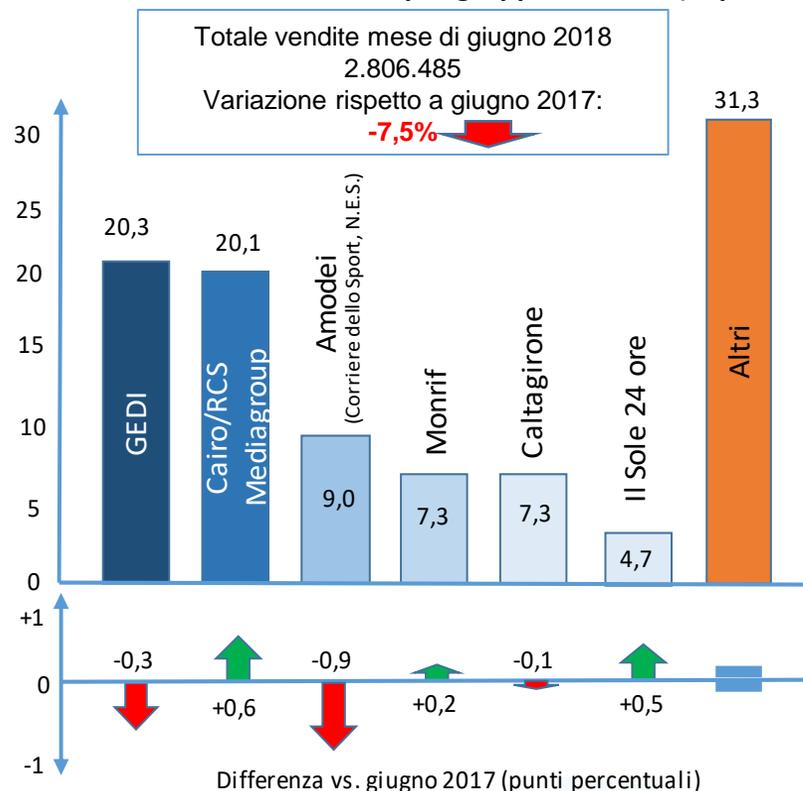
- Il Tg1 della sera continua ad essere il più seguito dagli italiani (**3,9** milioni di telespettatori nel giorno medio) nonostante la contrazione della propria *share* (**-3,7** p.p. rispetto a giugno 2017)
- Al secondo posto il TG 5 sera (che raggiunge **2,8** milioni di telespettatori) registra una contrazione, su base annua, della relativa quota di ascolti (**-2,6** p.p.); positive invece le *performance* delle edizioni serali dei tg diffusi sugli altri canali Mediaset (**+0,6** p.p. per Studio Aperto e **+1,2** p.p. per Tg4 su base annua)
- Crescono le quote sul totale degli ascolti per il tg La 7 sera (**+0,2** p.p.) e per i tg diffusi su Rai3, mentre si riduce lievemente la *share* di Rai 2 (**-0,2** p.p.)

- Al primo posto Mediaset, con oltre **3** mln di telespettatori medi e una crescita della propria quota (**+ 3,7** p.p.) su base annua, conquista la *leadership* in termini di quote di ascolto
- Segue il gruppo Rai con una contrazione, su base annua, della propria *share* (**-2,5** p.p.)
- Si riduce anche il peso sugli ascolti complessivi di Comcast, Discovery (**-1** p.p.) e degli operatori minori.
- Il gruppo Cairo Communication (La 7) con **0,4** mln di telespettatori ottiene una *performance* positiva (**+ 1,1** p.p.)

Nota: (\*) A settembre 2018, Comcast Corporation ha acquisito il controllo esclusivo di Sky plc. I dati si riferiscono alla configurazione societaria antecedente l'operazione di concentrazione.

## 2.2 Media: Quotidiani

Distribuzione delle vendite per gruppi editoriali (in percentuale – giugno 2018)



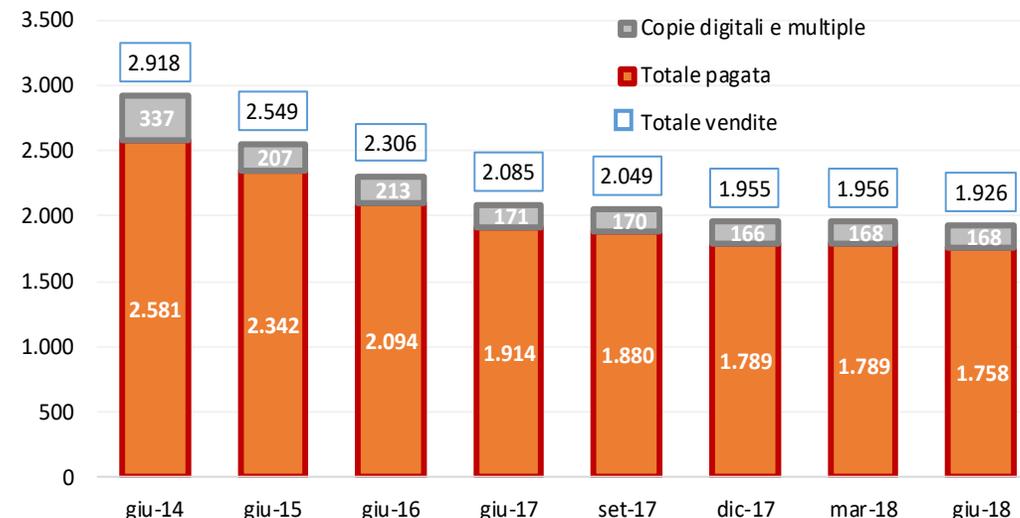
**Nota:** la distribuzione è calcolata sul totale vendite cartacee e digitali, inteso come somma del totale pagata e delle copie digitali, copie multiple con un prezzo maggiore del 30% rispetto alla versione cartacea, come rilevato da ADS.

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

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

- A fine giugno 2018 continua il *trend* decrescente delle copie vendute (cartacee e digitali) dei quotidiani pari ad oltre **227.000** unità in meno rispetto a giugno 2017
- GEDI, *leader* nella vendita di quotidiani, subisce una contrazione della propria quota (**-0,3** p.p.); mentre cresce (**+0,6** p.p.) il peso di Cairo/RCS, al secondo posto
- *Performance* negative si registrano per Amodei (**-0,9** p.p.) mentre per gli altri editori si rilevano quote sostanzialmente costanti o in aumento

Distribuzione delle vendite giornaliere dei maggiori gruppi editoriali per tipologia di vendita (in migliaia – giugno 2018)

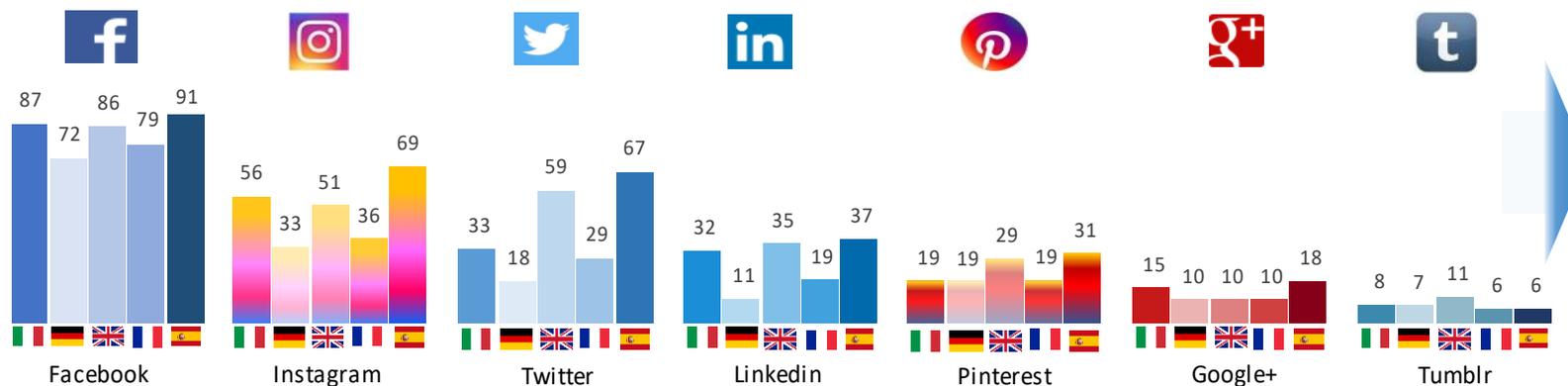


**Nota:** l'evoluzione del totale vendite, del totale pagata e delle copie digitali e multiple dei primi 7 editori di quotidiani è calcolata sulla base delle rilevazioni condotte da ADS. La totale pagata è intesa come somma delle copie vendute tramite i canali di vendita previsti dalle disposizioni di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

- Prosegue il trend di contrazione nella vendita di copie cartacee dei quotidiani dei principali gruppi editoriali (**-8%** su base annua)
- Anche le copie digitali diminuiscono sebbene a tassi inferiori rispetto a quelle cartacee (**-2%** su base annua)
- Il peso delle copie digitali sul totale delle vendite di quotidiani rimane inferiore al **10%**

