



AUTORITÀ PER LE  
GARANZIE NELLE  
COMUNICAZIONI

# OSSERVATORIO SULLE COMUNICAZIONI

N. 1/2023



# 01 COMUNICAZIONI ELETTRONICHE

## Rete fissa

- 1.1 Accessi diretti complessivi
- 1.2 Accessi broadband e ultrabroadband
- 1.3 Accessi broadband e ultrabroadband per tipologia di clientela e operatore
- 1.4 Accessi broadband e ultrabroadband per tecnologia e operatore
- 1.5 Traffico dati in download e upload
- 1.6 Traffico dati medio giornaliero
- 1.7 Traffico dati medio giornaliero per linea broadband
- 1.8 Traffico dati, intensità dei flussi settimanali
- 1.9 Copertura per tecnologia e velocità

## Rete mobile

- 1.10 Linee complessive
- 1.11 Sim human per tipologia di clientela
- 1.12 Sim human per tipologia di contratto
- 1.13 Traffico dati in download e upload
- 1.14 Traffico dati medio giornaliero
- 1.15 Traffico dati medio giornaliero per sim «human»
- 1.16 Traffico dati, intensità dei flussi settimanali
- 1.17 Portabilità del numero

# 02 MEDIA E PIATTAFORME

## Televisione (DVB-T e SAT)

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

## Editoria quotidiana

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

## Piattaforme

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

# 03 SERVIZI POSTALI

## Ricavi

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

## Volumi

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

## Il mercato

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

**L'Osservatorio sulle comunicazioni** è una pubblicazione trimestrale elaborata dalla *Direzione studi ricerche e statistiche* dell'Autorità.

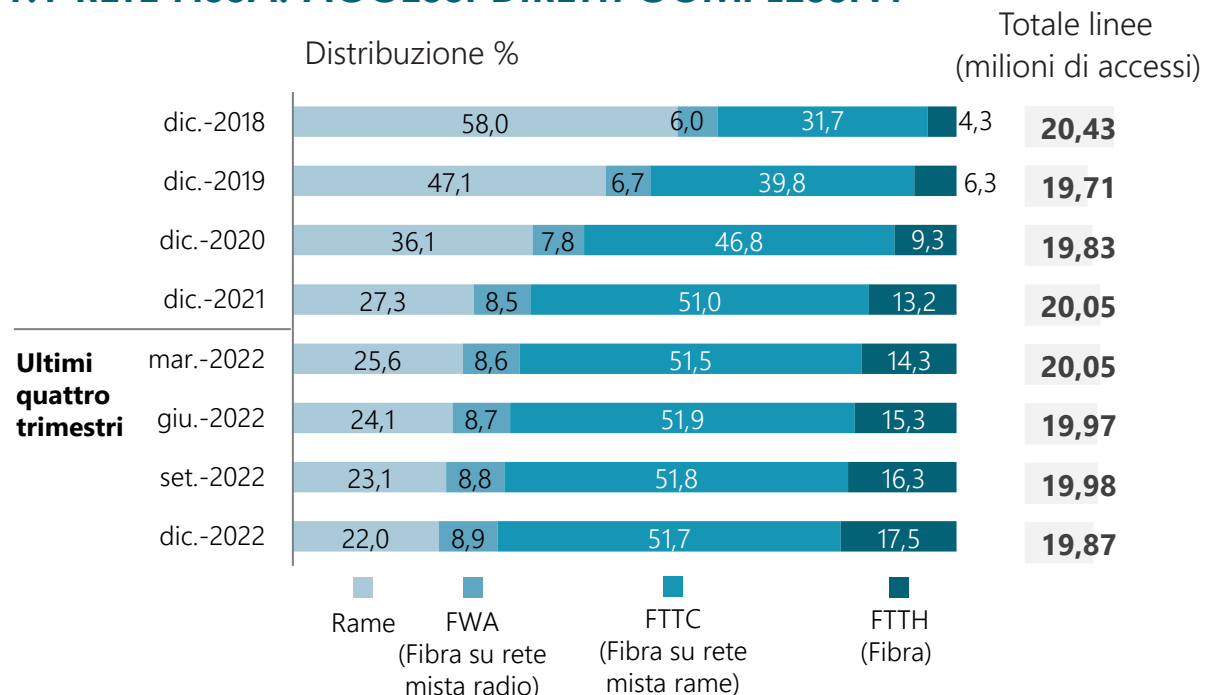
I valori riportati nelle sezioni 1 e 3 dell'Osservatorio, sono stime basate su informazioni fornite dalle principali imprese presenti nei mercati delle comunicazioni elettroniche e dei servizi di corrispondenza e di consegna pacchi. Con riguardo alla sezione dedicata ai media e alle piattaforme (sezione 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 dicembre 2022. Le composizioni percentuali sono arrotondate automaticamente alla prima cifra decimale. In alcuni casi i dati non risultano direttamente confrontabili con quelli riportati nelle precedenti edizioni dell'Osservatorio a seguito di operazioni di riclassificazione operate dalle imprese e di affinamenti nelle metodologie di elaborazione.

# 04 I PREZZI DEI SERVIZI DI COMUNICAZIONE

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

# 1.1 RETE FISSA: ACCESSI DIRETTI COMPLESSIVI

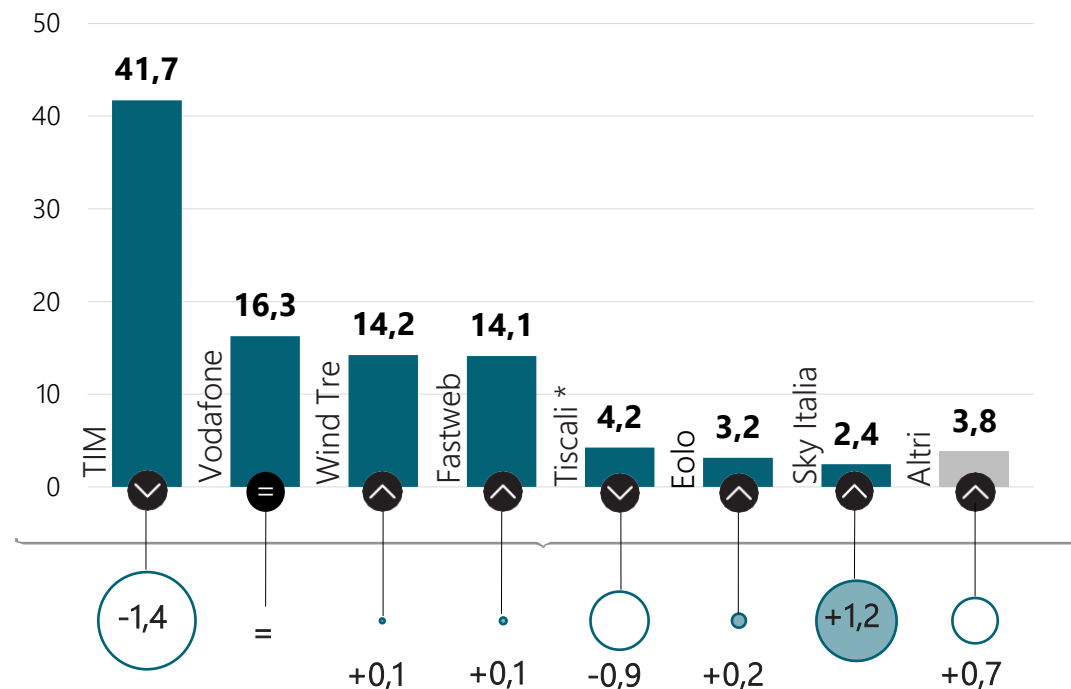


Nota: Sono compresi gli accessi fisici TIM, Full ULL, SLU, Vula, DSL Naked, WLR, Bitstream NGA, Fibra e FWA

Totale linee	(valori assoluti)	(Δ %)	Composizione %	(Δ 2021-2022)	punti percentuali
Variazione trimestrale:	<b>-115 mila</b> accessi	↓ -0,6	Rame:	-5,3	↓
Variazione annuale:	<b>-184 mila</b> accessi	↓ -0,9	FWA:	+0,4	↑
Variazione periodo:	<b>-559 mila</b> accessi	↓ -2,7	FTTC:	+0,7	↑
			FTTH:	+4,2	↑

## QUOTE DI MERCATO (%)

DICEMBRE 2022

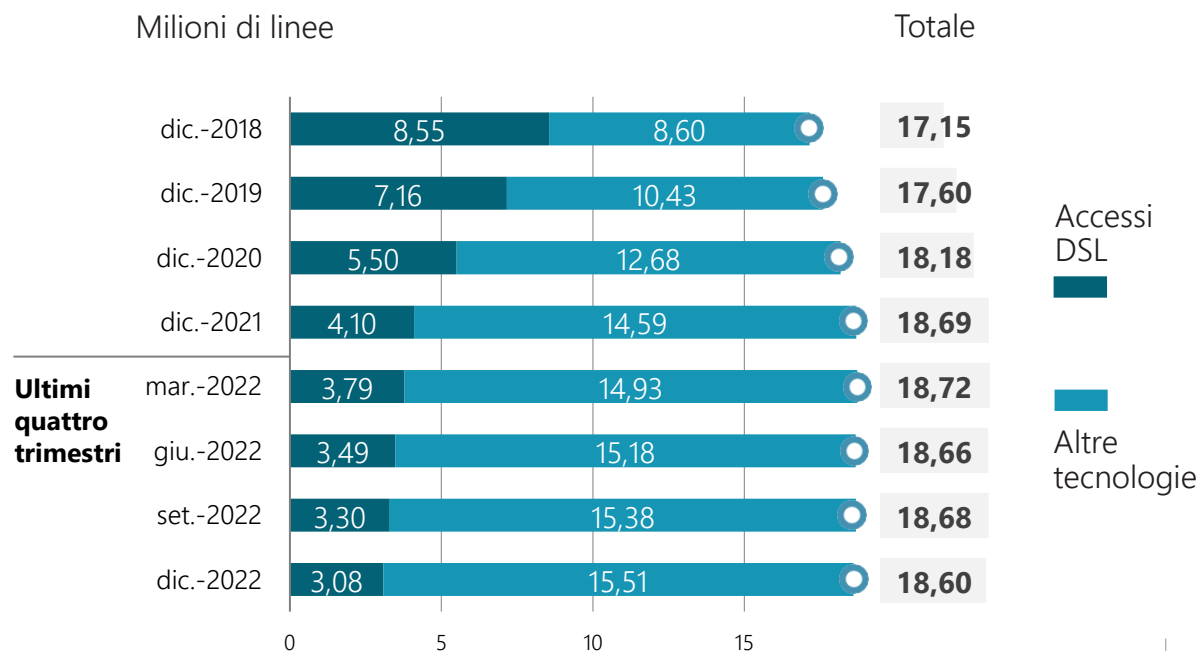


Differenza vs. dicembre 2021 (punti percentuali)

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

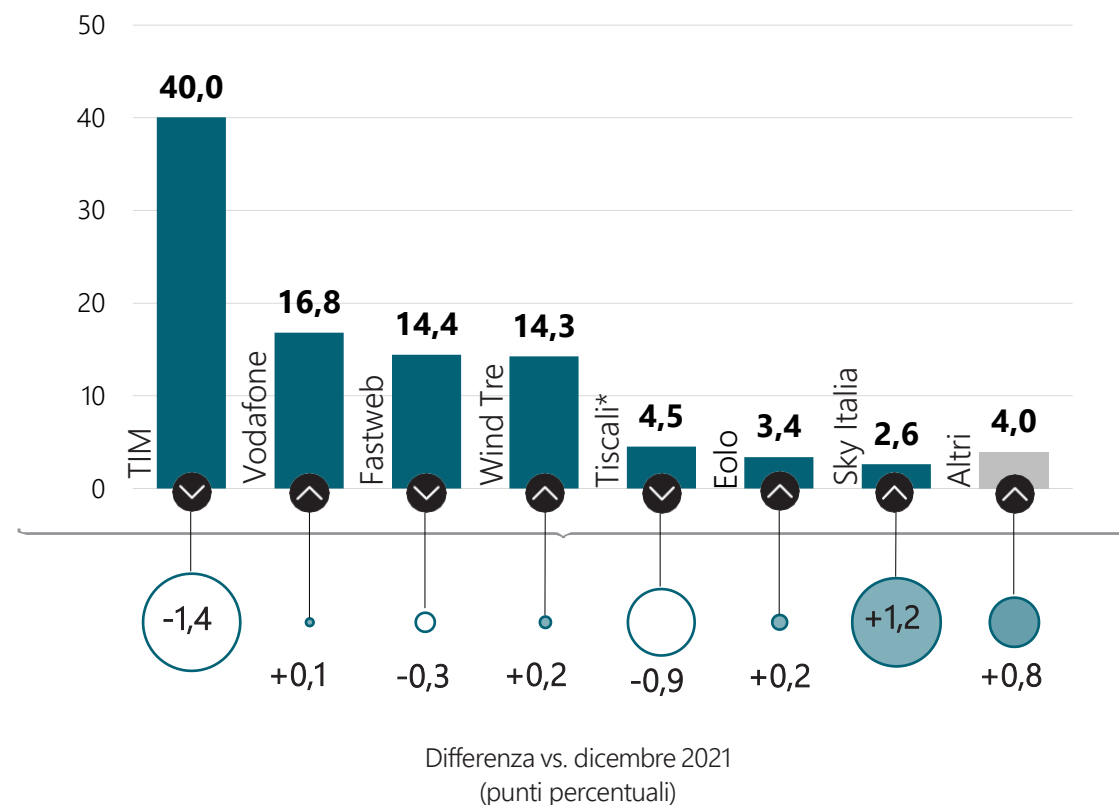
Nota: a seguito di riclassifiche effettuate dalle imprese e di affinamenti metodologici predisposti dall'Autorità nella determinazione del complessivo numero di linee su rete fissa, i valori esposti non sono confrontabili con quanto corrispondentemente illustrato nelle precedenti versioni dell'Osservatorio

## 1.2 RETE FISSA: ACCESSI BROADBAND E ULTRABROADBAND



### QUOTE DI MERCATO (%)

DICEMBRE 2022



Variazione trimestrale  
(Set. 2021 – Dic. 2022)

Totale linee



**-83 mila**  
accessi  
(-0,4%)

Variazione annuale  
(Dic. 2021 – Dic. 2022)

Totale linee



**-90 mila**  
accessi  
(-0,5%)

Accessi DSL



**-1.013 mila**  
accessi  
(-24,7%)

Altre tecnologie



**+923 mila**  
accessi  
(+6,3%)

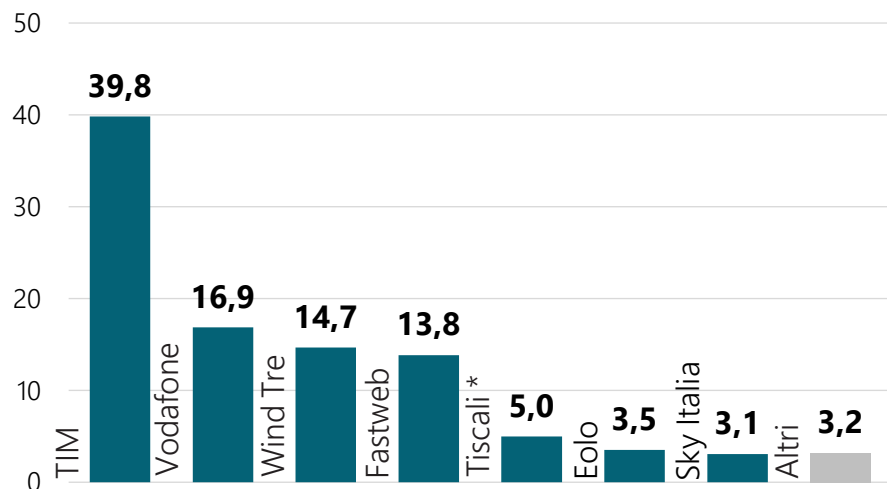
\* Il valore esposto - a seguito della fusione intervenuta a partire dallo scorso 1° agosto - include anche la quota in precedenza attribuita a Linkem

# 1.3: RETE FISSA: ACCESSI BROADBAND E ULTRABROADBAND PER TIPOLOGIA DI CLIENTELA E OPERATORE

DICEMBRE 2022

## UTENZE RESIDENZIALI

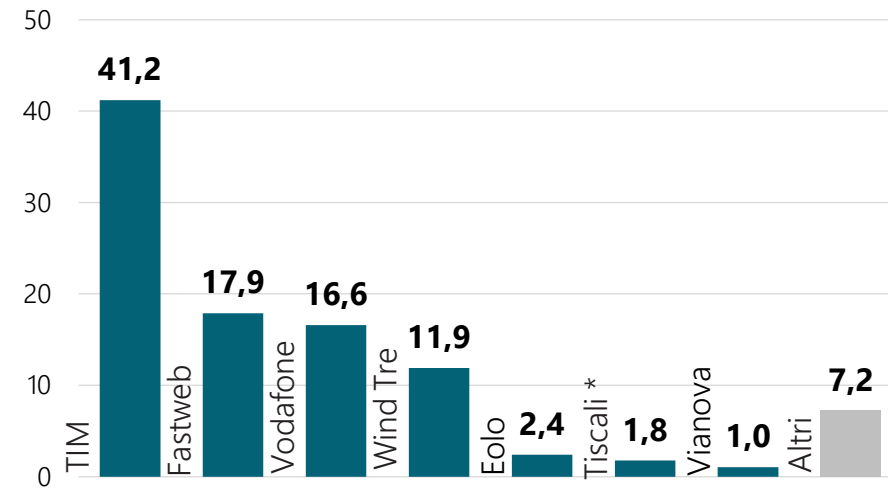
Totale linee: **15,830** milioni di accessi



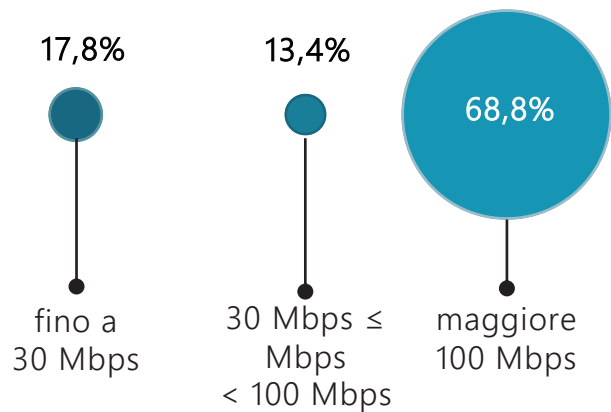
per operatore (%)

## UTENZE AFFARI

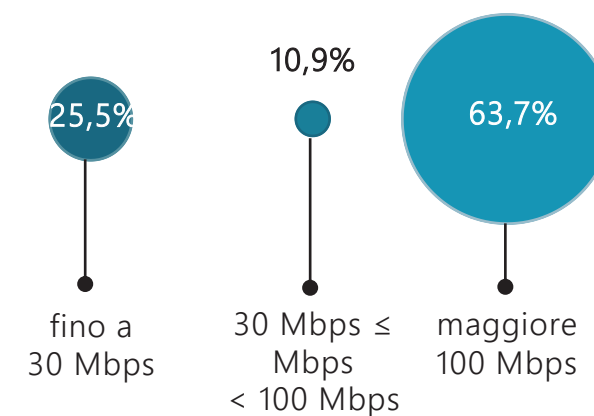
Totale linee: **2,766** milioni di accessi



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



per classi di velocità commercializzate (%)



# 1.4 RETE FISSA: ACCESSI BROADBAND E ULTRABROADBAND PER TECNOLOGIA E OPERATORE

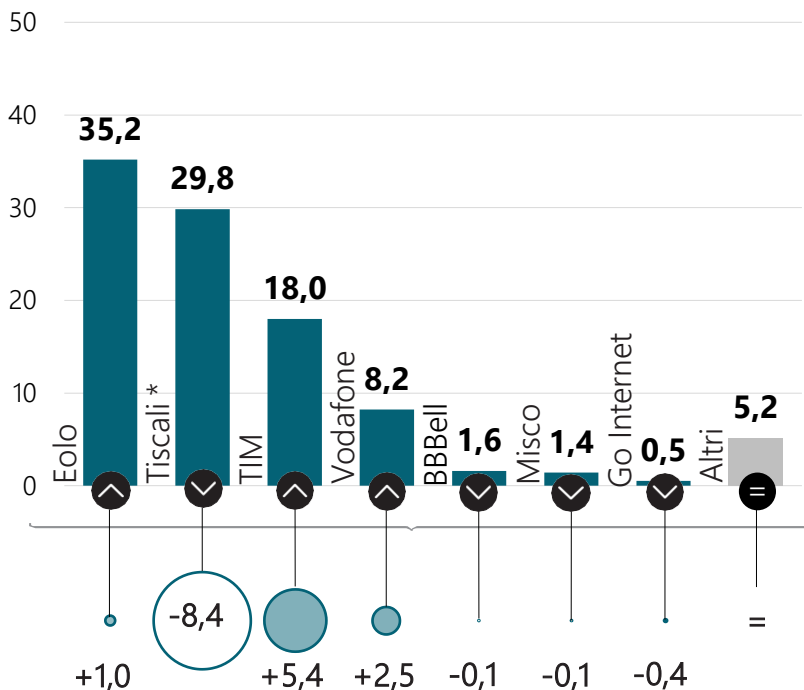
DICEMBRE 2022

## FWA

Totale linee: **1,77** milioni di accessi

Variazione  
Dic. 2021 – Dic. 2022

**+3,6%** ↑

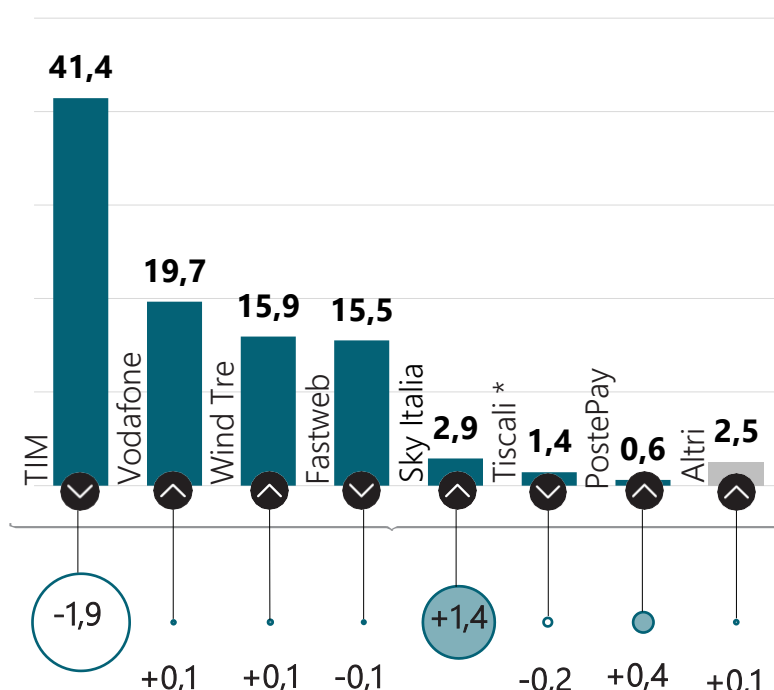


## FTTC

Totale linee: **10,26** milioni di accessi

Variazione  
Dic. 2021 – Dic. 2022

**+0,4%** ↑

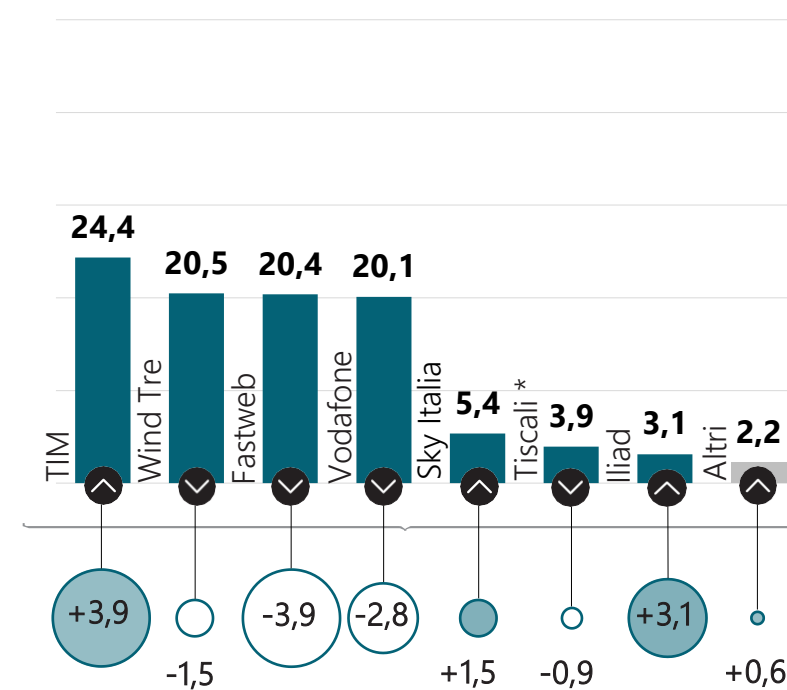


## FTTH

Totale linee: **3,47** milioni di accessi

Variazione  
Dic. 2021 – Dic. 2022

**+30,9%** ↑

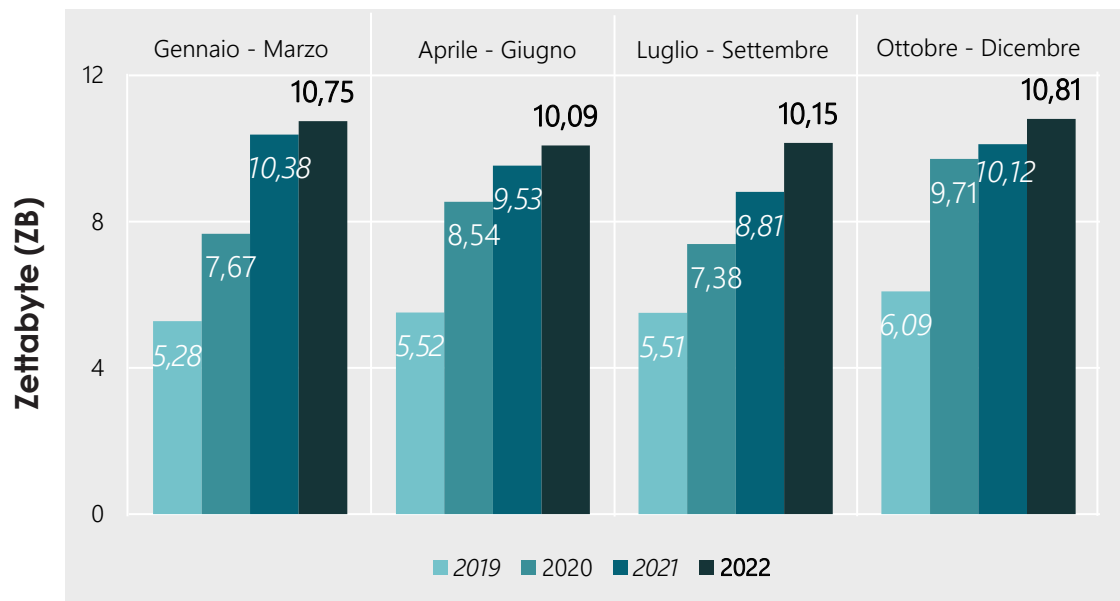


\* Il valore esposto - a seguito della fusione intervenuta a partire dallo scorso 1° agosto - include anche la quota in precedenza attribuita a Linkem

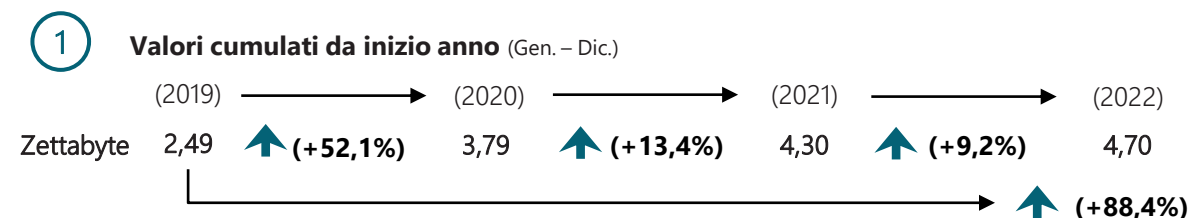
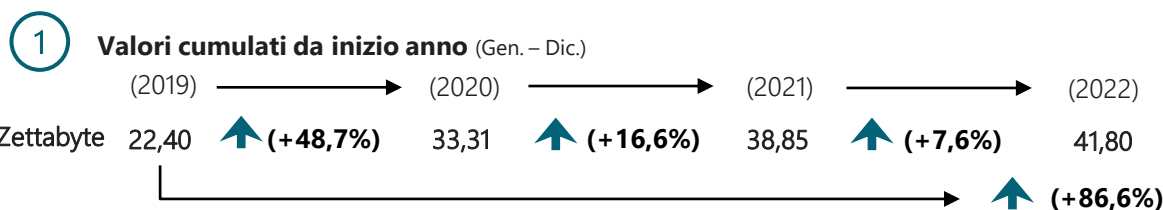
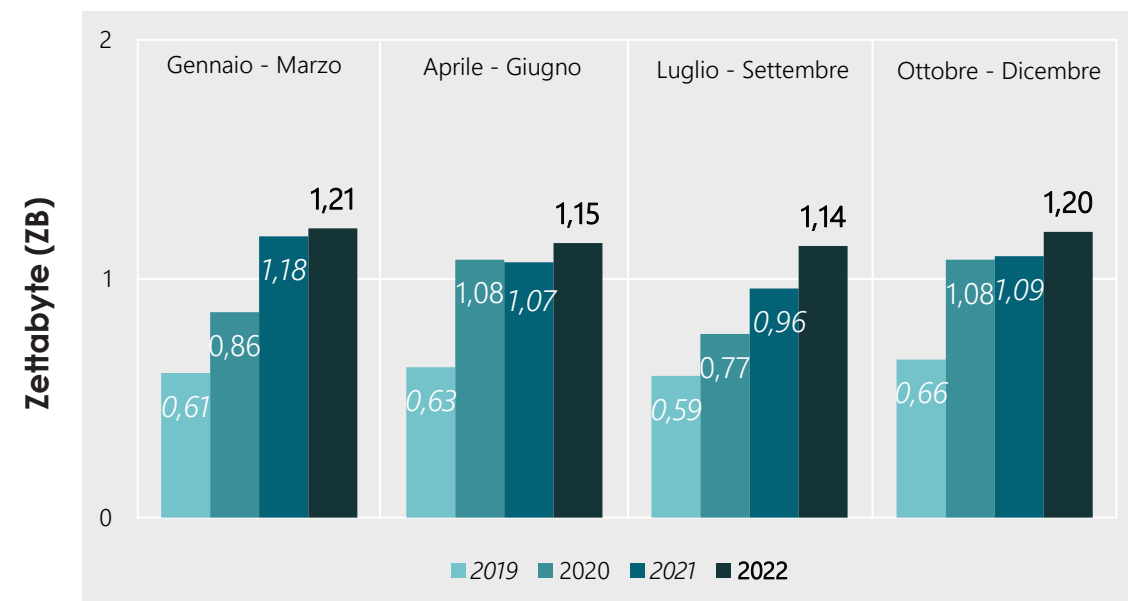
Differenza vs. dicembre 2021  
(punti percentuali)

# 1.5 RETE FISSA: TRAFFICO DATI IN DOWNLOAD E UPLOAD

## DOWNLOAD (valori cumulati trimestrali)



## UPLOAD (valori cumulati trimestrali)



**2 Confronto valori trimestrali (variazioni %)**

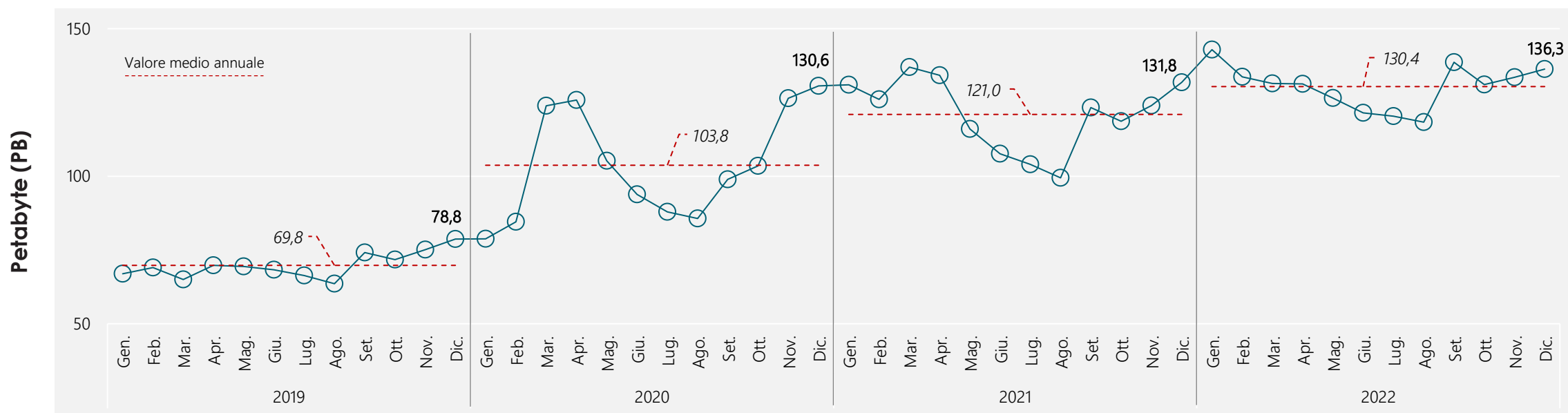
	Annuale			Di periodo 2019/2022
	2019/2020	2020/2021	2021/2022	
1° trimestre (Gen. - Mar.)	+45,3	+35,4	+3,6	+103,7
2° trimestre (Apr. - Giu.)	+54,8	+11,6	+5,8	+82,7
3° trimestre (Lug. - Set.)	+34,0	+19,4	+15,2	+84,2
4° trimestre (Ott. - Dic.)	+59,4	+4,2	+6,8	+77,4

**2 Confronto valori trimestrali (variazioni %)**

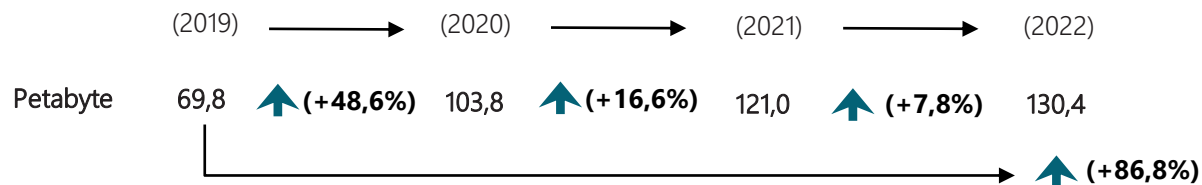
	Annuale			Di periodo 2019/2022
	2019/2020	2020/2021	2021/2022	
1° trimestre (Gen. - Mar.)	+42,1	+36,9	+2,8	+100,0
2° trimestre (Apr. - Giu.)	+71,5	-1,3	+7,8	+82,6
3° trimestre (Lug. - Set.)	+29,6	+24,5	+18,6	+91,3
4° trimestre (Ott. - Dic.)	+62,8	+1,4	+9,4	+80,6