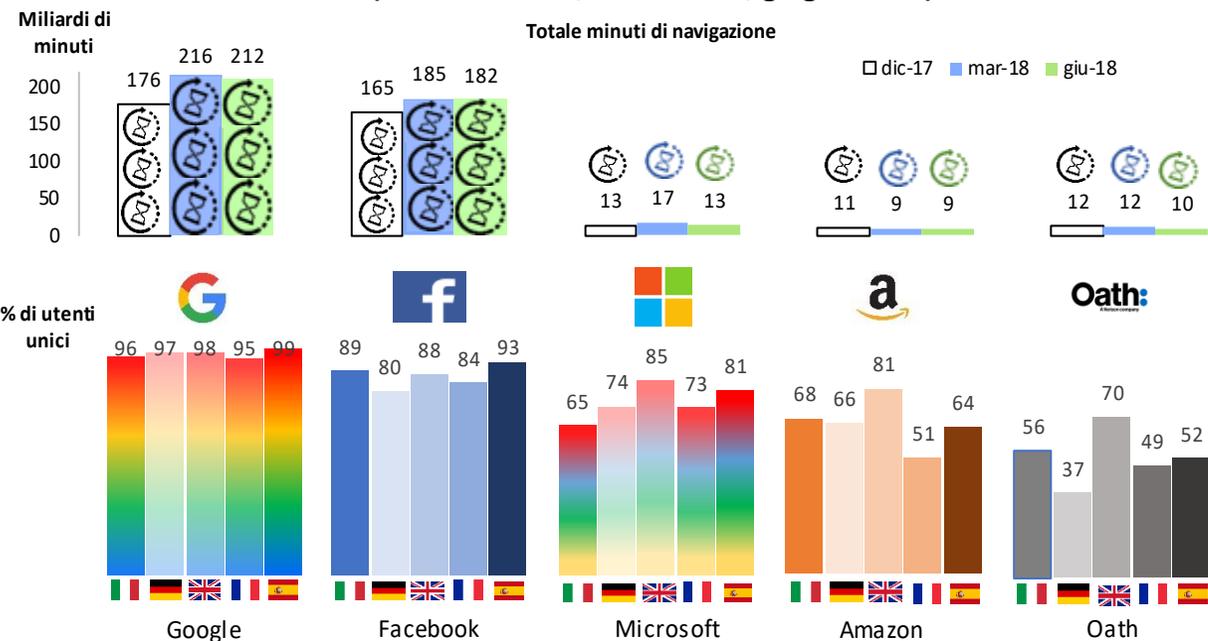


Distribuzione degli utenti unici per i principali Social Network in % (giugno 2018)



- I *social network* presentano una maggiore capacità di penetrazione in Spagna Italia e Inghilterra
- Facebook, al primo posto per utenti unici nei principali paesi UE, conferma la propria *leadership* per popolazione digitale raggiunta
- Instagram (gruppo Facebook) ottiene buone *performance* in Italia, Inghilterra e Spagna superando il **50%** degli internauti
- Twitter è particolarmente utilizzato in Spagna e Regno Unito

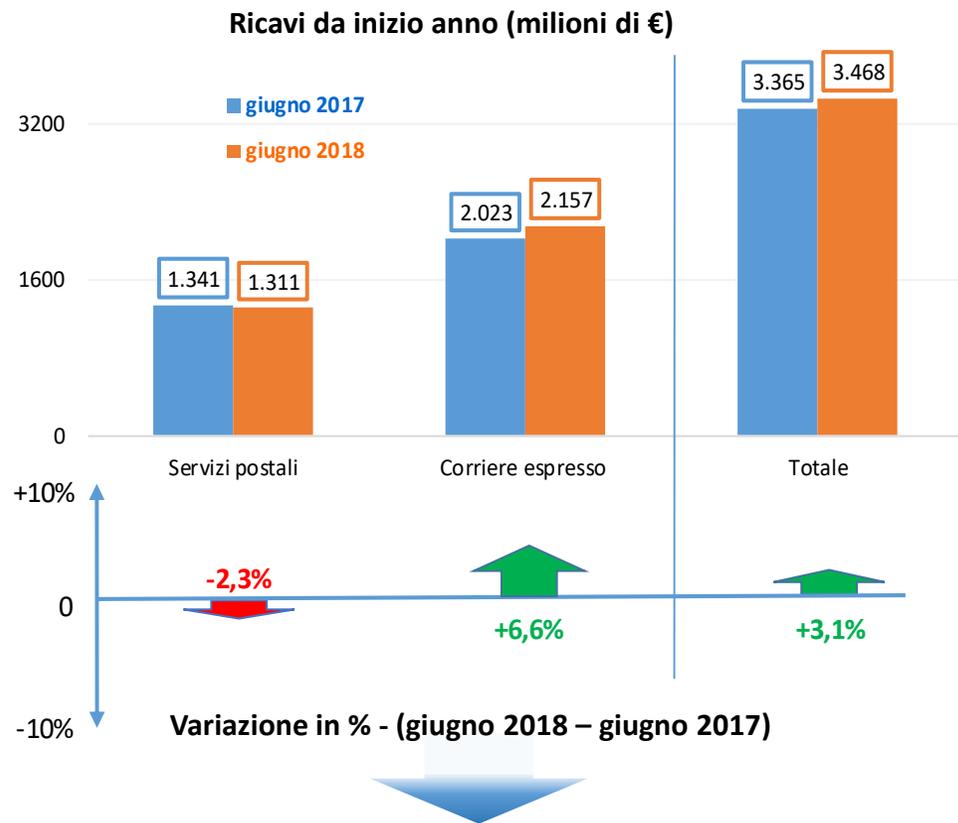
Quota di audience dei principali operatori per utenti unici e tempo medio mensile di navigazione (dicembre 2017, marzo 2018, giugno 2018)



Fonte: elaborazioni Autorità su dati Comscore  
 Italia, Germania, Regno Unito, Francia, Spagna  
 Paesi: [Legend icons for countries]  
 Tonalità: [Legend icons for colors]

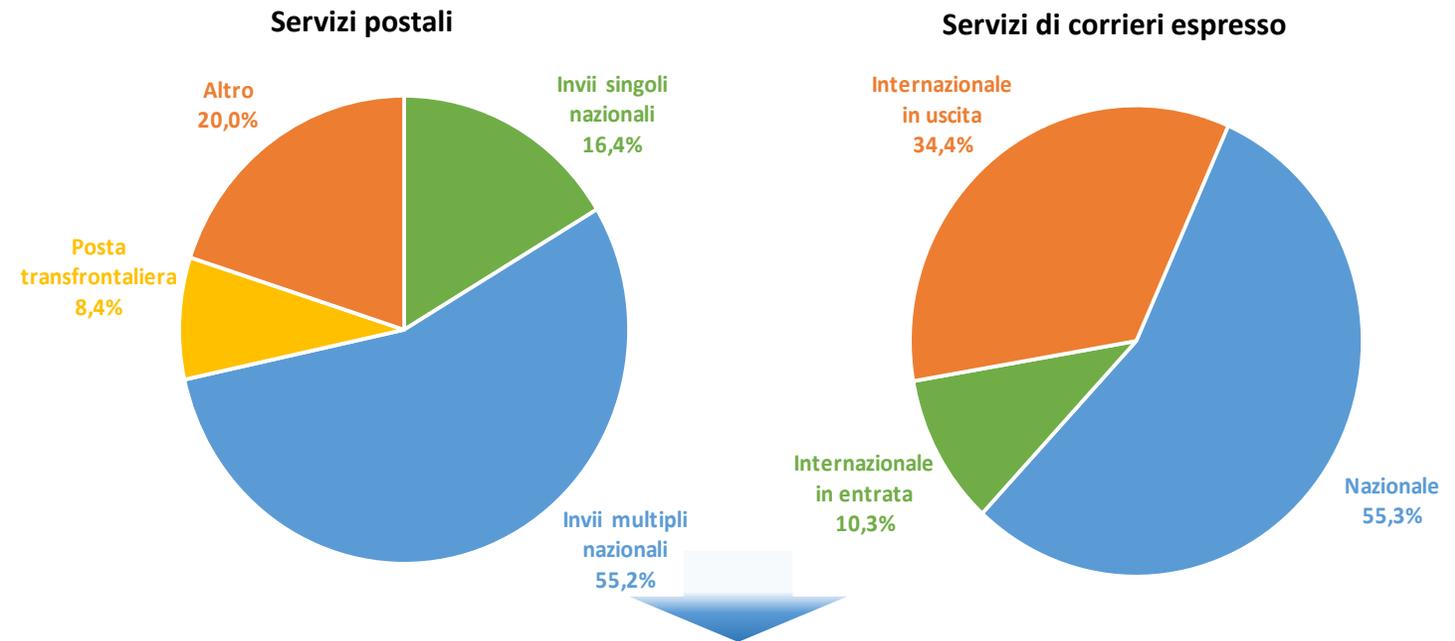
- Nei principali paesi europei il tempo di navigazione giornaliero per persona nel mese di giugno supera le due ore (+4% rispetto a dicembre 2017)
- L'analisi dei primi 5 operatori evidenzia la *leadership* di Google (in tutti gli Stati supera il **95%** dei navigatori)
- Anche Facebook, al secondo posto, ottiene una quota superiore all'**80%** mentre Microsoft raggiunge quote di navigatori superiori al **60%**
- Crescono i minuti di navigazione per Google e Facebook (rispettivamente **+20%** e **+10%**) rispetto a dicembre 2017

# 3.1 Servizi postali e corrieri espresso: andamento dei ricavi



- Nei primi sei mesi del 2018 il mercato nel suo complesso è cresciuto del **3,1%** rispetto a giugno del 2017
- Si osserva una flessione dei servizi postali del **2,3%**, mentre i ricavi derivanti dai servizi di corriere espresso sono cresciuti del **6,6%**

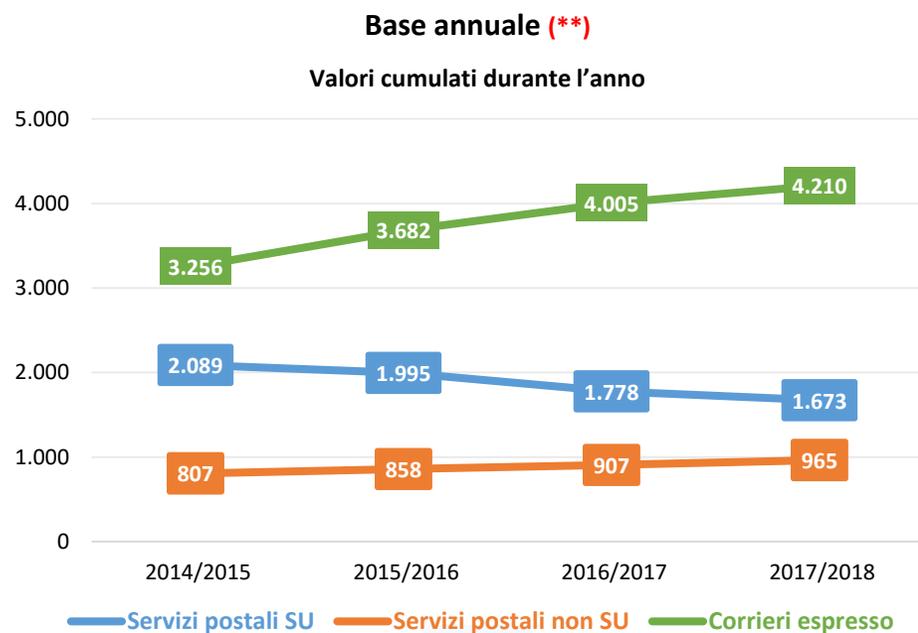
**Ripartizione dei ricavi (giugno 2018 in %)**



- Servizi postali: la principale componente di ricavo è rappresentata dagli «invii multipli nazionali» (poco più del **55%**) che mostrano una flessione, su base annua, del **4,3%**
- Gli invii singoli nazionali pesano per il **16,4%** ma, su base annua, risultano in flessione di oltre il **13%**
- In crescita del **6,7%** la componente dei ricavi ascrivibile agli altri servizi, in gran parte rappresentati dai servizi di «notifica a mezzo posta»
- Corrieri espresso: oltre il **55%** dei ricavi è rappresentato da quelli provenienti dai servizi con mittente e destinatario nazionali, in crescita, su base annua, del **5,4%**
- Le consegne internazionali nel complesso crescono dell'**8,2%** con quelle in entrata che vedono un incremento superiore all'**11%** e quelle in uscita, corrispondentemente, del **7,3%**

**Nota:** i dati sono relativi a: 1) Bartolini, 2) Citypost, 3) DHL Express, 4) Federal Express Europe, 5) Fulmine Group, 6) GLS Italy, 7) Nexive, 8) Poste Italiane, 9) SDA, 10) TNT Global Express, 11) UPS

## 3.2 Servizi postali e corrieri espresso: trend storico dei ricavi (mln €) (\*)

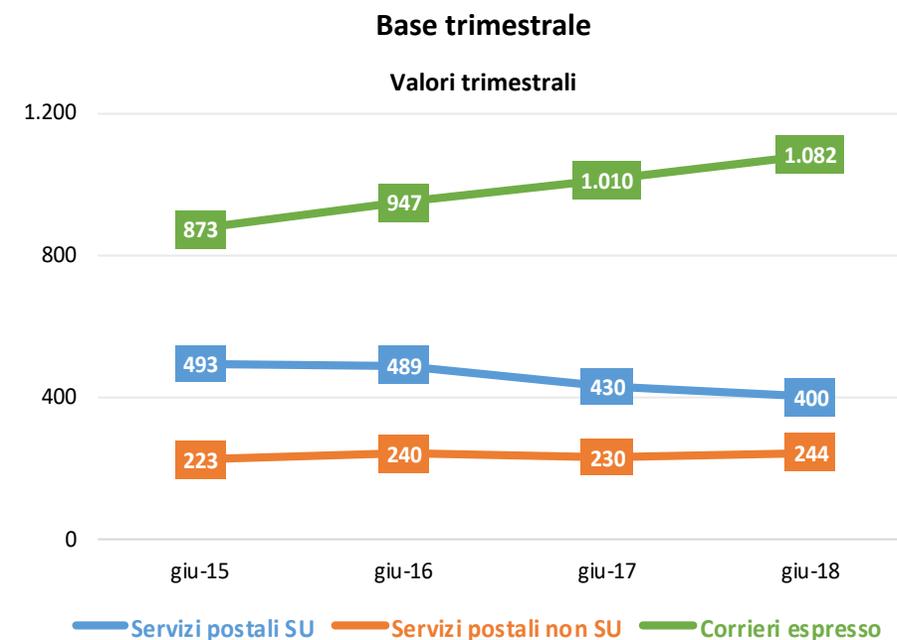


### Servizi postali:

- Negli ultimi quattro anni, i ricavi dei servizi postali inclusi nel SU (Servizio Universale) si riducono di quasi il **20%** (da **2.089** a **1.673** milioni di €) mentre crescono di quasi il **20%** quelli non inclusi nel SU (da **807** a **965** milioni di €)

### Corrieri espresso:

- Aumentano del **29,3%** le risorse economiche dei corrieri espresso (da **3.256** ad oltre **4.210** milioni di €)



### Servizi postali:

- Si riducono nel complesso del **10%**, con i ricavi derivanti da servizi postali soggetti a Servizio Universale in riduzione, nel periodo, del **18,8%** e quelli non inclusi che al contrario vedono una crescita del **9,2%**

### Corrieri espresso:

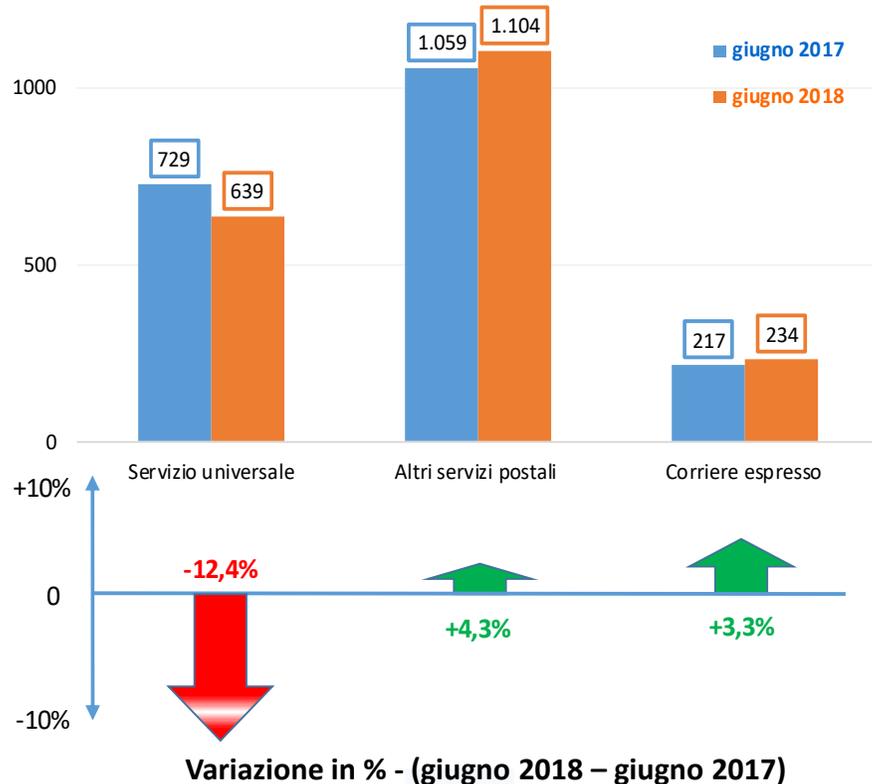
- Nel periodo considerato, la crescita dei ricavi trimestrali è del **24%**

(\*) Marginali disomogeneità nella serie storica sono dovute ai mutamenti occorsi nel campione di imprese oggetto del monitoraggio o a riclassifiche operate dalle imprese. I risultati consolidati non mutano ovviamente la sostanza dei trend illustrati

(\*\*) Valori calcolati (come per la successiva slide 4.4) su base annuale relativamente agli ultimi 12 mesi solari di riferimento. Ad esempio i valori dell'anno «2017/2018» sono relativi ai valori cumulati dei trimestri 3T17-4T17-1T17-2T18