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

## COMPLESSIVO



### 1 Traffico dati medio giornaliero da inizio anno (Gen. - Dic.)



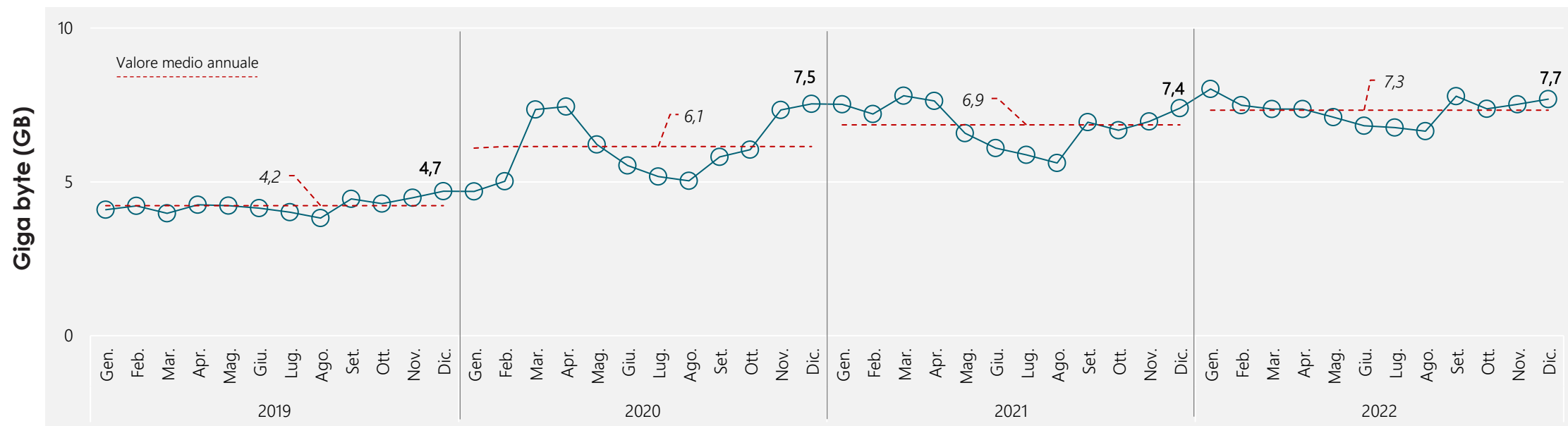
### 2 Confronto valori trimestrali (variazioni %)

	Annuale			Di periodo 2019/2022
	2019/2020	2020/2021	2021/2022	
1° trimestre (Gen. - Mar.)	+43,4	+37,0	+3,5	+103,3
2° trimestre (Apr. - Giu.)	+56,5	+10,2	+6,0	+82,7
3° trimestre (Lug. - Set.)	+33,6	+19,9	+15,5	+84,9
4° trimestre (Ott. - Dic.)	+59,7	+3,9	+7,1	+77,7

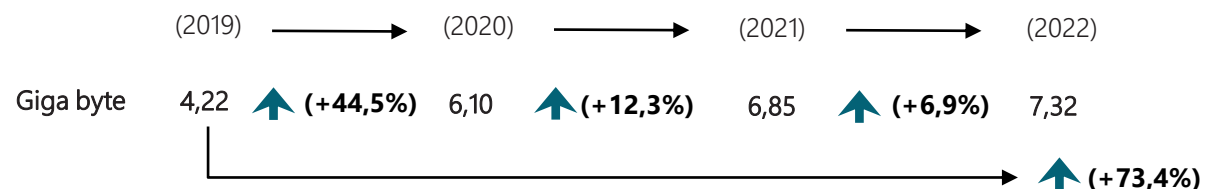


# 1.7 RETE FISSA: TRAFFICO DATI MEDIO GIORNALIERO PER LINEA BROADBAND (download + upload)

## PER LINEA BROADBAND



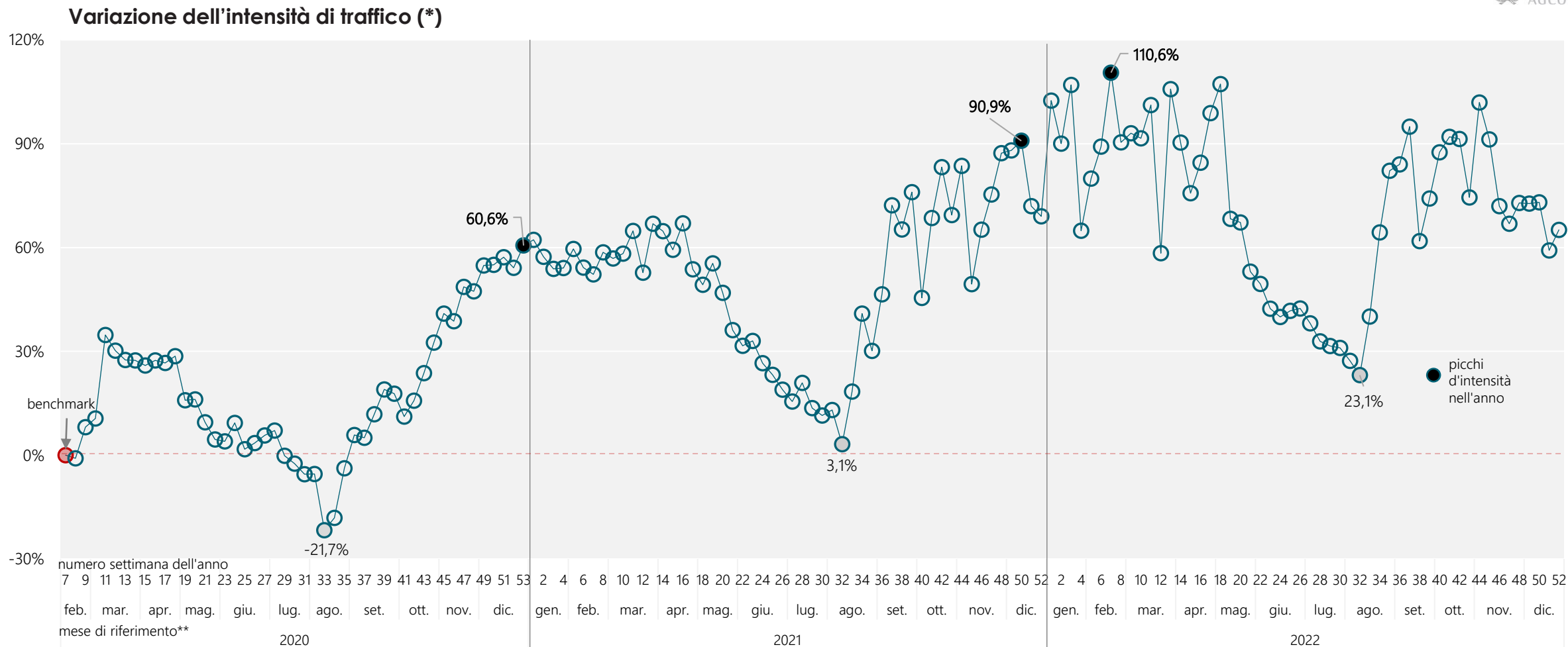
### 1 Traffico dati medio giornaliero da inizio anno (Gen. - Dic.)



### 2 Confronto valori trimestrali (variazioni %)

	Annuale			Di periodo 2019/2022
	2019/2020	2020/2021	2021/2022	
1° trimestre (Gen. - Mar.)	+39,3	+31,8	+1,5	+86,3
2° trimestre (Apr. - Giu.)	+51,8	+5,8	+4,9	+68,5
3° trimestre (Lug. - Set.)	+30,4	+15,0	+15,0	+72,5
4° trimestre (Ott. - Dic.)	+55,2	+0,6	+7,3	+67,6

## 1.8 RETE FISSA: TRAFFICO DATI, INTENSITÀ DEI FLUSSI SETTIMANALI



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

\* Per ogni settimana l'indicatore dell'intensità è rappresentato dalla variazione percentuale, rispetto alla 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 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

## 1.9 RETE FISSA: COPERTURA PER TECNOLOGIA E VELOCITÀ

### % DI FAMIGLIE RAGGIUNTE

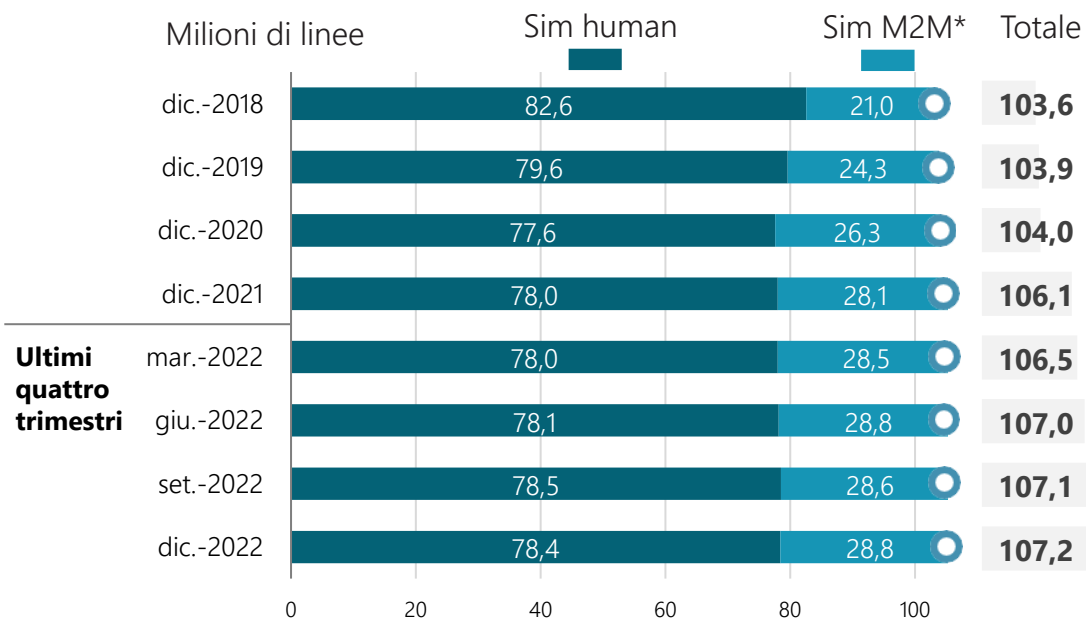
#### Tecnologia

Macro area	VDSL				VDSL Vectoring (*)				FTTH				FWA			
	2019	2020	2021	2022	2019	2020	2021	2022	2019	2020	2021	2022	2019	2020	2021	2022
Italia	88,9	92,7	96,0	96,2	55,8	59,9	68,4	70,1	30,0	33,4	44,4	53,7	72,9	72,3	97,35	n.d.
Nord_Ovest	88,3	90,3	95,0	95,3	51,7	56,6	65,1	67,0	34,2	37,2	45,4	53,7	80,7	93,0	98,5	n.d.
Nord-Est	87,2	92,0	95,5	95,6	51,6	56,1	66,3	68,2	24,2	29,7	40,9	50,7	78,2	85,4	98,5	n.d.
Centro	90,9	94,9	97,3	97,4	60,5	63,8	72,0	72,9	34,7	36,7	50,4	58,4	68,8	84,7	97,7	n.d.
Sud	89,9	94,2	96,8	96,9	56,1	60,1	68,1	69,9	27,2	29,4	41,4	52,0	66,5	40,9	95,3	n.d.
Isole	87,9	93,2	95,8	96,2	65,1	67,5	75,1	77,6	25,8	32,5	43,1	53,6	62,7	32,8	95,5	n.d.

#### Velocità

	> 30 Mbps				> 100 Mbps			
	2019	2020	2021	2022	2019	2020	2021	2022
Italia	77,7	84,8	90,7	92,4	61,3	67,6	77,7	82,9
Nord_Ovest	77,5	83,6	89,6	91,6	62,5	69,9	78,8	83,3
Nord-Est	71,8	80,2	88,2	89,9	55,0	62,4	74,6	80,4
Centro	79,7	86,1	92,2	93,6	63,2	68,1	78,7	83,5
Sud	80,1	87,0	92,0	93,6	60,7	65,6	75,7	82,1
Isole	80,5	89,2	93,3	94,2	67,2	74,2	82,9	87,0

# 1.10 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 (Set. 2022 – Dic. 2022)

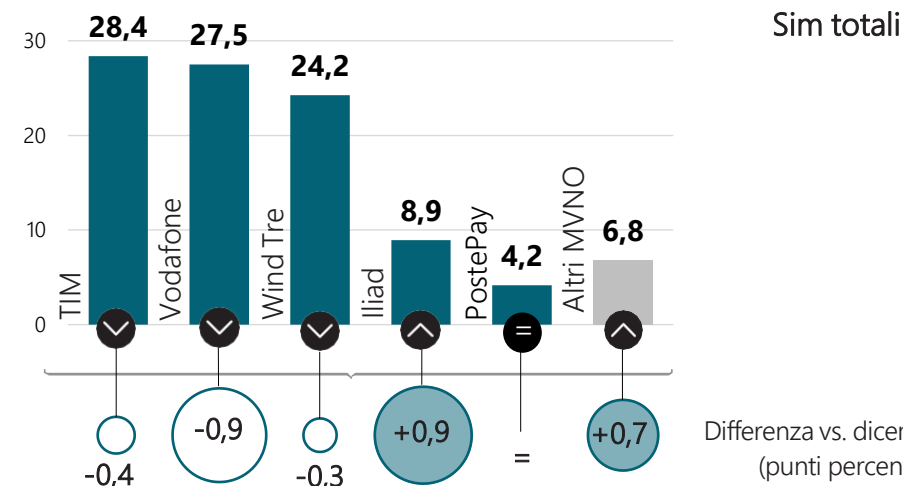
### Variazione annuale (Dic. 2021 – Dic. 2022)

	(n° di sim in migliaia)	(%)	(n° di sim in migliaia)	(%)
Totale sim:	+88	↑ +0,1	+1.124	↑ +1,1
Sim human:	-105	↓ -0,1	+385	↑ +0,5
Sim M2M:	+193	↑ +0,7	+739	↑ +2,6

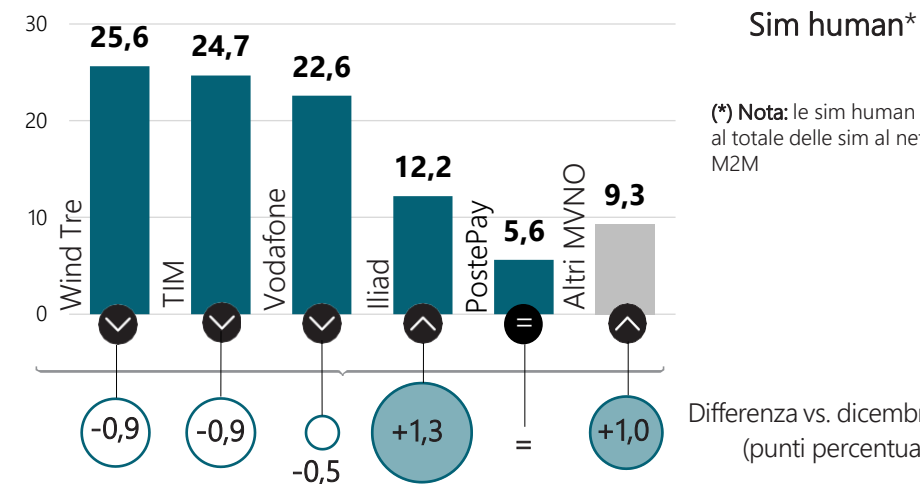
Nota: i dati degli operatori TIM e Vodafone includono le linee delle società controllate, rispettivamente Kena mobile e VEI (che offre servizi di telefonia mobile denominati ho.)