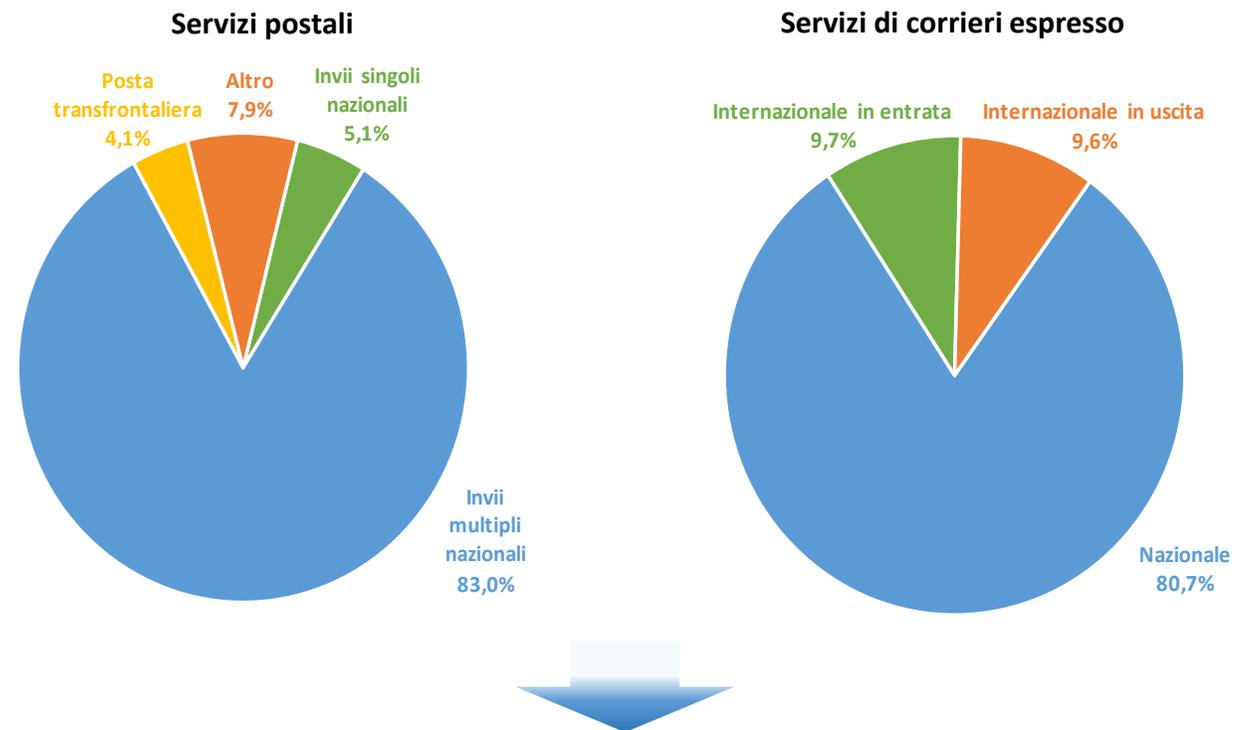
# 3.3 Servizi postali e corrieri espresso: andamento dei volumi

Volumi da inizio anno (milioni di unità)



- I volumi complessivi del settore si riducono di **1,4 p.p.**
- Tale risultato è ascrivibile, in particolare, a una flessione dei volumi dei servizi compresi nel Servizio Universale (**-12,4%**), a cui si contrappone la crescita di quelli degli altri servizi postali (**+4,3%**) e quelli relativi ai corrieri espresso (**+7,6%**)

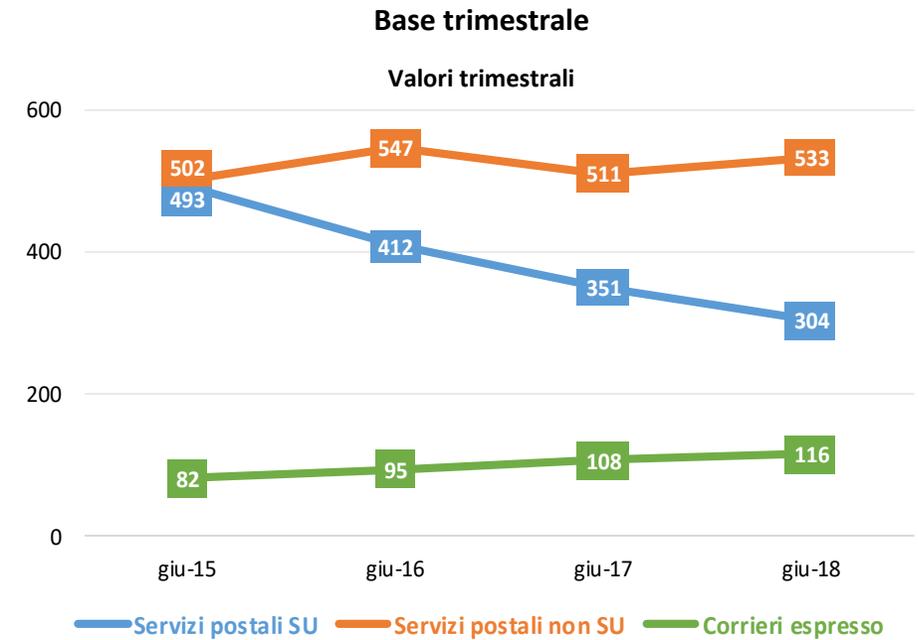
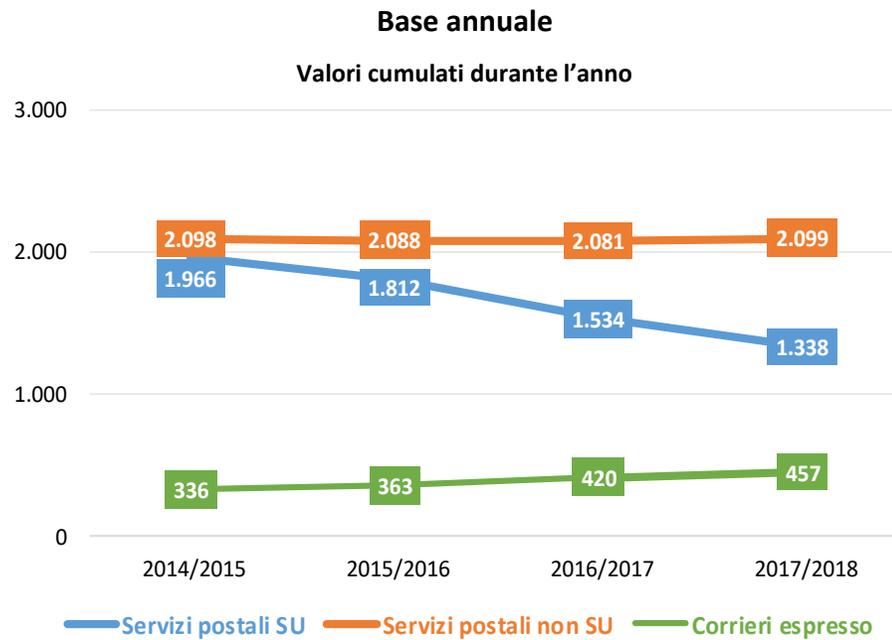
Ripartizione dei volumi (giugno 2018 in %)



- Servizi postali: gli invii multipli nazionali, rappresentati in larga parte dalla consegna delle comunicazioni relative a bollette e servizi finanziari, risultano di gran lunga la componente principale dei volumi (**83%**)
- Tale categoria risulta, tuttavia, in flessione (di **2,2 p.p.**), anche a causa del progressivo diffondersi della gestione online di questa tipologia di servizi
- Corriere espresso: crescono (**+6,7 p.p.**) le attività su base nazionale (che rappresentano oltre l'**80%** del totale); ancora più marcato (**+11,4 p.p.**) è l'aumento dei servizi basati sulla consegna o sulla ricezione verso/da paesi esteri



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



## Servizi postali:

- Negli ultimi quattro anni, i volumi dei servizi postali inclusi nel Servizio Universale si riducono di quasi il **32%** (da poco meno di **1.966** milioni a meno di **1.338** milioni di unità) mentre rimangono sostanzialmente stabili quelli non inclusi nel SU

## Corrieri espresso:

- Aumentano del **35,9%** i volumi dei corrieri espresso, che passano da **336** a **457** milioni di pacchi movimentati durante l'anno

## Servizi postali:

- Su base trimestrale, si osserva una flessione media del **15,9%**, derivante soprattutto dalla riduzione (**-38,3%**) dei servizi soggetti a SU, mentre gli altri servizi postali mostrano una crescita del **6,2%**