## QUOTE DI MERCATO (%)

DICEMBRE 2022



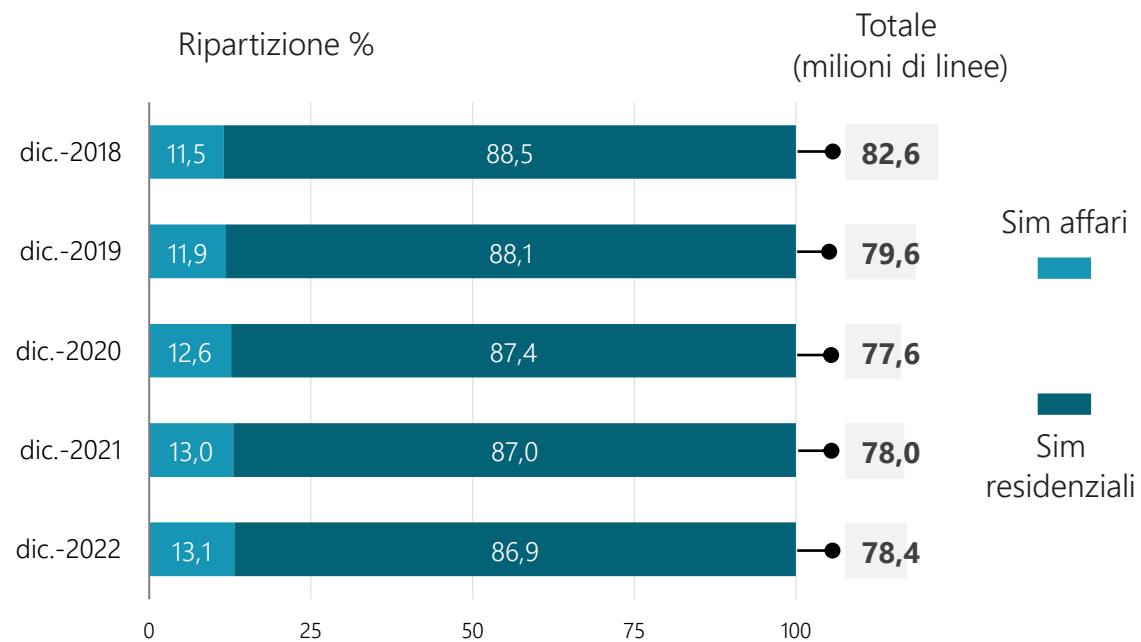
Differenza vs. dicembre 2021 (punti percentuali)



(\* Nota: le sim human sono pari al totale delle sim al netto delle M2M

Differenza vs. dicembre 2021 (punti percentuali)

# 1.11 RETE MOBILE: SIM HUMAN PER TIPOLOGIA DI CLIENTELA



Variazione annuale  
(Dic. 2021 – Dic. 2022)

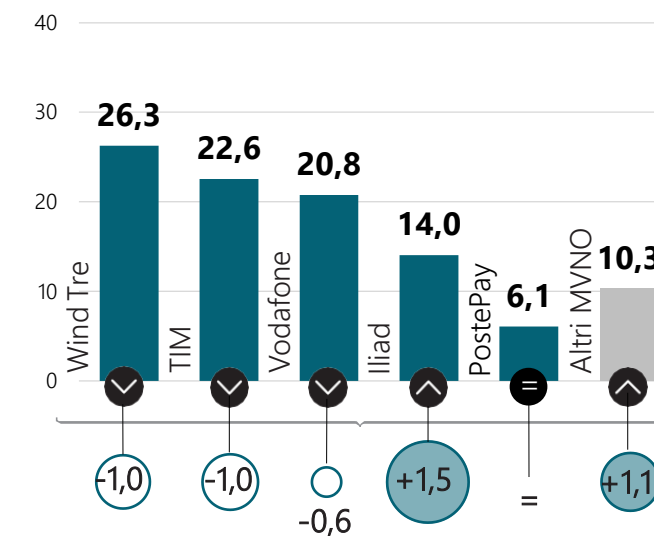
Variazione di periodo  
(Dic. 2018 – Dic. 2022)

	(n° di sim in migliaia)	(%)
Totale sim human:	+385	↑ +0,5
Sim residenziali:	+224	↑ +0,3
Sim affari:	+161	↑ +1,6

	(n° di sim in migliaia)	(%)
Totale sim human:	-4.191	↓ -5,1
Sim residenziali:	-4.968	↓ -6,8
Sim affari:	+777	↑ +8,2

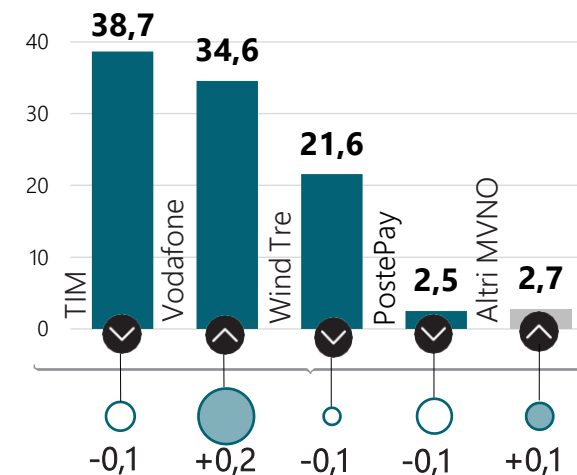
## QUOTE DI MERCATO (%)

DICEMBRE 2022



Sim residenziali

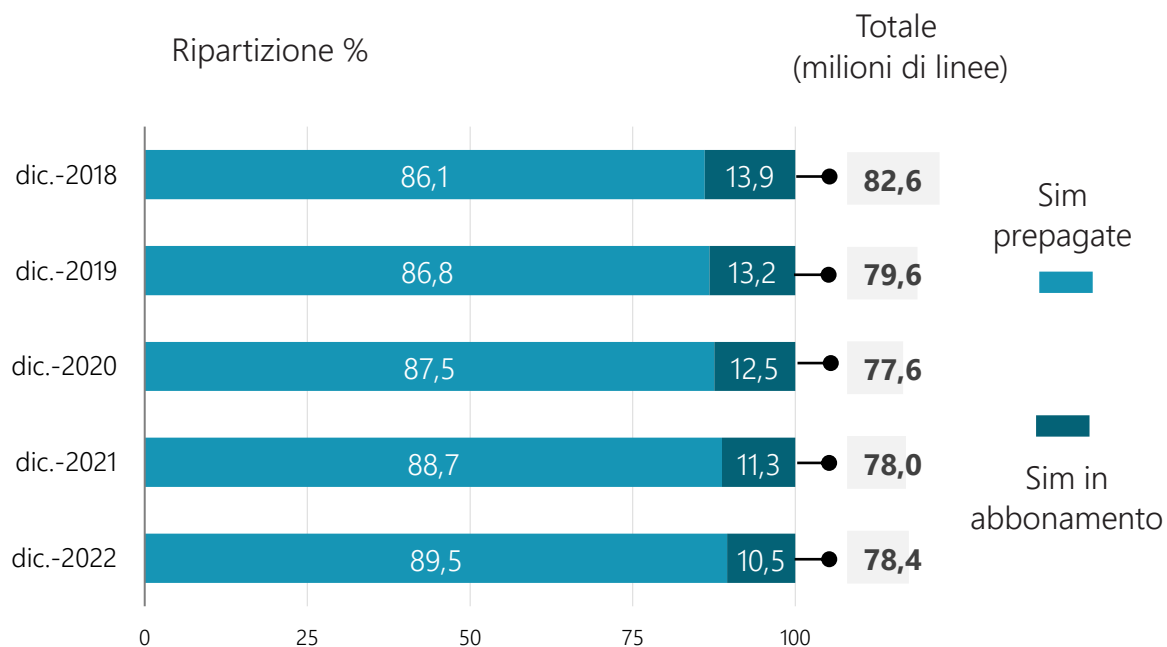
Differenza vs. dicembre 2021  
(punti percentuali)



Sim affari

Differenza vs. dicembre 2021  
(punti percentuali)

## 1.12 RETE MOBILE: SIM HUMAN PER TIPOLOGIA DI CONTRATTO

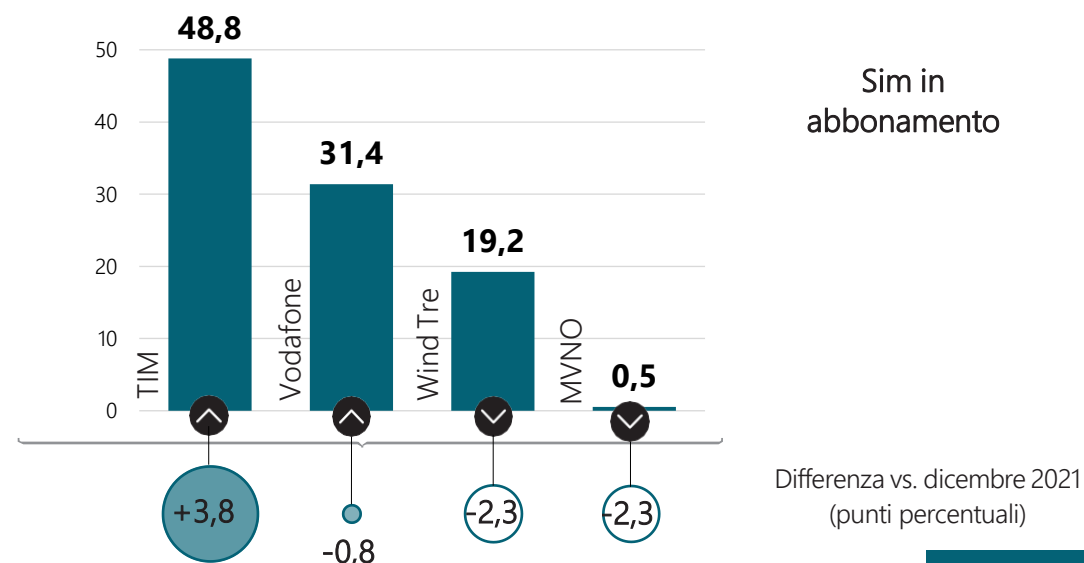
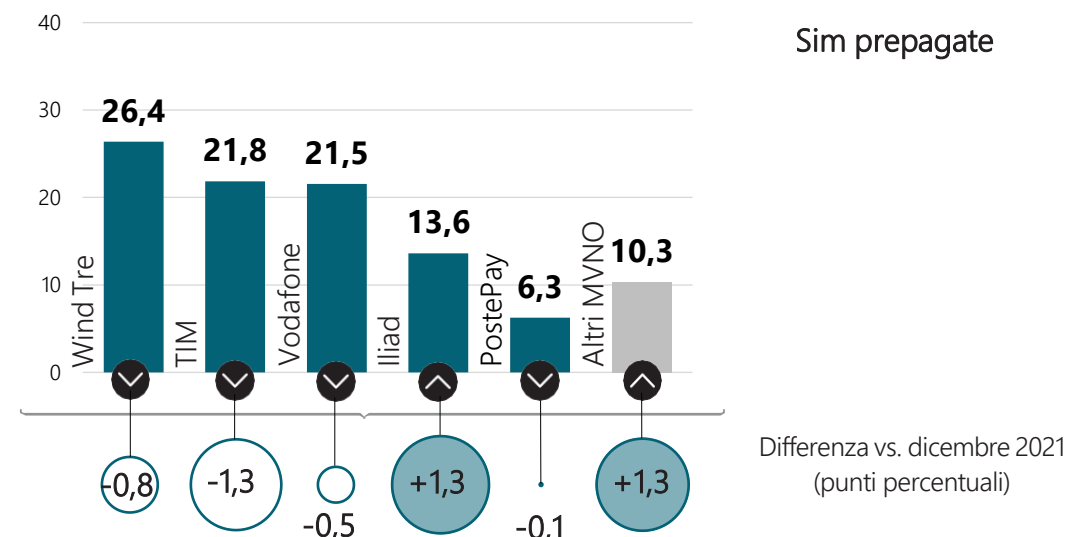


	Variazione annuale (Dic. 2021 – Dic. 2022)	
	(n° di sim in migliaia)	(%)
Totale sim human:	+385	+0,5
Sim prepagate:	+985	+1,4
Sim in abbonamento:	-600	-6,8

	Variazione di periodo (Dic. 2018 – Dic. 2022)	
	(n° di sim in migliaia)	(%)
Totale sim human:	-4.191	-5,1
Sim prepagate:	-886	-1,2
Sim in abbonamento:	-3.305	-28,7

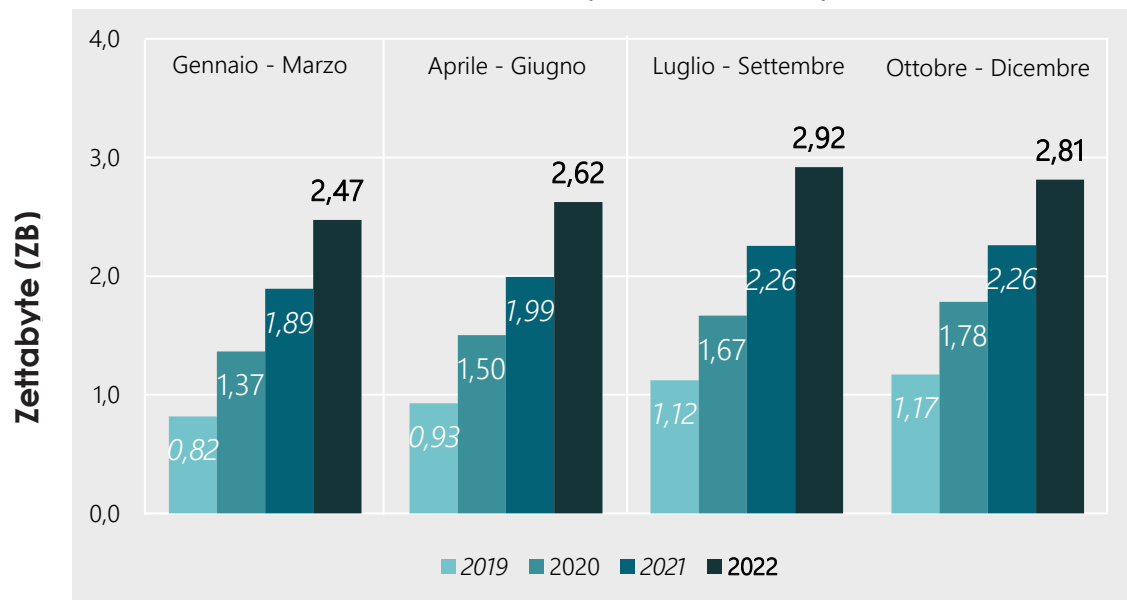
### QUOTE DI MERCATO (%)

DICEMBRE 2022

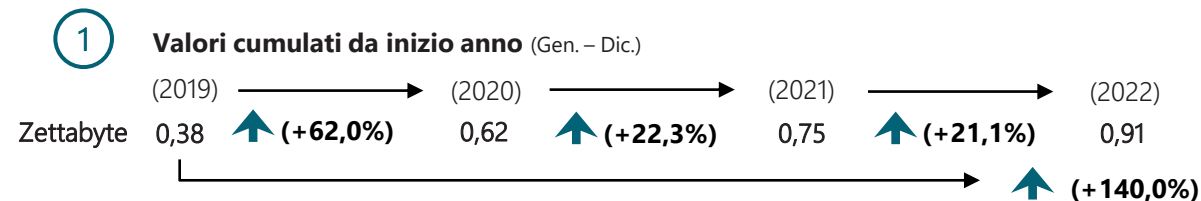
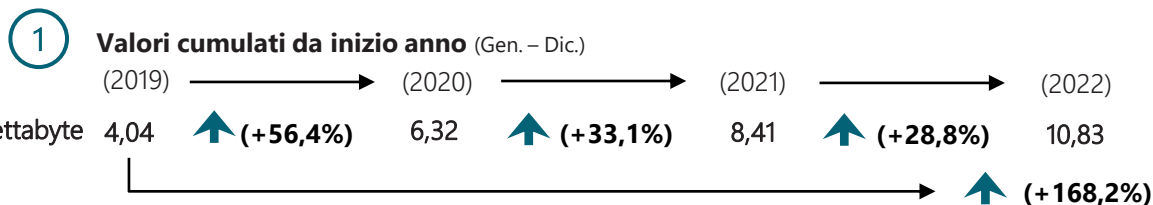
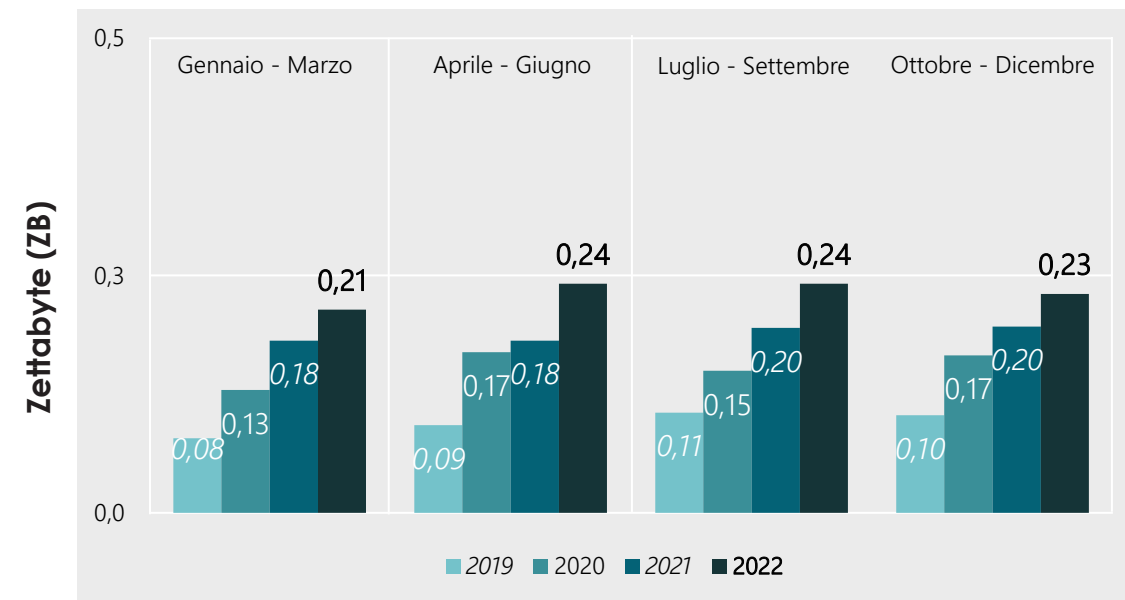


# 1.13 RETE MOBILE: TRAFFICO DATI IN DOWNLOAD E UPLOAD (2/2)

### DOWNLOAD (valori cumulati)



### UPLOAD (valori cumulati)



2 Confronto valori trimestrali (variazioni %)

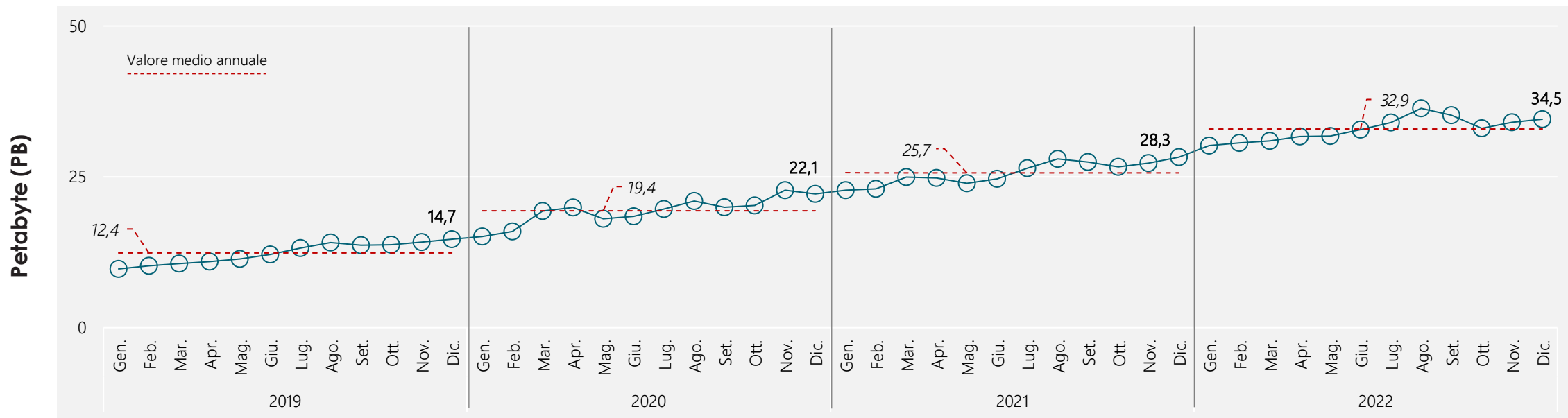
	Annuale			Di periodo 2019/2022
	2019/2020	2020/2021	2021/2022	
1° trimestre (Gen. - Mar.)	+67,1	+38,6	+30,7	+202,8
2° trimestre (Apr. - Giu.)	+61,7	+32,7	+31,7	+182,5
3° trimestre (Lug. - Set.)	+48,6	+35,4	+29,4	+160,4
4° trimestre (Ott. - Dic.)	+52,2	+27,0	+24,2	+140,2

2 Confronto valori trimestrali (variazioni %)

	Annuale			Di periodo 2019/2022
	2019/2020	2020/2021	2021/2022	
1° trimestre (Gen. - Mar.)	+64,6	+40,1	+18,4	+173,0
2° trimestre (Apr. - Giu.)	+83,3	+7,3	+25,1	+146,0
3° trimestre (Lug. - Set.)	+41,7	+30,3	+23,7	+128,5
4° trimestre (Ott. - Dic.)	+61,8	+16,7	+17,3	+121,5

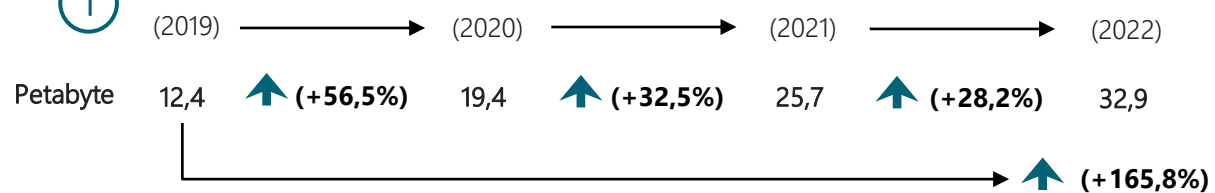
# 1.14 RETE MOBILE: TRAFFICO DATI MEDIO GIORNALIERO (download + upload)

## COMPLESSIVO



1

### Traffico dati medio giornaliero da inizio anno (Gen. - Dic.)



2

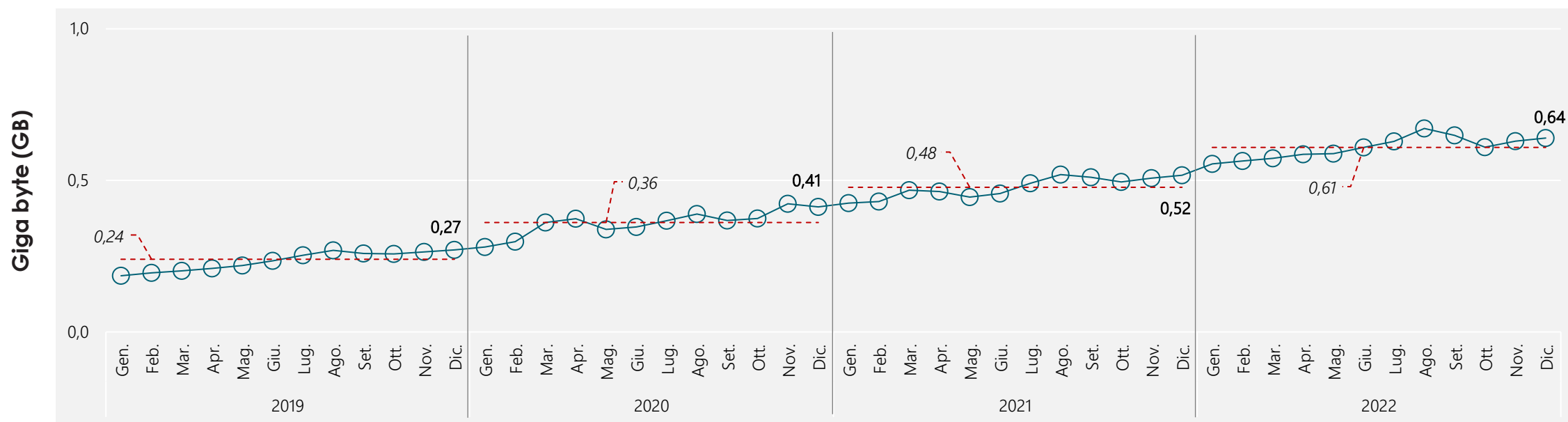
### Confronto valori trimestrali (variazioni %)

	Annuale			Di periodo 2019/2022
	2019/2020	2020/2021	2021/2022	
1° trimestre (Gen. - Mar.)	+65,0	+40,3	+29,6	+200,1
2° trimestre (Apr. - Giu.)	+63,6	+30,1	+31,2	+179,2
3° trimestre (Lug. - Set.)	+48,0	+35,0	+29,0	+157,6
4° trimestre (Ott. - Dic.)	+53,0	+26,1	+23,6	+138,6

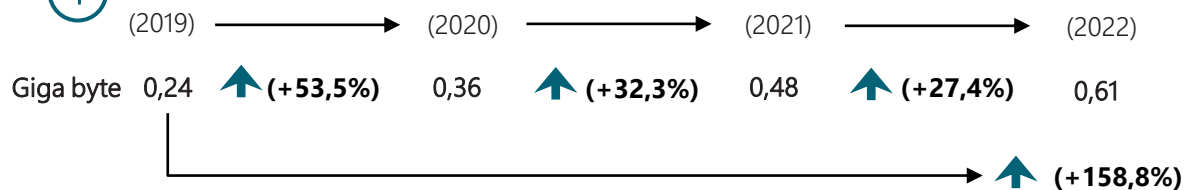


# 1.15 RETE MOBILE: TRAFFICO DATI MEDIO GIORNALIERO PER SIM «HUMAN» (download + upload)

TRAFFICO PER SIM CARD «HUMAN» (valori giornalieri medi mensili)



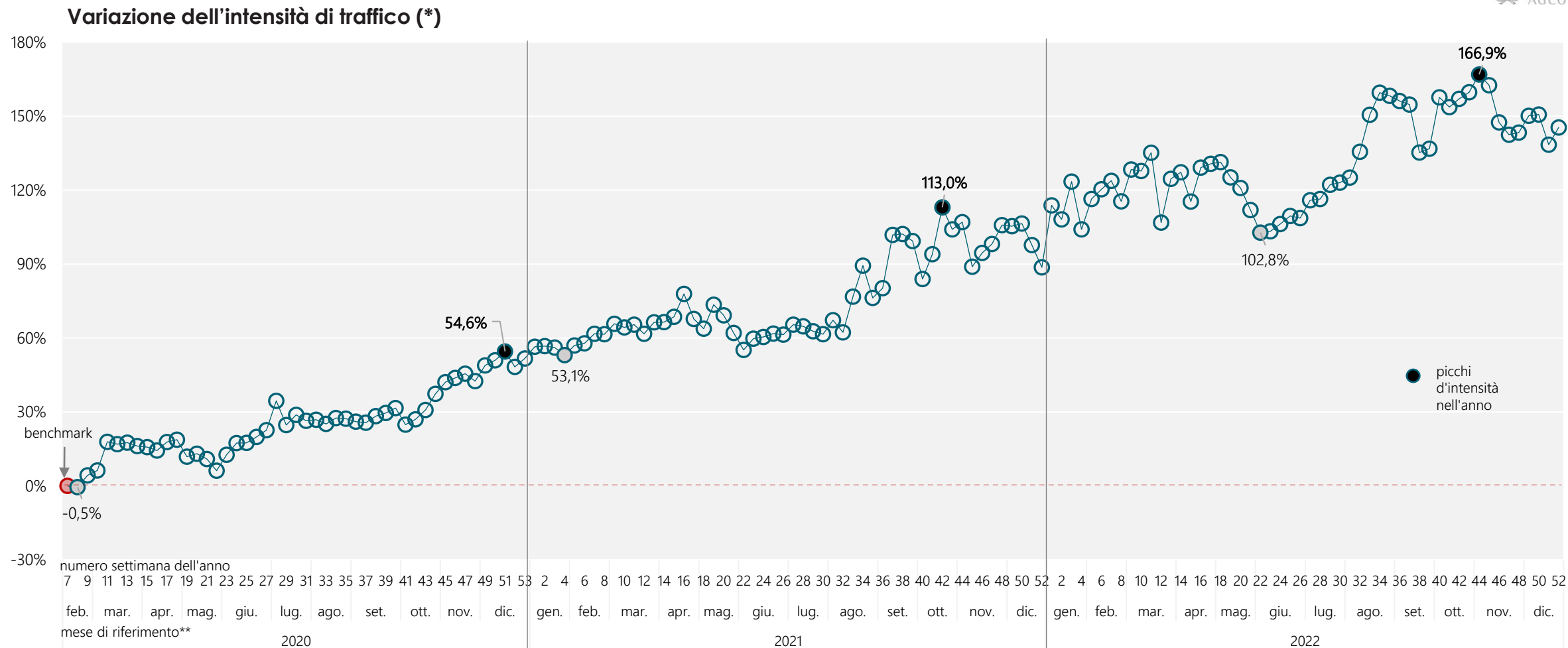
## 1 Traffico dati medio giornaliero da inizio anno (Dic. - Set.)



## 2 Confronto valori trimestrali (variazioni %)

	Annuale			Di periodo 2019/2022
	2019/2020	2020/2021	2021/2022	
1° trimestre (Gen. - Mar.)	+61,8	+40,8	+27,7	+191,0
2° trimestre (Apr. - Giu.)	+59,6	+29,0	+30,6	+169,1
3° trimestre (Lug. - Set.)	+43,9	+35,2	+28,2	+149,5
4° trimestre (Ott. - Dic.)	+52,4	+25,7	+23,7	+136,9

## 1.16 RETE MOBILE: TRAFFICO DATI, INTENSITÀ DEI FLUSSI SETTIMANALI



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

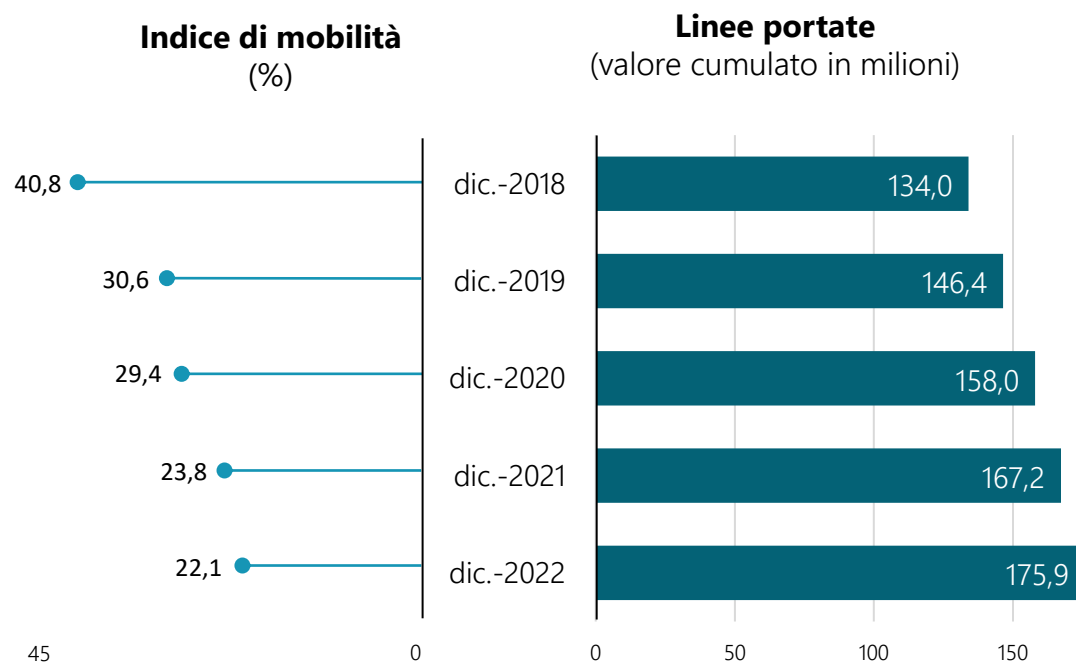
\* Per ogni settimana l'indicatore dell'intensità è rappresentato dalla variazione percentuale, rispetto alla 7° settimana del 2020 (dal 10 al 16 febbraio – punto rosso nel grafico), della media ponderata dei dati di traffico calcolata sui dati degli operatori utilizzando come pesi le quote di mercato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

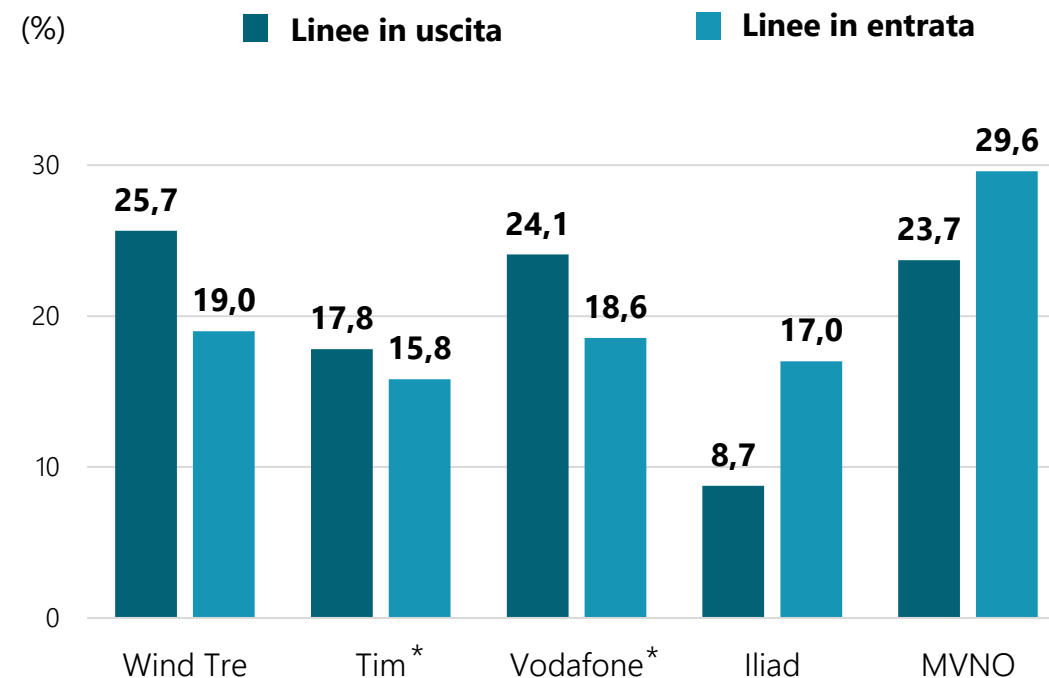
## 1.17 RETE MOBILE: PORTABILITÀ DEL NUMERO

In un anno (Dic. 21 – Dic. 22), **8,6** 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»)

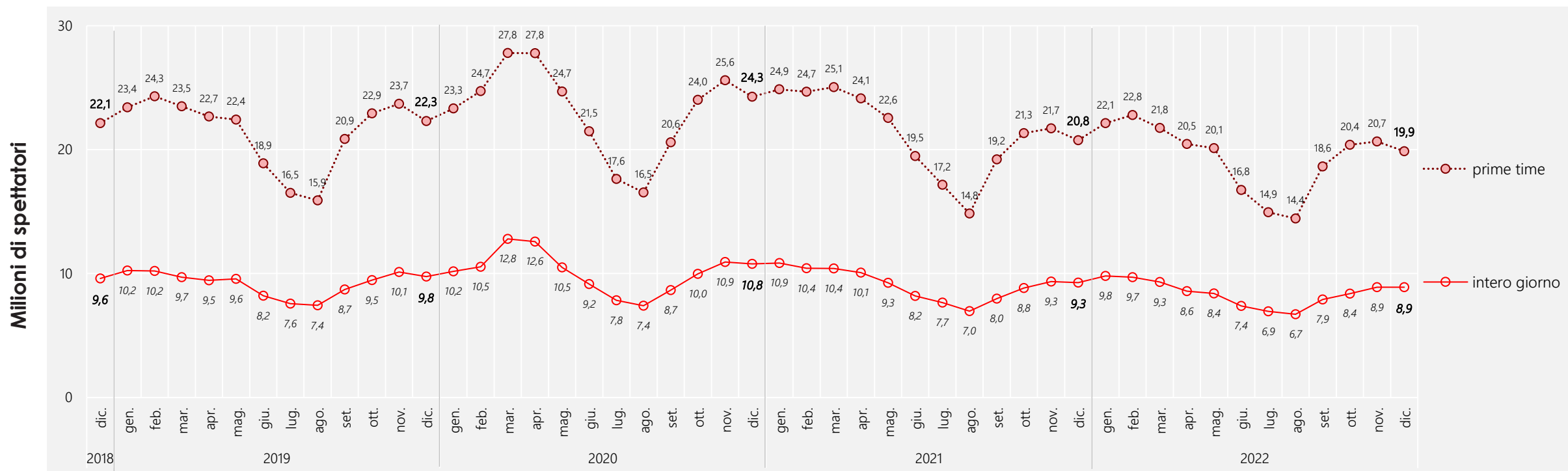
### DISTRIBUZIONE IN % PER LINEE DI INGRESSO E DI USCITA (12 mesi) DICEMBRE 2022