## Corrieri espresso:

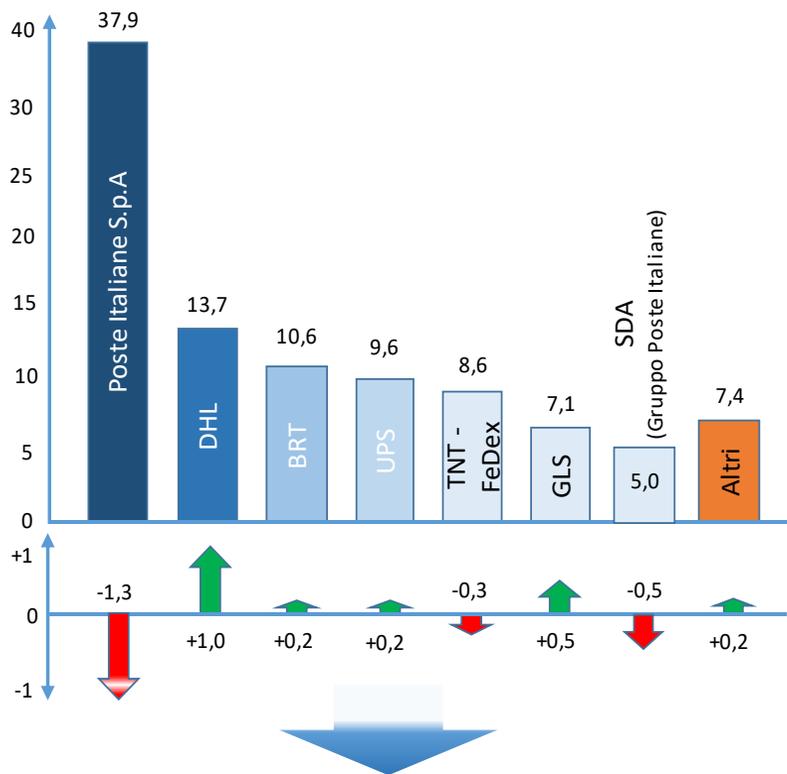
- Nel periodo considerato, i volumi crescono di oltre il **41,8%**, e nel secondo trimestre del 2018 i pacchi movimentati risultano pari a circa 120 milioni di unità

(\*) – Valori calcolati su base annuale relativamente agli ultimi 12 mesi solari di riferimento. Ad esempio i valori dell'anno «2017/2018» sono relativi ai valori derivanti dai dati trimestrali 3T17-4T17-1T17-2T18



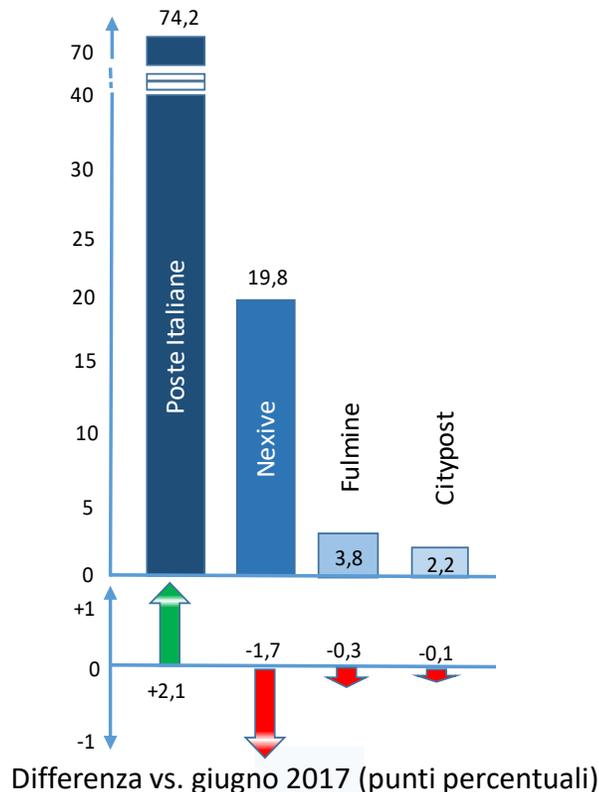
# 3.5 Servizi postali e corrieri espresso: il quadro concorrenziale

### Settore postale (comprensivo dei corrieri espresso)



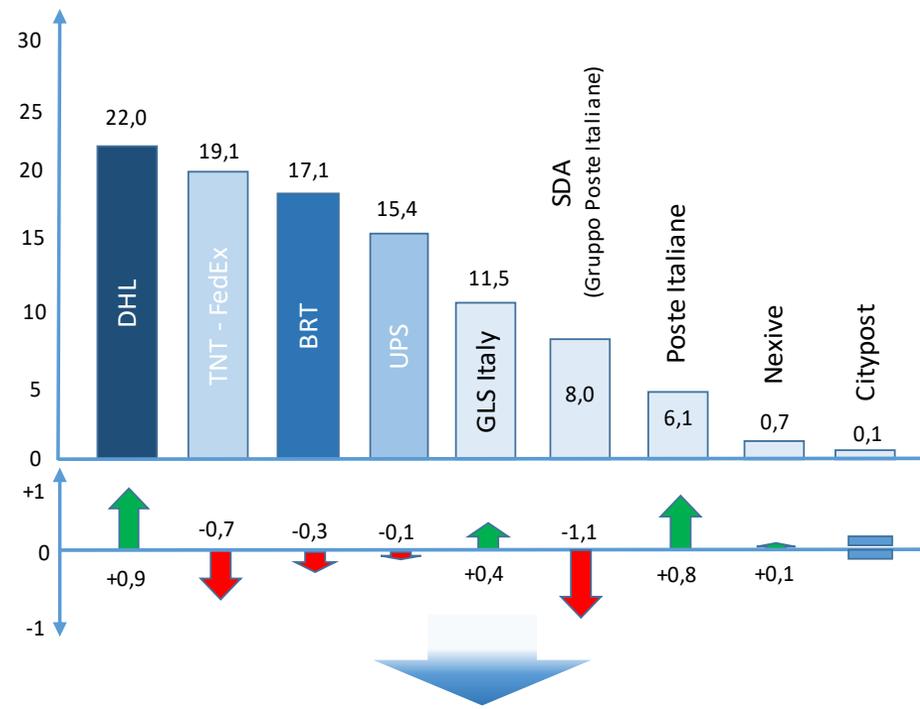
- Poste italiane è *leader* del segmento con il **37,9%** e, congiuntamente a SDA, sfiora il **43%** in calo di **1,3** p.p. rispetto allo scorso anno
- DHL, UPS, BRT e TNT-FedEx pesano nel complesso il **42,6%**, su base annua mostrano nel complesso una crescita di oltre **1** p.p.

### Servizi postali non rientranti nel Servizio Universale



- Con riferimento alla filiera dei servizi postali in concorrenza, Poste Italiane, stante la sua presenza storica, si conferma largamente leader del segmento con il **74%**
- Segue Nexive con il **19,8%**

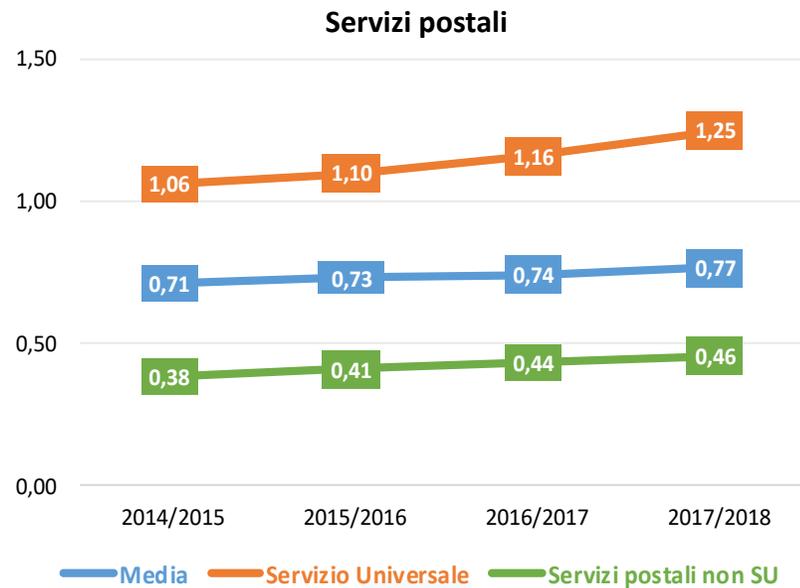
### Corrieri espresso



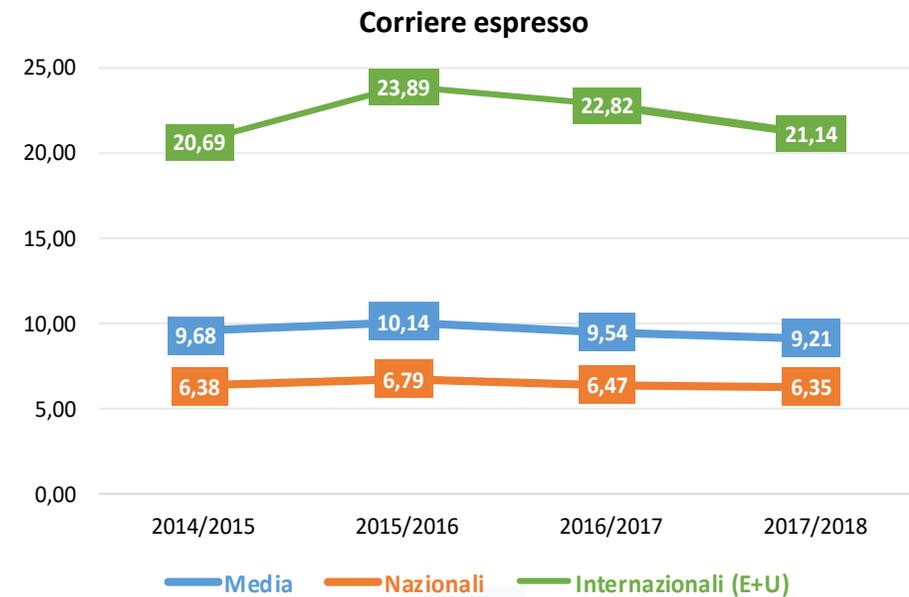
- Quello dei corrieri espresso è il segmento dove è maggiormente intensa la competizione
- Tra le imprese considerate, il principale soggetto è DHL con il **22,0%** (+**0,9** p.p. su base annua), seguito da TNT-FedEx con il **19,1%**, in leggera flessione rispetto allo scorso anno (**-0,7** p.p.)
- In marginale crescita Poste Italiane (**+0,8** p.p.), in flessione SDA (**-1,1** p.p.)