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

## 2.1 TELEVISIONE (DVB-T E SAT): ASCOLTI COMPLESSIVI

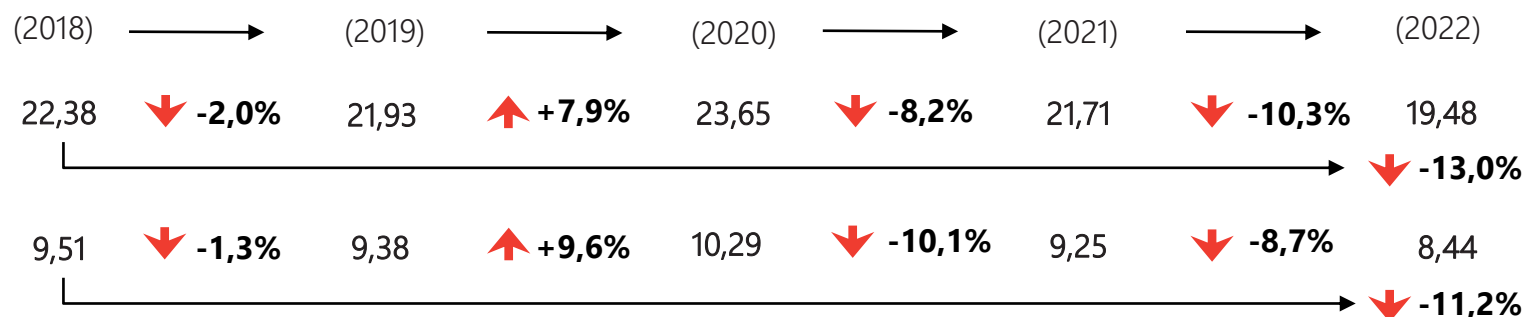
Dicembre 2018 – Dicembre 2022



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

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

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



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

### GIORNO MEDIO - PRIME TIME

Gruppi televisivi	Spettatori medi giornalieri nell'anno (in milioni)					Var. %	
	2018	2019	2020	2021	2022	'18-'22	'21-'22
RAI	8,85	8,47	9,09	8,78	7,62	-13,9	-13,2
Mediaset	7,57	7,48	8,41	7,54	7,26	-4,1	-3,7
Comcast / Sky	1,75	1,80	1,73	1,54	1,38	-21,4	-10,4
Warner Bros. Discovery	1,30	1,44	1,57	1,44	1,33	+2,0	-8,0
Cairo Comm. / La 7	1,24	1,20	1,29	1,12	1,04	-16,1	-7,1
Altri	1,66	1,54	1,55	1,29	0,85	-48,6	-33,8

Gruppi televisivi	Share in %					Var. punti percentuali	
	2018	2019	2020	2021	2022	'18-'22	'21-'22
RAI	39,6	38,6	38,5	40,4	39,1	-0,4	-1,3
Mediaset	33,8	34,1	35,6	34,7	37,3	+3,4	+2,5
Comcast / Sky	7,8	8,2	7,3	7,1	7,1	-0,8	0,0
Warner Bros. Discovery	5,8	6,6	6,7	6,6	6,8	+1,0	+0,2
Cairo Comm. / La 7	5,5	5,5	5,5	5,2	5,3	-0,2	+0,2
Altri	7,4	7,0	6,5	5,9	4,4	-3,0	-1,6

### GIORNO MEDIO – INTERO GIORNO

Gruppi televisivi	Spettatori medi giornalieri nell'anno (in milioni)					Var. %	
	2018	2019	2020	2021	2022	'18-'22	'21-'22
RAI	3,67	3,55	3,90	3,62	3,20	-12,7	-11,7
Mediaset	3,16	3,14	3,55	3,21	3,11	-1,5	-3,0
Warner Bros. Discovery	0,68	0,74	0,85	0,75	0,67	-1,8	-10,7
Comcast / Sky	0,71	0,72	0,72	0,63	0,62	-12,5	-1,2
Cairo Comm. / La 7	0,42	0,41	0,43	0,37	0,36	-14,7	-1,4
Altri	0,87	0,82	0,83	0,68	0,48	-44,5	-28,7

Gruppi televisivi	Share in %					Var. punti percentuali	
	2018	2019	2020	2021	2022	'18-'22	'21-'22
RAI	38,6	37,8	37,9	39,2	37,9	-0,7	-1,3
Mediaset	33,2	33,5	34,5	34,7	36,8	+3,6	+2,2
Warner Bros. Discovery	7,2	7,8	8,3	8,1	7,9	+0,8	-0,2
Comcast / Sky	7,4	7,7	7,0	6,8	7,3	-0,1	0,6
Cairo Comm. / La 7	4,5	4,4	4,1	4,0	4,3	-0,2	+0,3
Altri	9,2	8,8	8,1	7,3	5,7	-3,4	-1,6

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

### GIORNO MEDIO - PRIME TIME

Spettatori medi giornalieri nell'anno (in milioni)

Gruppi televisivi	Canali TV						Var. %	
		2018	2019	2020	2021	2022	'18-'22	'21-'22
RAI	Rai 1	4,53	4,29	4,72	4,64	4,12	-9,0	-11,2
	Rai 2	1,48	1,41	1,48	1,24	1,03	-30,0	-16,8
	Rai 3	1,35	1,32	1,36	1,50	1,28	-5,0	-14,4
Mediaset	Canale 5	3,67	3,44	3,72	3,32	3,09	-15,7	-7,0
	Italia 1	1,33	1,25	1,34	1,17	1,14	-14,4	-2,5
	Rete 4	0,96	1,07	1,19	1,05	0,95	-0,7	-9,3
Cairo Comm.	La7	1,15	1,11	1,20	1,04	0,97	-15,5	-6,8
Warner Bros. Discovery	TV8	0,55	0,56	0,57	0,45	0,44	-18,8	-2,2
Comcast / Sky	Nove	0,34	0,38	0,42	0,42	0,38	+13,1	-7,8

Share in %

Gruppi televisivi	Canali TV						Var. punti percentuali	
		2018	2019	2020	2021	2022	'18-'22	'21-'22
RAI	Rai 1	20,2	19,5	20,0	21,4	21,1	+0,9	-0,2
	Rai 2	6,6	6,4	6,2	5,7	5,3	-1,3	-0,4
	Rai 3	6,0	6,0	5,7	6,9	6,6	0,6	-0,3
Mediaset	Canale 5	16,4	15,7	15,7	15,3	15,9	-0,5	+0,6
	Italia 1	5,9	5,7	5,7	5,4	5,8	-0,1	+0,5
	Rete 4	4,3	4,9	5,0	4,8	4,9	+0,6	0,0
Cairo Comm.	La7	5,1	5,1	5,1	4,8	5,0	-0,1	+0,2
Warner Bros. Discovery	TV8	2,4	2,6	2,4	2,1	2,3	-0,2	+0,2
Comcast / Sky	Nove	1,5	1,8	1,8	1,9	2,0	+0,5	+0,1

### GIORNO MEDIO - INTERO GIORNO

Spettatori medi giornalieri nell'anno (in milioni)

Gruppi televisivi	Canali TV						Var. %	
		2018	2019	2020	2021	2022	'18-'22	'21-'22
RAI	Rai 1	1,69	1,62	1,82	1,72	1,59	-6,1	-7,9
	Rai 2	0,59	0,55	0,55	0,51	0,43	-26,6	-15,2
	Rai 3	0,68	0,67	0,77	0,72	0,60	-10,7	-16,2
Mediaset	Canale 5	1,57	1,53	1,65	1,55	1,46	-6,7	-5,5
	Italia 1	0,51	0,48	0,53	0,44	0,40	-20,7	-8,4
	Rete 4	0,39	0,39	0,42	0,38	0,35	-8,6	-7,1
Cairo Comm.	La7	0,37	0,36	0,37	0,32	0,32	-13,6	+0,8
Warner Bros. Discovery	TV8	0,20	0,22	0,23	0,19	0,19	-5,5	+2,6
Comcast / Sky	Nove	0,15	0,16	0,19	0,17	0,16	+7,8	-9,1

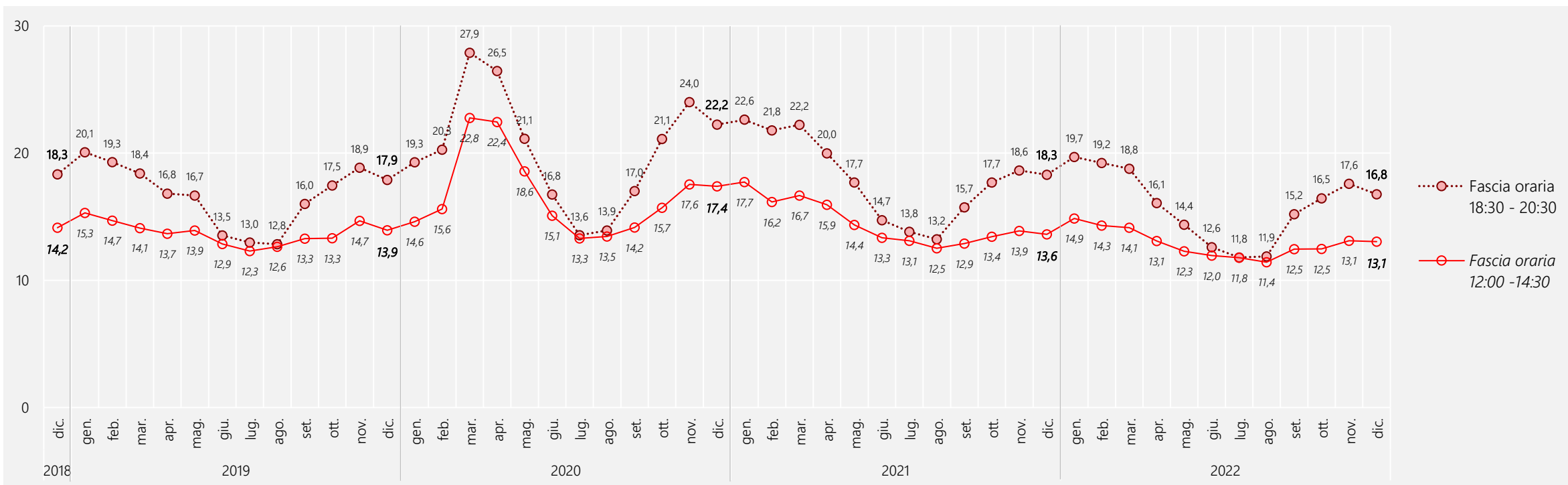
Share in %

Gruppi televisivi	Canali TV						Var. punti percentuali	
		2018	2019	2020	2021	2022	'18-'22	'21-'22
RAI	Rai 1	17,8	17,2	17,7	18,6	18,8	+1,0	+0,2
	Rai 2	6,2	5,9	5,3	5,5	5,1	-1,1	-0,4
	Rai 3	7,1	7,2	7,4	7,8	7,2	+0,0	-0,6
Mediaset	Canale 5	16,5	16,3	16,1	16,7	17,3	+0,8	+0,6
	Italia 1	5,3	5,1	5,1	4,7	4,7	-0,6	0,0
	Rete 4	4,1	4,2	4,1	4,1	4,2	+0,1	+0,1
Cairo Comm.	La7	3,9	3,9	3,6	3,4	3,8	-0,1	+0,4
Warner Bros. Discovery	TV8	2,1	2,3	2,2	2,0	2,3	+0,1	+0,2
Comcast / Sky	Nove	1,5	1,7	1,8	1,9	1,9	+0,3	0,0

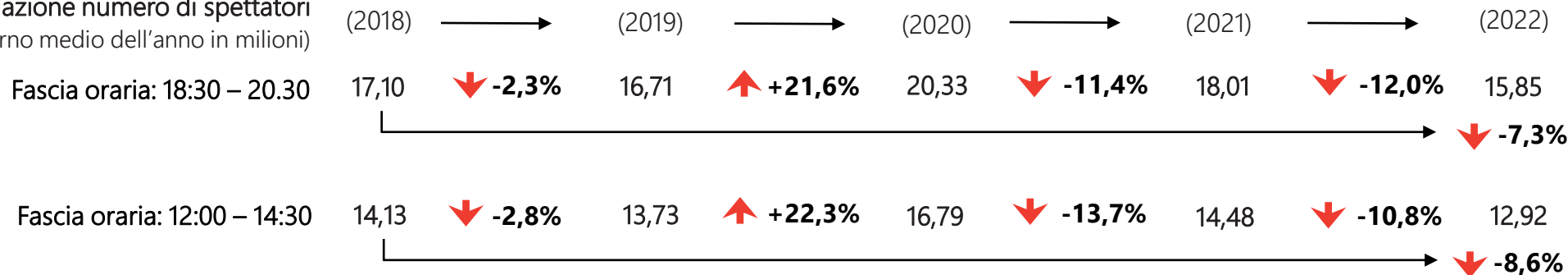
## 2.4 TELEVISIONE (DVB-T E SAT): ASCOLTI COMPLESSIVI DEI PRINCIPALI TG NAZIONALI\*

Dicembre 2018 – Dicembre 2022

Milioni di spettatori nel giorno medio



Variatione numero di spettatori  
(Giorno medio dell'anno 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 nell'anno (in milioni)						Variazione in migliaia		Variazione in %		
TG Nazionali	2018	2019	2020	2021	2022	'18 – '22	'21 – '22	'18 – '22	'21 – '22	
RAI	Tg 1 (ore 13:30)	3,53	3,28	4,06	3,68	3,40	-126	-273	-3,6	-7,4
	Tg 2 (ore 13:00)	2,16	1,98	2,32	1,94	1,74	-417	-206	-19,4	-10,6
	Tg 3 (ore 12:00)	2,43	2,36	3,08	2,72	2,23	-202	-488	-8,3	-17,9
	Tg 3 Regionale (ore 14:00)	0,89	0,92	1,15	0,95	0,78	-110	-170	-12,4	-17,9
Mediaset	Tg 5 (ore 13:00)	2,77	2,79	3,35	2,92	2,79	+16	-131	+0,6	-4,5
	Tg 4 (ore 12:00)	1,38	1,39	1,74	1,39	1,16	-221	-237	-16,1	-17,0
	Studio Aperto (ore 12:25)	0,35	0,38	0,40	0,32	0,29	-56	-33	-16,2	-10,3
La 7	Tg La 7 (ore 13:30)	0,63	0,62	0,69	0,56	0,54	-91	-20	-14,4	-3,6

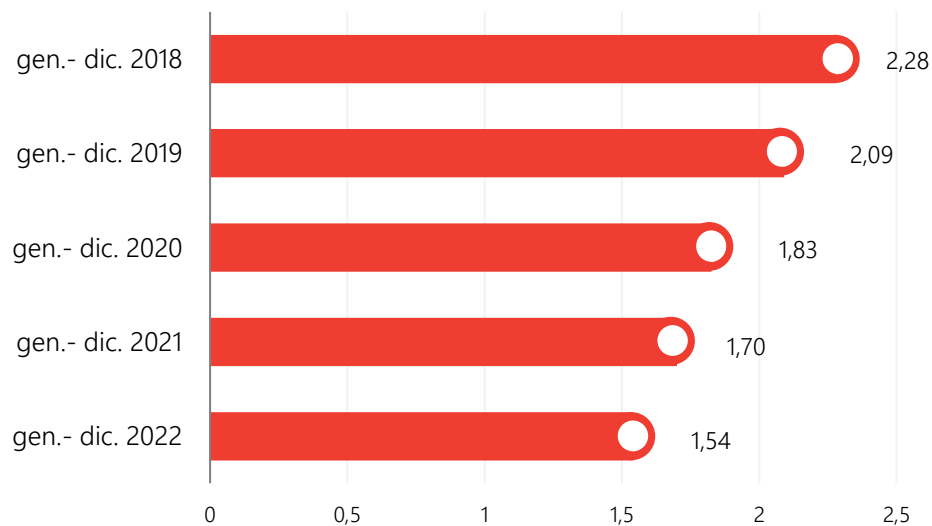
**FASCIA ORARIA:  
18:30 – 20:30**

Spettatori medi giornalieri nell'anno (in milioni)						Variazione in migliaia		Variazione in %		
TG Nazionali	2018	2019	2020	2021	2022	'18 – '22	'21 – '22	'18 – '22	'21 – '22	
RAI	Tg 1 (ore 20:00)	4,92	4,68	5,64	5,13	4,61	-312	-518	-6,3	-10,1
	Tg 2 (ore 20:30)	1,75	1,58	1,85	1,56	1,25	-502	-317	-28,7	-20,3
	Tg 3 (ore 19:00)	2,30	2,29	3,12	2,78	2,29	-8	-489	-0,3	-17,6
	Tg 3 Regionale (ore 19:30)	1,78	1,76	2,31	2,09	1,80	+20	-294	+1,1	-14,0
Mediaset	Tg 5 (ore 20:00)	3,82	3,90	4,58	4,02	3,71	-109	-309	-2,9	-7,7
	Tg 4 (ore 19:00)	0,74	0,76	0,92	0,71	0,55	-188	-164	-25,6	-23,1
	Studio Aperto (ore 18:30)	0,64	0,58	0,68	0,62	0,62	-23	-9	-3,5	-1,4
La 7	Tg La 7 (ore 20:00)	1,16	1,16	1,23	1,09	1,03	-130	-65	-11,2	-5,9

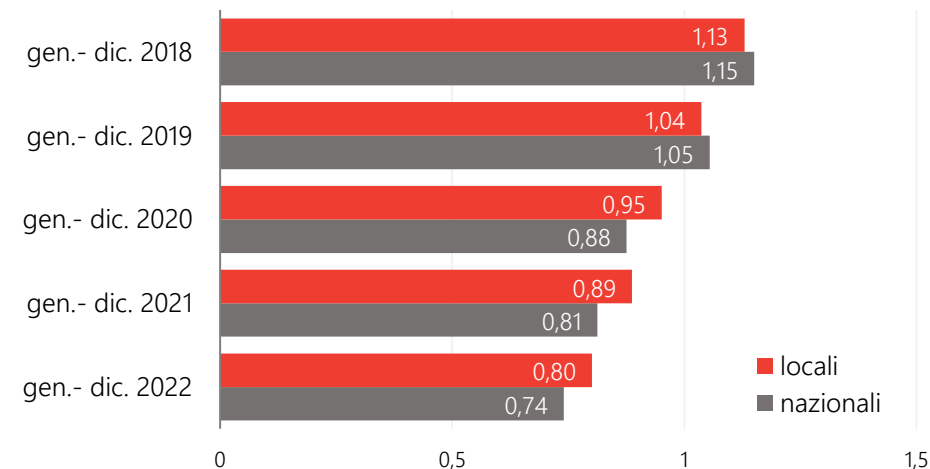


## 2.6 EDITORIA QUOTIDIANA: COPIE GIORNALIERE VENDUTE DA INIZIO ANNO (1/2)

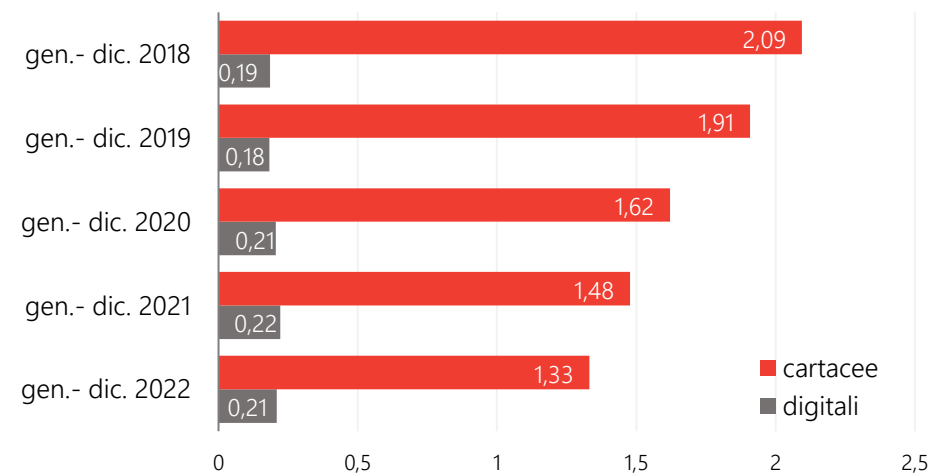
**VENDITE GIORNALIERE**  
(milioni di copie vendute)



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



**COPIE CARTACEE vs. DIGITALI**



**Variazione in %**  
Periodo gennaio - dicembre  
(2021 - 2022) | (2018 - 2022)

<b>Copie complessive:</b>	<b>-9,4</b> ↓	<b>-32,4</b> ↓
Copie cartacee:	<b>-9,9</b> ↓	<b>-36,4</b> ↓
Copie digitali:	<b>-6,0</b> ↓	<b>+12,5</b> ↑
Copie quotidiani nazionali:	<b>-8,9</b> ↓	<b>-35,7</b> ↓
Copie quotidiani locali:	<b>-9,8</b> ↓	<b>-29,1</b> ↓

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

### COPIE CARTACEE PER MACRO CATEGORIA

(migliaia di copie)

		Gen. – Dic.	2018	2019	2020	2021	2022
Testate nazionali	Generaliste Top 5	661	608	525	472	419	
	Generaliste Altre	149	137	133	120	110	
	Economici	92	80	67	58	51	
	Sportivi	269	243	158	153	148	
Testate locali	Top 10	420	390	353	329	295	
	Altre testate	504	451	385	346	308	

Variazione in %		Gen. – Dic.	('18 – '22)	('21 – '22)
Testate nazionali	Generaliste Top 5	-36,5	↓	-11,1 ↓
	Generaliste Altre	-26,0	↓	-8,2 ↓
	Economici	-44,1	↓	-11,9 ↓
	Sportivi	-44,9	↓	-2,9 ↓
Testate locali	Top 10	-29,6	↓	-10,3 ↓
	Altre testate	-38,9	↓	-11,1 ↓

### COPIE DIGITALI PER MACRO CATEGORIA

(migliaia di copie)

		Gen. – Dic.	2018	2019	2020	2021	2022
Testate nazionali	Generaliste Top 5	74	75	83	95	87	
	Generaliste Altre	15	17	26	31	30	
	Economici	46	40	35	29	28	
	Sportivi	9	8	7	6	6	
Testate locali	Top 10	16	17	23	26	24	
	Altre testate	25	25	32	35	34	

Variazione in %		Gen. – Dic.	('18 – '22)	('21 – '22)
Testate nazionali	Generaliste Top 5	+17,6	↑	-7,9 ↓
	Generaliste Altre	+96,6	↑	-5,1 ↓
	Economici	-38,2	↓	-1,5 ↓
	Sportivi	-33,2	↓	-10,6 ↓
Testate locali	Top 10	+48,0	↑	-5,8 ↓
	Altre testate	+32,3	↑	-4,6 ↓

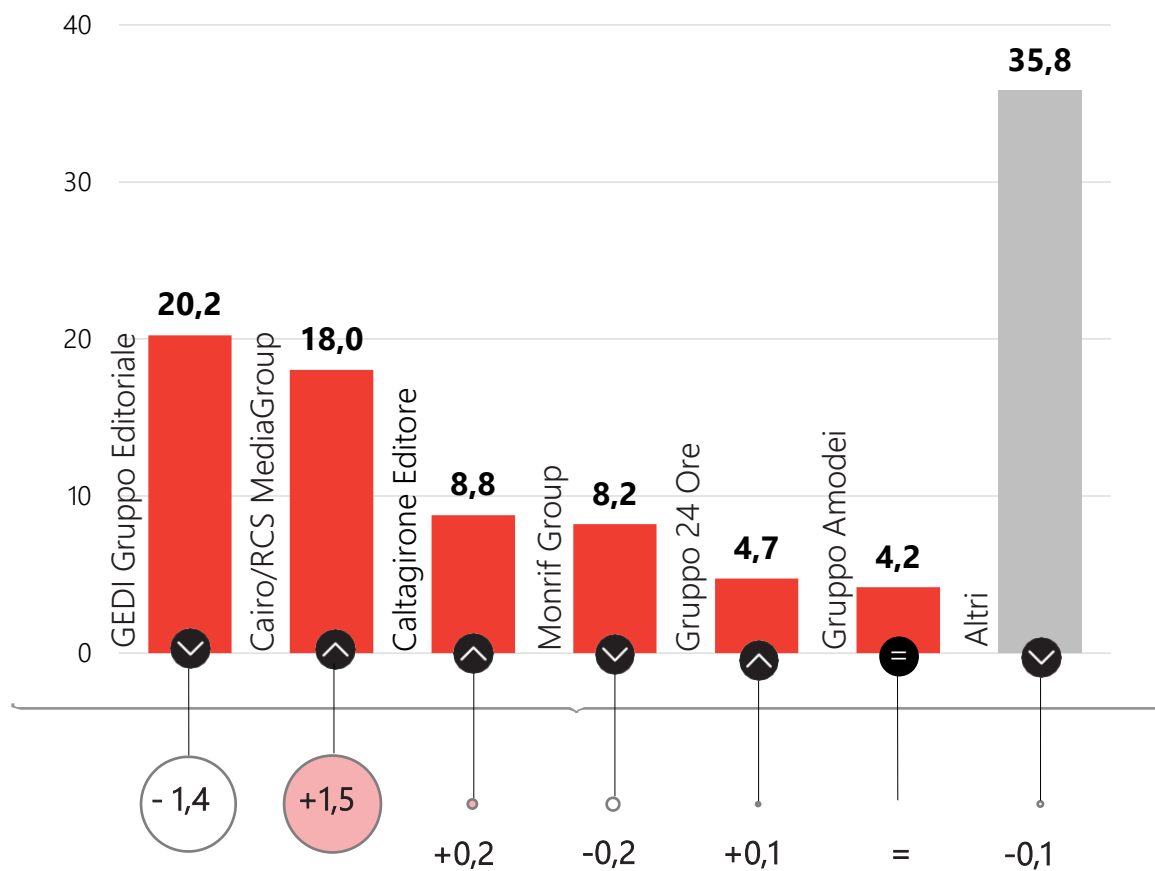
#### Ripartizione dei quotidiani

- **Nazionali generaliste - Top 5:** in termini di vendite complessive nel 2022: Avvenire, Corriere della sera, Messaggero, La Repubblica, La Stampa
- **Nazionali generaliste - Altri:** Il Fatto quotidiano, Il Giornale, Libero, Il Manifesto, Il Tempo, La Verità
- **Nazionali sport:** Corriere dello Sport, Gazzetta dello sport, Tuttosport
- **Nazionali economia:** Italia Oggi, Il Sole 24 Ore
- **Locali-Top 10:** in termini di vendite complessive nel 2022: L'Arena, Dolomiten, L'Eco di Bergamo, Il Gazzettino, Il Giornale di Brescia, Il Messaggero Veneto, La Nazione, Il Resto del Carlino, Il Tirreno, L'Unione Sarda
- **Locali-altre:** rimanenti testate ADS

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

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

GENNAIO - DICEMBRE 2022

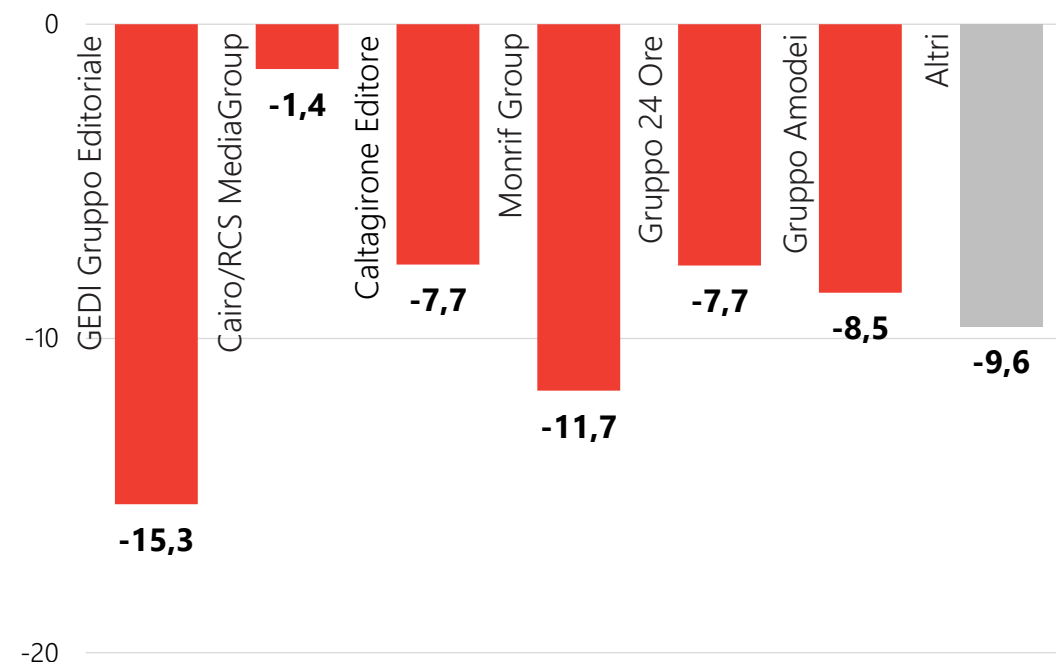


Differenza vs. Gen. - Dic. 2021  
(punti percentuali)

Fonte: elaborazioni Autorità su dati ADS

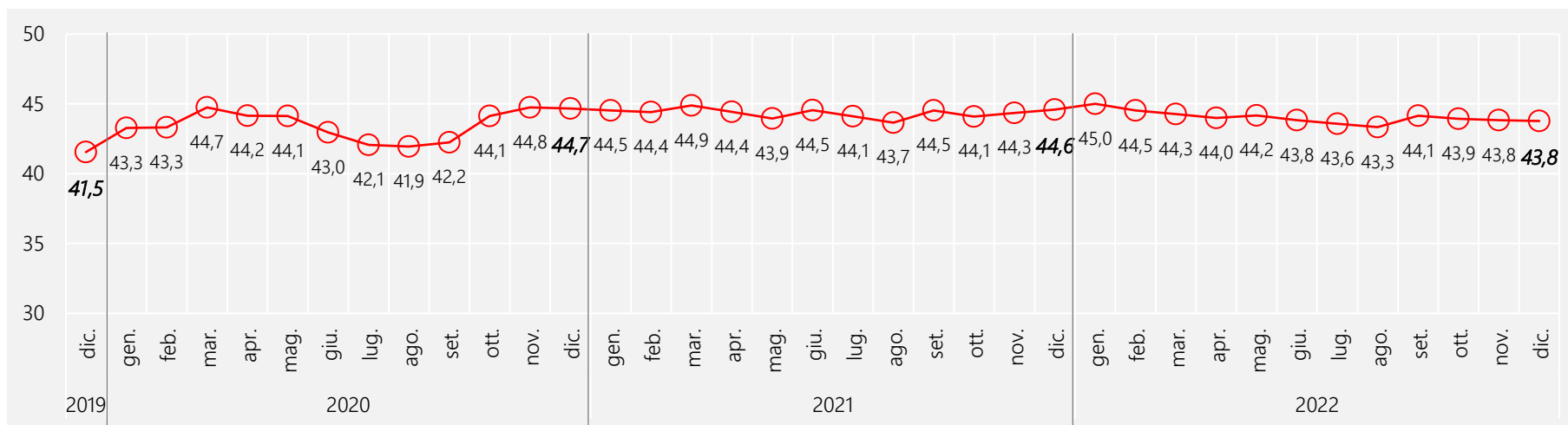
### VARIAZIONE DELLE COPIE VENDUTE (%)

DIFFERENZA VS. GEN. - DIC. 2021



## 2.9 PIATTAFORME: UTENTI UNICI DEI SITI/APP DEI PRINCIPALI OPERATORI

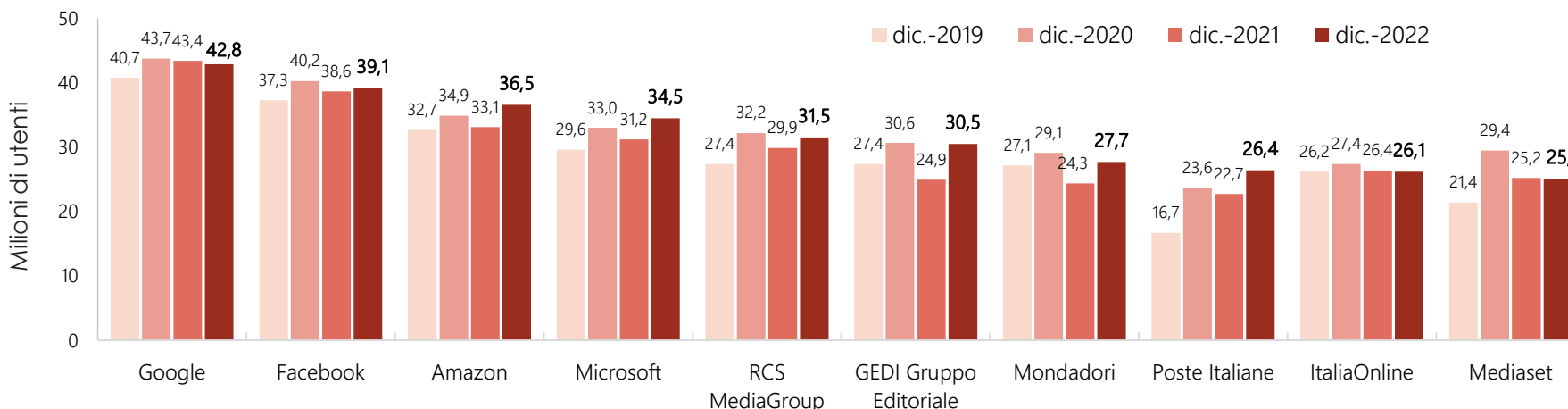
MILIONI DI UTENTI UNICI MENSILI (dicembre 2019 – dicembre 2022)



**43 milioni e 767 mila** utenti unici si sono collegati a internet nel mese di dicembre 2022 (-819 mila utenti rispetto a dicembre 2021)

Poco più di **68** ore complessive trascorse, in media, da ciascun utente navigando su internet nel mese di dicembre 2022

### UTENTI UNICI MENSILI DEI PRINCIPALI OPERATORI (Parent\*)



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

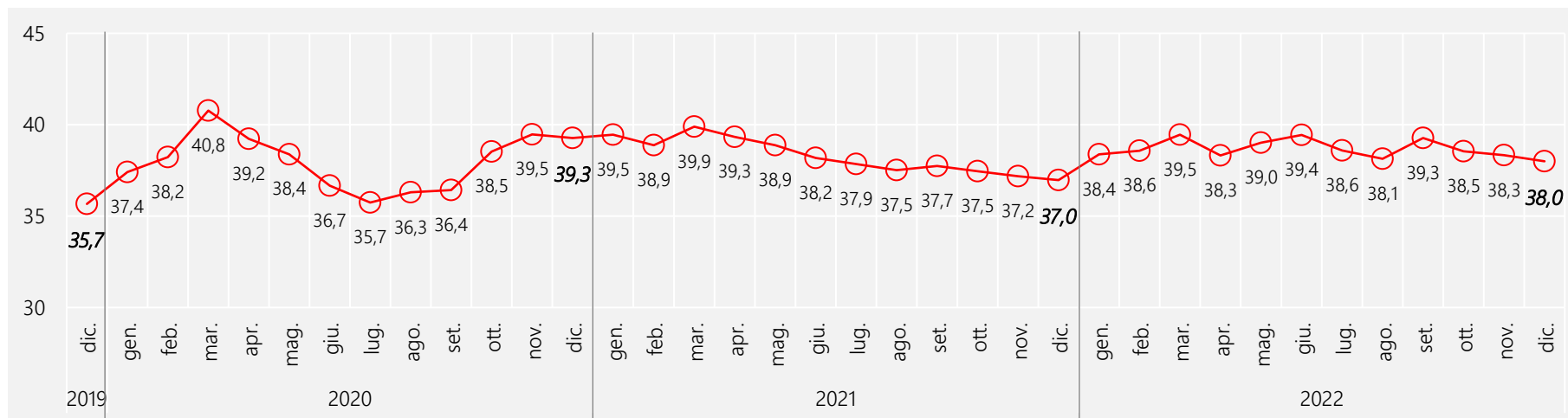
Fonte: elaborazioni Autorità su dati Audicom – sistema Audiweb