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



- I ricavi unitari medi, sono cresciuti nel periodo considerato del **7,7%** e risultano pari per gli ultimi dodici mesi a **0,77 €**
- I ricavi unitari relativi ai servizi in regime di Servizio Universale risultano nettamente superiori alla media (**1,25 €**)
- Per converso, i ricavi unitari degli altri servizi postali (**0,46 €**) risultano significativamente inferiori a quelli medi, ma nel periodo osservato risultano in crescita del **19,5%**



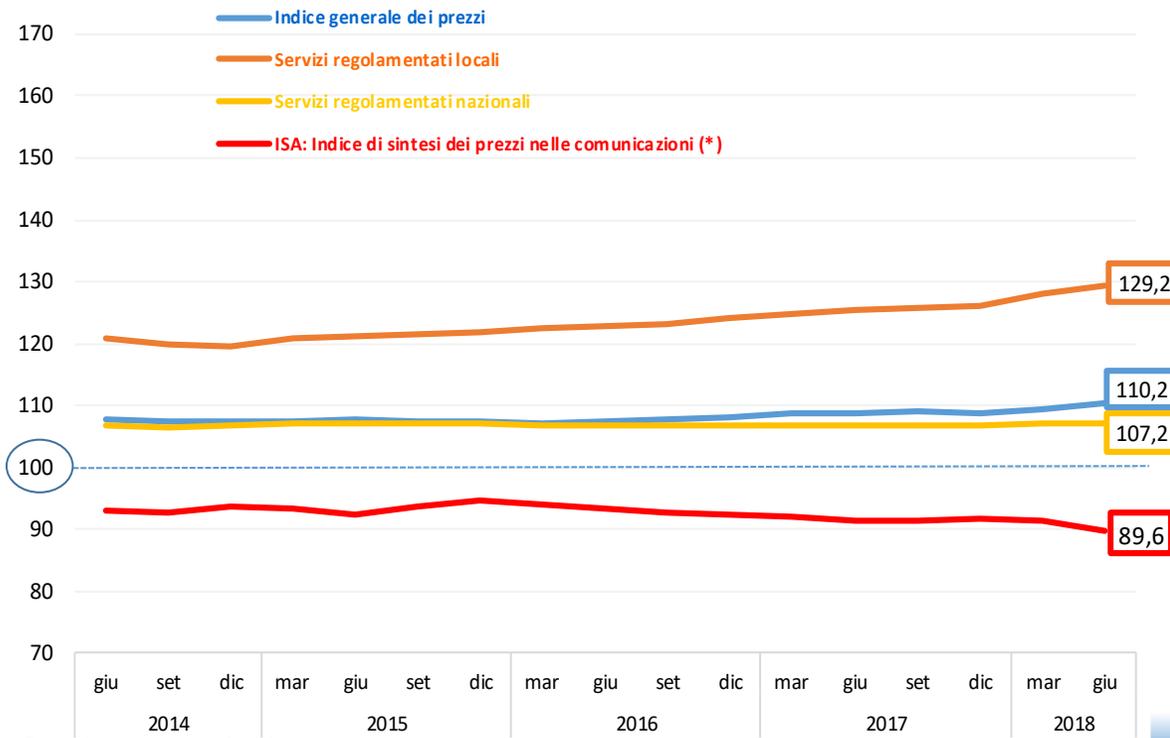
- Nel periodo considerato i ricavi unitari medi sono scesi del **4,9%** e risultano pari, in media, negli ultimi dodici mesi a **9,21 €**
- Gli introiti unitari relativi alle consegne sul territorio nazionale risultano sostanzialmente stabili nel periodo considerato
- Gli introiti unitari relativi ai pacchi internazionali presentano un livello dei ricavi unitaria superiore a quello medi; nel periodo osservato si registra un aumento (da **20,69€** a **21,14€**), risultato di una consistente differenziazione tra movimentazione in entrata (circa **10 €**) e quella «in uscita», il cui ricavo unitario negli ultimi 12 mesi, risulta in media pari a **32 €**

(\*) – Valori calcolati su base annuale relativamente agli ultimi 12 mesi solari di riferimento. Ad esempio i valori dell'anno «2017/2018» sono relativi ai valori derivanti dai dati trimestrali 3T17-4T17-1T17-2T18



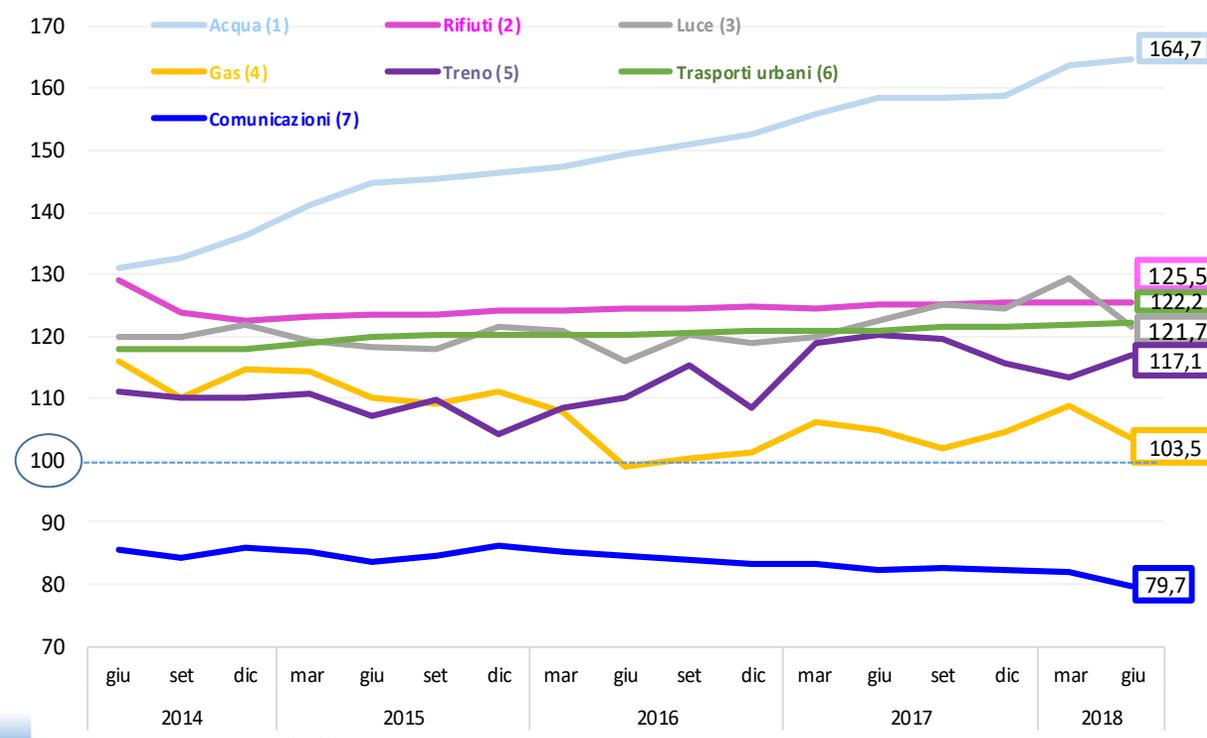
# 4.1 Prezzi: indici generali e principali utilities (2010=100)

### Indici prezzi generali



Fonte: Istat ed elaborazioni Agcom

### Indici prezzi utilities



Fonte: Istat ed elaborazioni Agcom

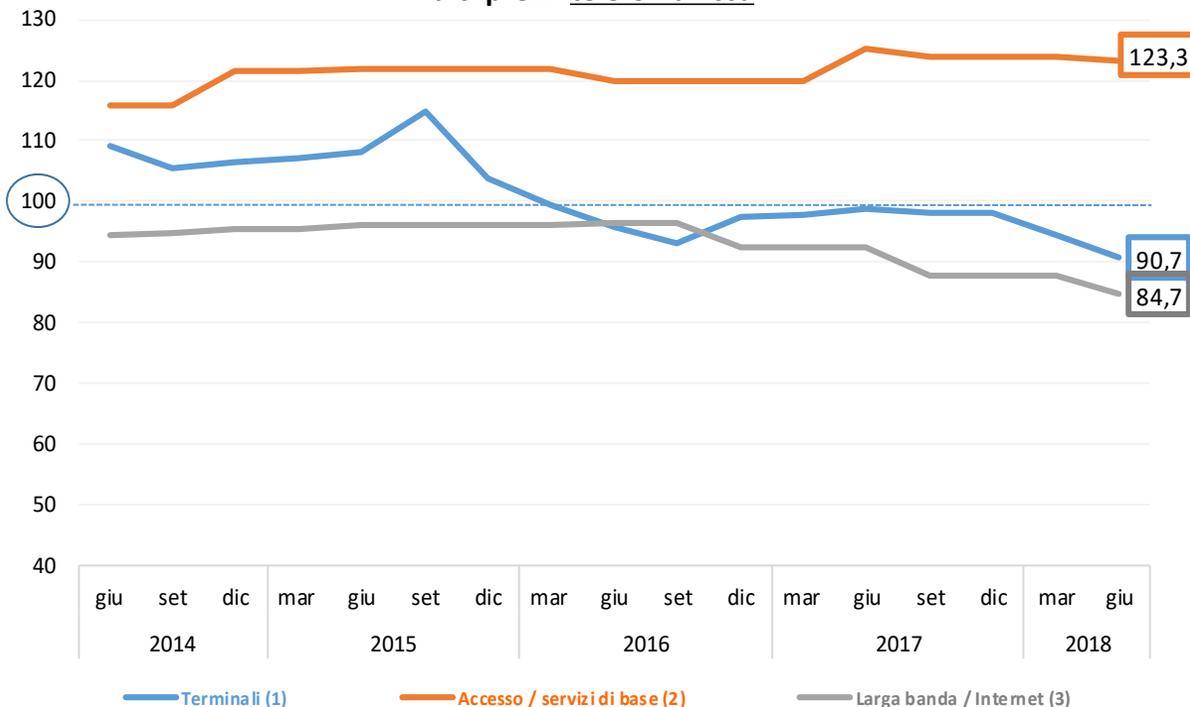
- Nel periodo considerato (giugno 2014-giugno 2018), l'ISA (*Indice Sintetico Agcom*)<sup>(\*)</sup> l'indice dei prezzi dell'insieme dei prodotti e servizi di comunicazione mostra una flessione del **3,7%** (-1,8% su base annua)
- I prezzi dei servizi regolamentati su base nazionale mostrano una dinamica che negli ultimi mesi si sta disallineando rispetto a quella generale dei prezzi (**107,2** vs **110,2**)
- I prezzi dei servizi regolati a livello locale evidenziano un andamento significativamente superiore a quello generale dei prezzi (**129,2** vs **110,2**)
- Tra le diverse utilities considerate, i servizi di comunicazione, nel loro complesso, sono gli unici a presentare un livello dei prezzi inferiore a quello del 2010

(\*) Sono inclusi i servizi postali, gli apparecchi ed i servizi per la telefonia fissa e mobile, la pay tv, l'editoria quotidiana e periodica, per complessive 9 distinte voci.



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

### Indici prezzi telefonia fissa



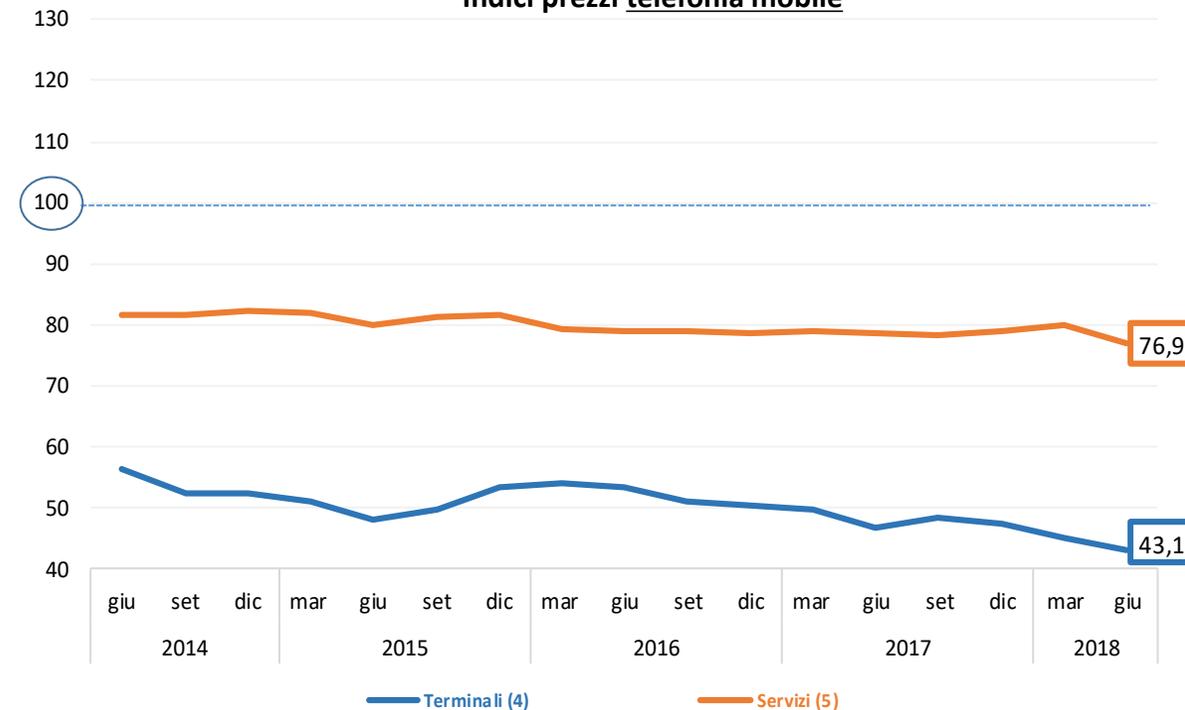
Fonte: Istat ed elaborazioni Agcom

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



- I prezzi dei servizi broadband risultano significativamente inferiori a quelli di giugno 2014
- Tuttavia, risulta in crescita l'indice dei prezzi dei servizi di base e dell'accesso

### Indici prezzi telefonia mobile



Fonte: Istat ed elaborazioni Agcom

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

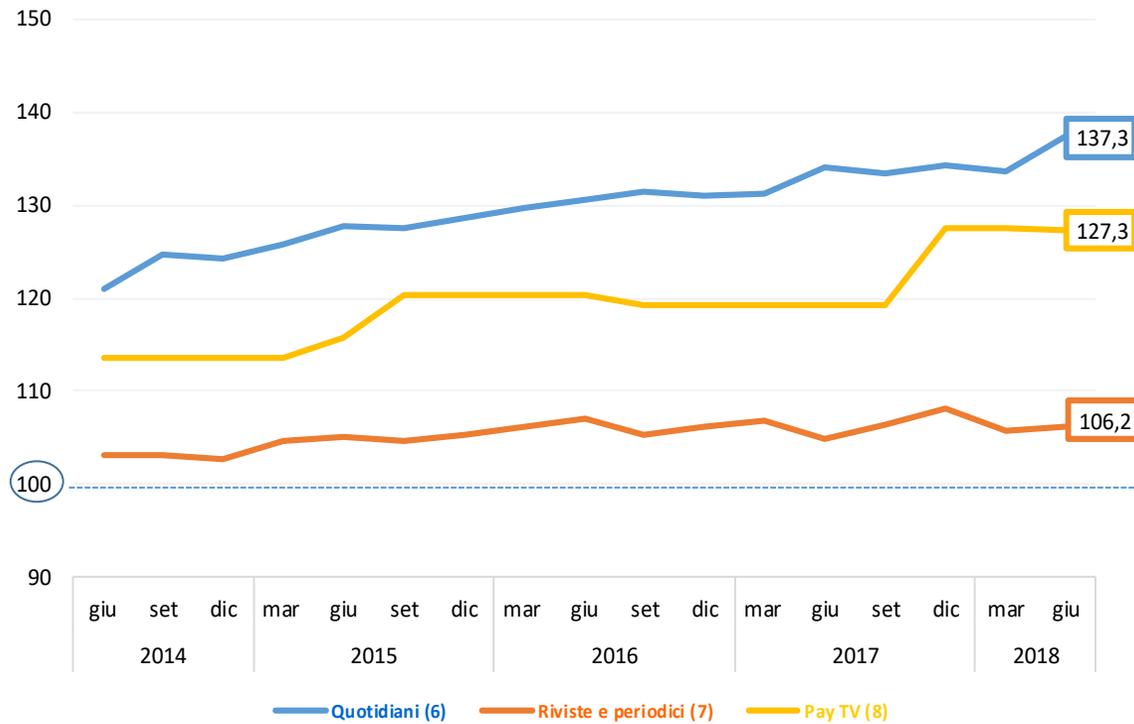


- Su base annua i prezzi dei servizi mobili rilevati da Istat mostrano una lieve riduzione
- Con riguardo all'intero periodo i servizi di base scendono di **5,6 p.p.**
- Da giugno 2014, i prezzi dei terminali mostrano una sensibile riduzione (**-23,4 p.p.**)



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

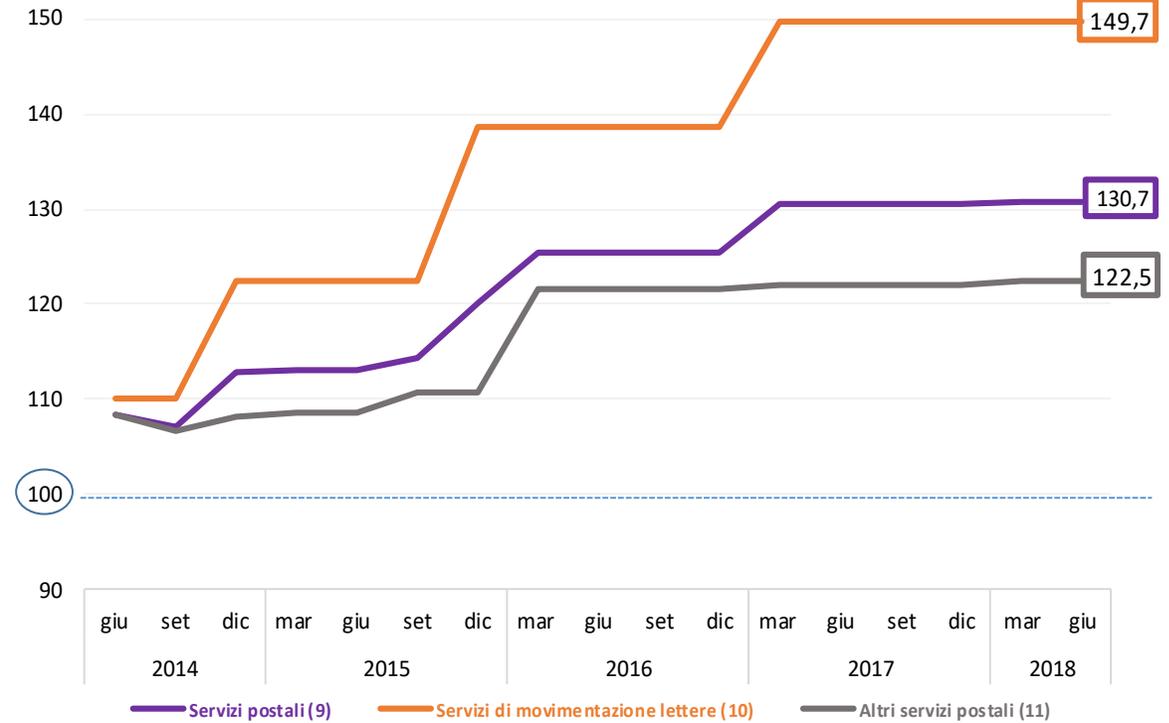
### Indici prezzi quotidiani, periodici e TV



Fonte: Istat ed elaborazioni Agcom

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

### Indici prezzi servizi postali



Fonte: Istat ed elaborazioni Agcom

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

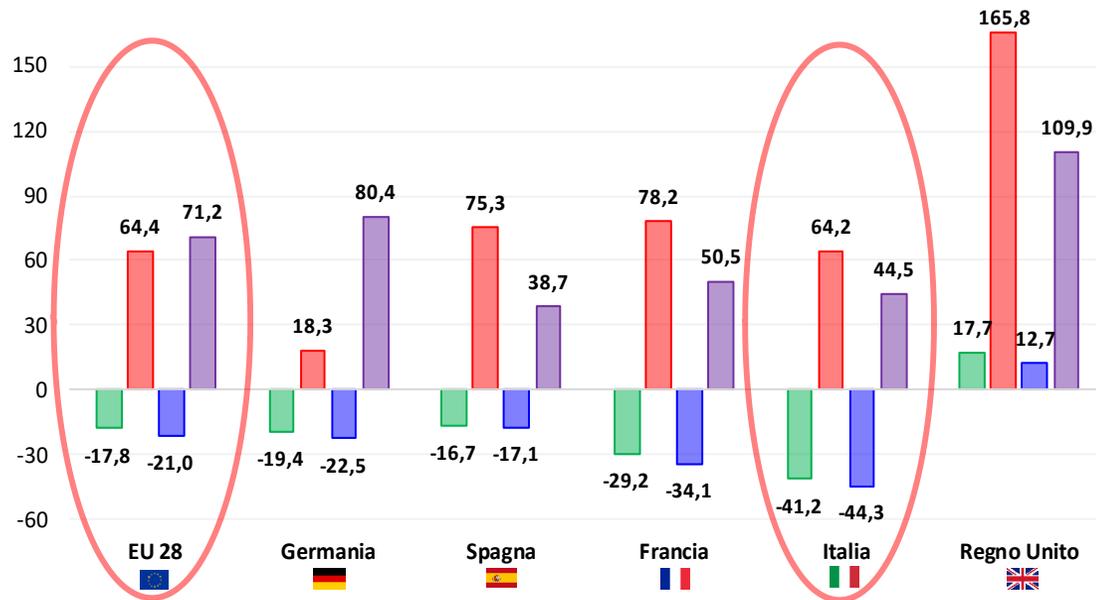


- Nel periodo considerato (giugno 2014-giugno 2018), si osserva un aumento dell'indice dei prezzi dell'editoria quotidiana di poco superiore al **13%**, assai più contenuto è quello relativo all'editoria periodica (**+3,1%**)
- Su base annua, la crescita dell'indice dei prezzi è pari al **6,7%** per la Pay TV, all'**2,4%** per i quotidiani, e al **1,3%** per i servizi postali
- Nel periodo considerato il settore postale ha visto aumentare i prezzi mediamente del **20,7%**; in particolare, con riferimento ai servizi di movimentazione delle lettere, è possibile riscontrare un consistente aumento, mentre gli «altri servizi postali» (che includono i servizi di corriere espresso) mostrano incrementi più contenuti

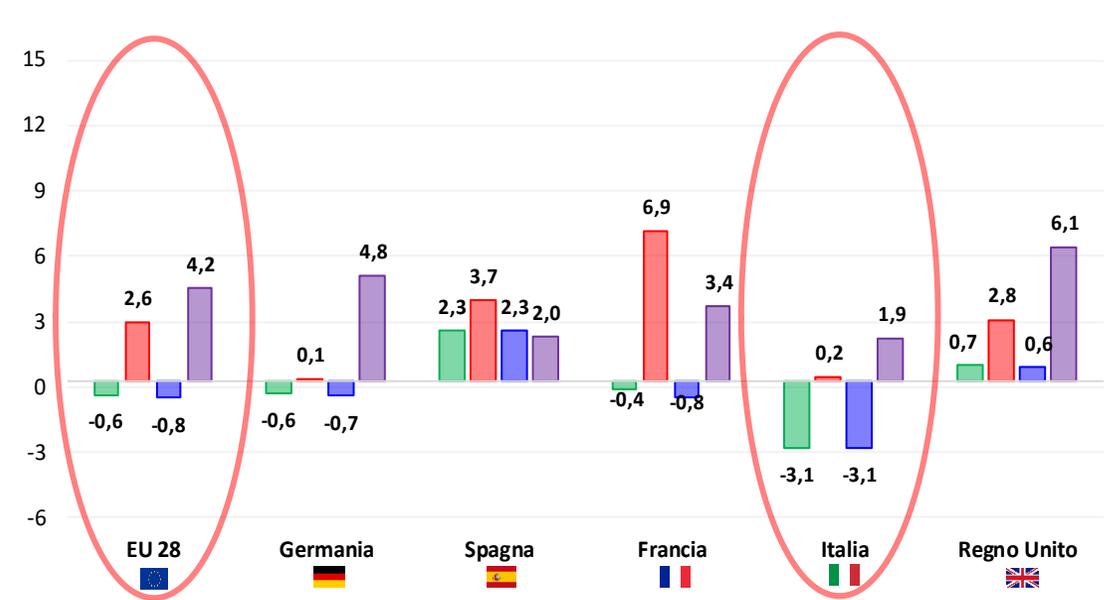
## 4.4 Prezzi: dinamiche dei prezzi in Europa (indice 2015=100)



Variazione dei prezzi tra giugno 2002 e giugno 2018 (%)



Variazione dei prezzi tra giugno 2017 e giugno 2018 (%)



Fonte: Eurostat ed elaborazioni Agcom

Comunicazioni

Servizi postali

TLC - servizi e apparati

Quotidiani e periodici

Fonte: Eurostat ed elaborazioni Agcom



- Secondo i dati Eurostat, nel periodo considerato (giugno 2002 – giugno 2018) l'Italia mostra, per i prezzi di terminali e servizi di telecomunicazione, una significativa riduzione, superiore a quella media europea: **-44,3 vs -21,0%**
- L'editoria, quotidiana e periodica, mostra in Italia un incremento più contenuto rispetto alla media europea, sia con riferimento all'intero periodo (**+44,5 vs +71,2%**), sia su base annua (**+1,9% vs 4,2%**)
- La crescita dei prezzi nei servizi postali in Italia è in linea rispetto alla media europea; tra i cinque specifici paesi considerati, solo la Germania ha mostrato una dinamica dei prezzi più contenuta rispetto all'Italia



**Servizio Economico Statistico**  
[ses@agcom.it](mailto:ses@agcom.it)

**Roma**  
Via Isonzo 21/b - 00198

**Napoli**  
Centro Direzionale Isola B5 -  
80143