**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.

## 2.10 PIATTAFORME: UTENTI UNICI DEI SITI/APP DI INFORMAZIONE GENERALISTA

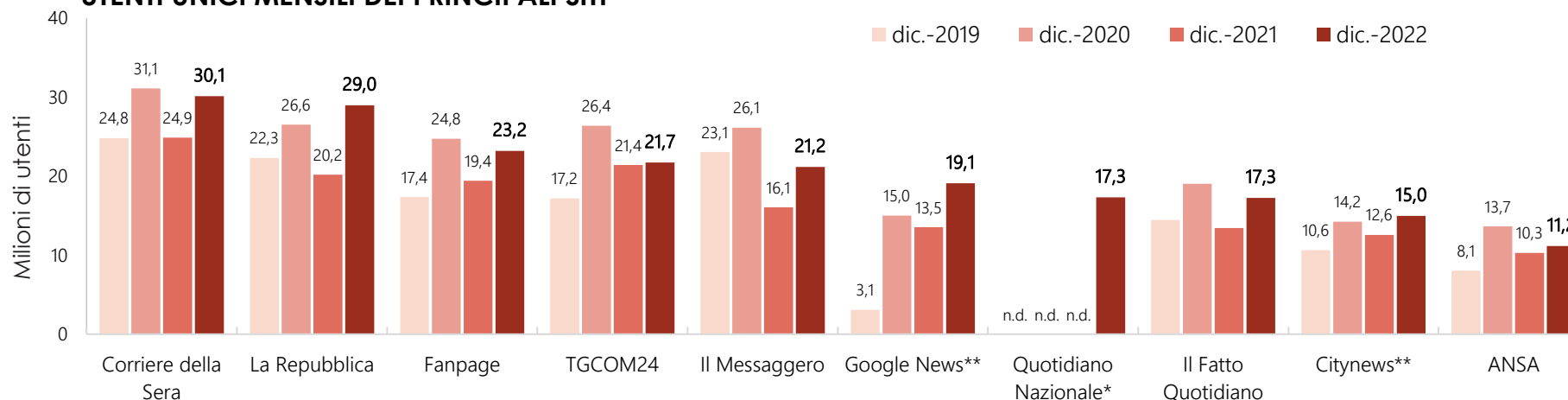
MILIONI DI UTENTI UNICI MENSILI (dicembre 2019 – dicembre 2022)



**38 milioni** di utenti unici si sono collegati a siti/APP di informazione generalista nel mese di dicembre 2022 (+1 milione di utenti rispetto a dicembre 2021)

Poco più di **1 ora e 3 minuti** trascorsi, in media, da ciascun utente navigando su siti/APP di informazione generalista nel mese di dicembre 2022

### UTENTI UNICI MENSILI DEI PRINCIPALI SITI



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

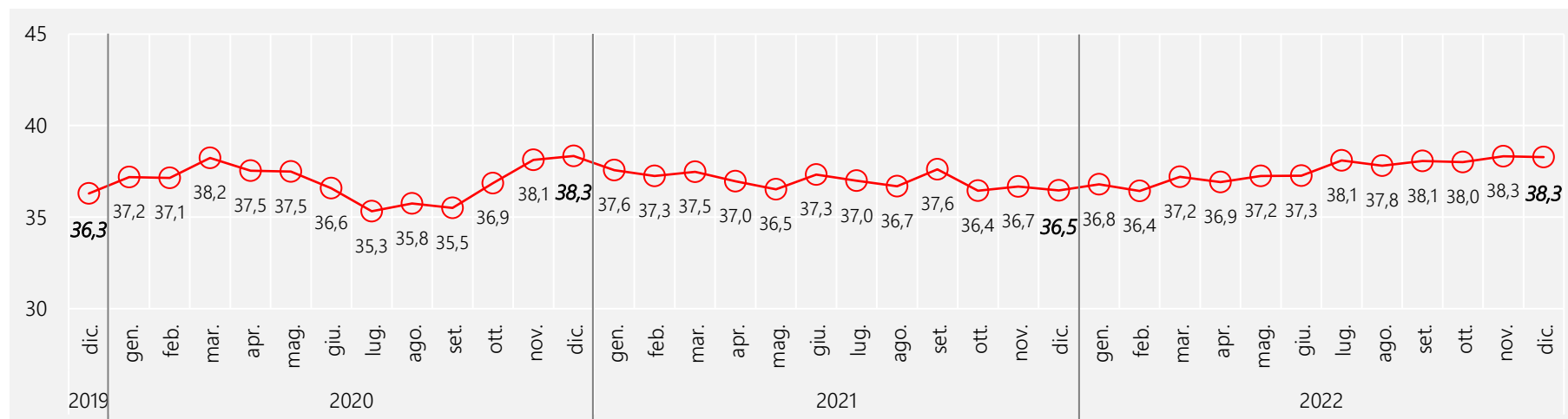
\* Nota: a partire da aprile 2022 il gruppo Monrif è entrato nel sistema di rilevazione Audiweb. Ciò ha comportato una modifica del perimetro di classificazione e della modalità di rilevazione che – oltre ad *Audiweb Panel* – utilizza ora anche la componente censuaria, *Audiweb Census*. Per questa ragione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

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

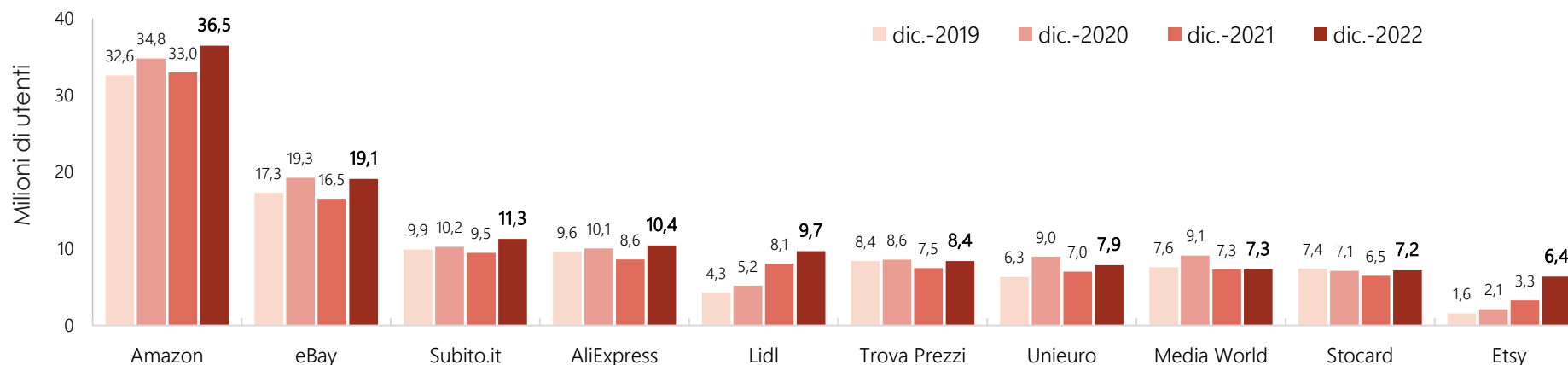
MILIONI DI UTENTI UNICI MENSILI (dicembre 2019 – dicembre 2022)



**38 milioni e 277 mila** utenti unici si sono collegati a siti/APP di e-commerce nel mese di dicembre 2022 (+1 milione e **816 mila** utenti rispetto a dicembre 2021)

**3 ore e 7 minuti**, in media, trascorse da ciascun utente navigando su siti/APP di e-commerce nel mese di dicembre 2022

### UTENTI UNICI MENSILI DEI PRINCIPALI SITI\*



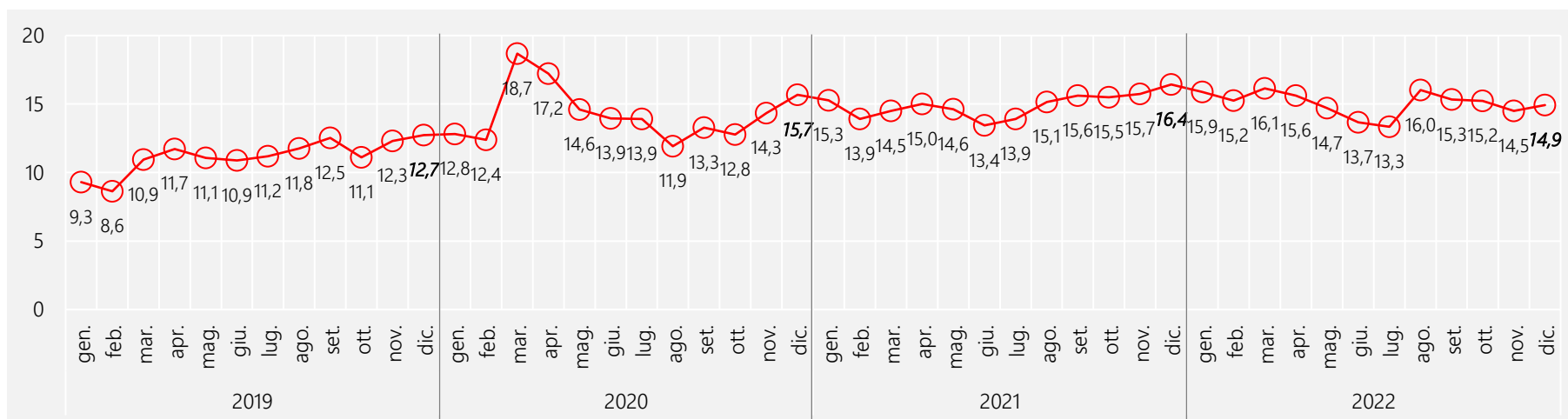
**Utenti unici:** numero di utenti/persone diverse che hanno visitato qualsiasi contenuto di un sito Web, una categoria, un canale o un'applicazione durante il periodo di riferimento.

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

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

## 2.12 PIATTAFORME: UTENTI UNICI DELLE PIATTAFORME DI VIDEO ON DEMAND A PAGAMENTO

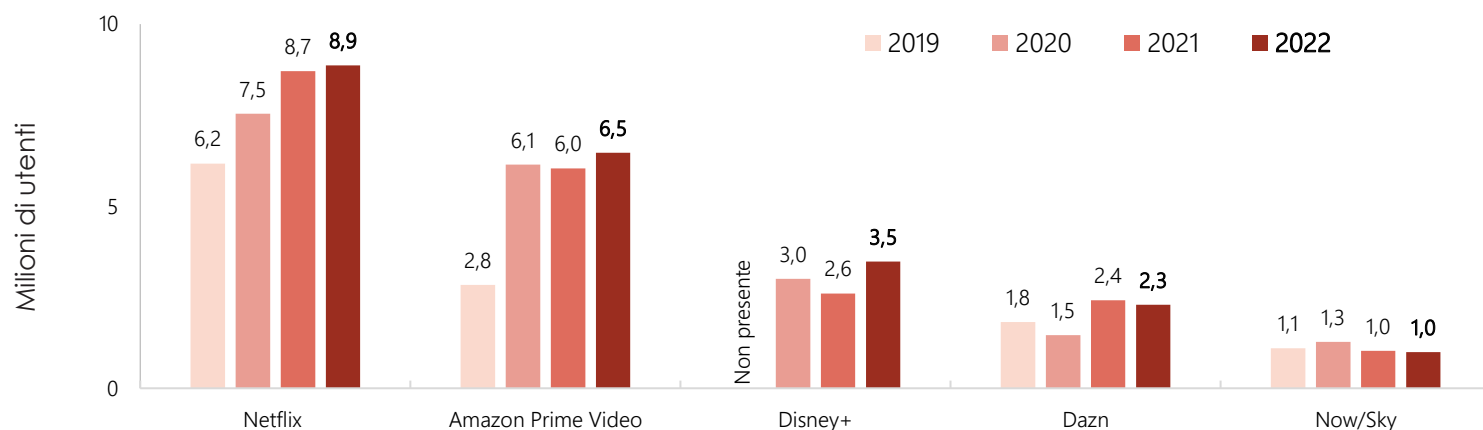
MILIONI DI UTENTI UNICI MENSILI (gennaio 2019 – dicembre 2022)



**14 milioni e 924 mila** utenti unici si sono collegati a siti/APP di video on demand nel mese di dicembre 2022 (-1 milione e 492 mila utenti rispetto a dicembre 2021)

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

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



\* Nota: sono rappresentati gli operatori con minuti medi spesi per operatore nel periodo considerato superiori a 7.

Fonte: elaborazioni Autorità su dati Comscore

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

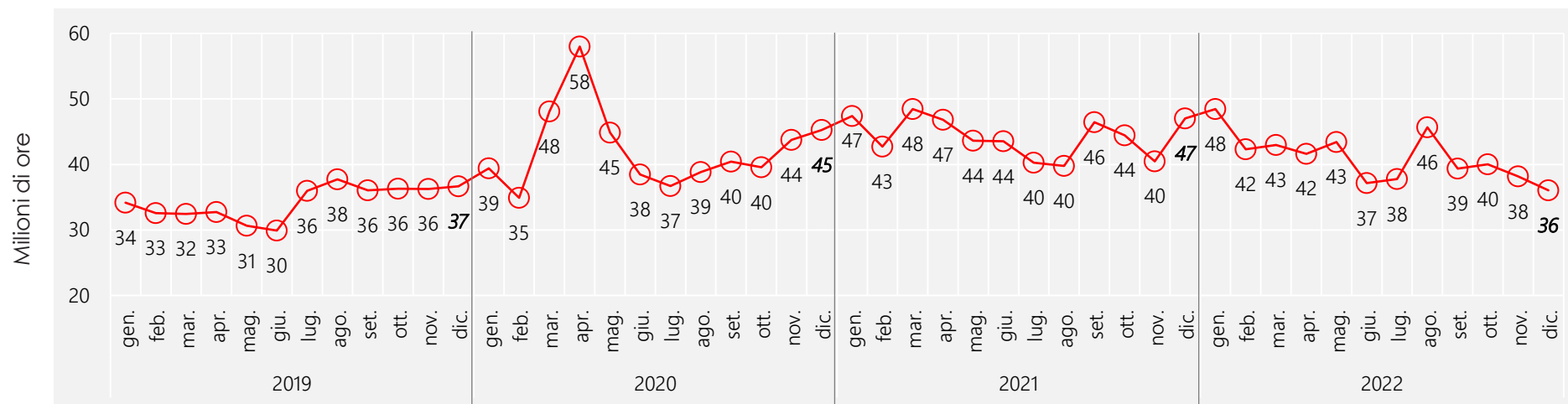
Non sono stati considerati gli utenti unici di Mediaset Infinity Sites in ragione di scelte editoriali che non consentono di scorporare il traffico dei servizi VOD a pagamento da quello gratuito. Nel complesso gli utenti unici di Mediaset Infinity Sites ammontano in media ad oltre 11 milioni di utenti.

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

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

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

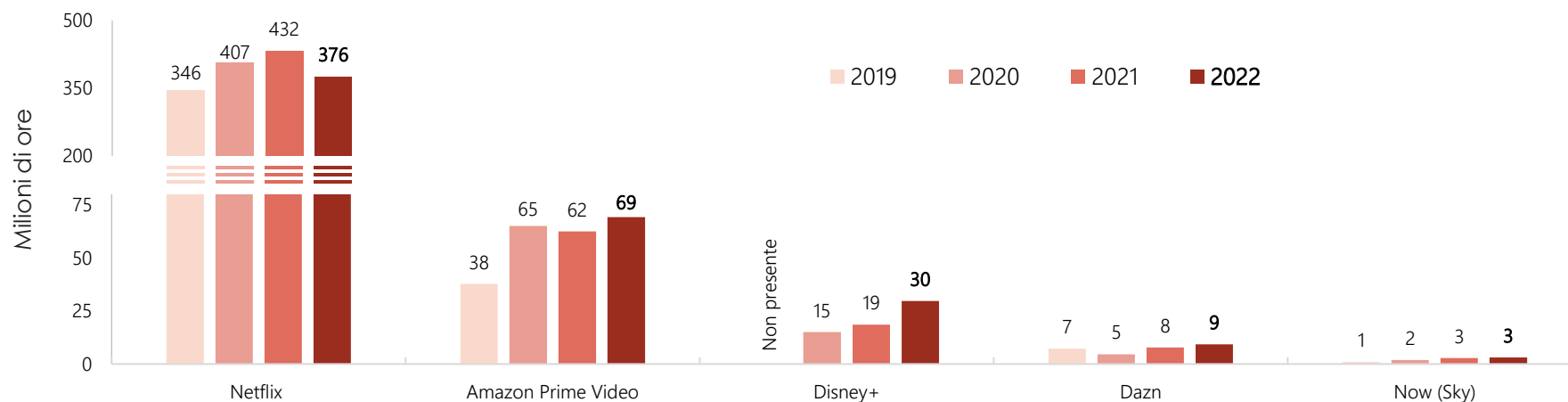
ORE COMPLESSIVE DI NAVIGAZIONE (in milioni) (gennaio 2019 – dicembre 2022)



A dicembre 2022, il tempo trascorso sui siti/APP di servizi video on demand a pagamento supera di poco le **36 milioni di ore**

Il tempo trascorso in media da ciascun visitatore nel mese di dicembre 2022 è pari a **2 ore e 25 minuti**

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



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

Non sono stati considerate le ore di navigazione degli utenti unici di Mediaset Infinity Sites in ragione di scelte editoriali che non consentono di scorporare il traffico dei servizi VOD a pagamento da quello gratuito. Nel complesso gli utenti unici di Mediaset Infinity Sites ammontano da inizio anno a 66 milioni di ore.

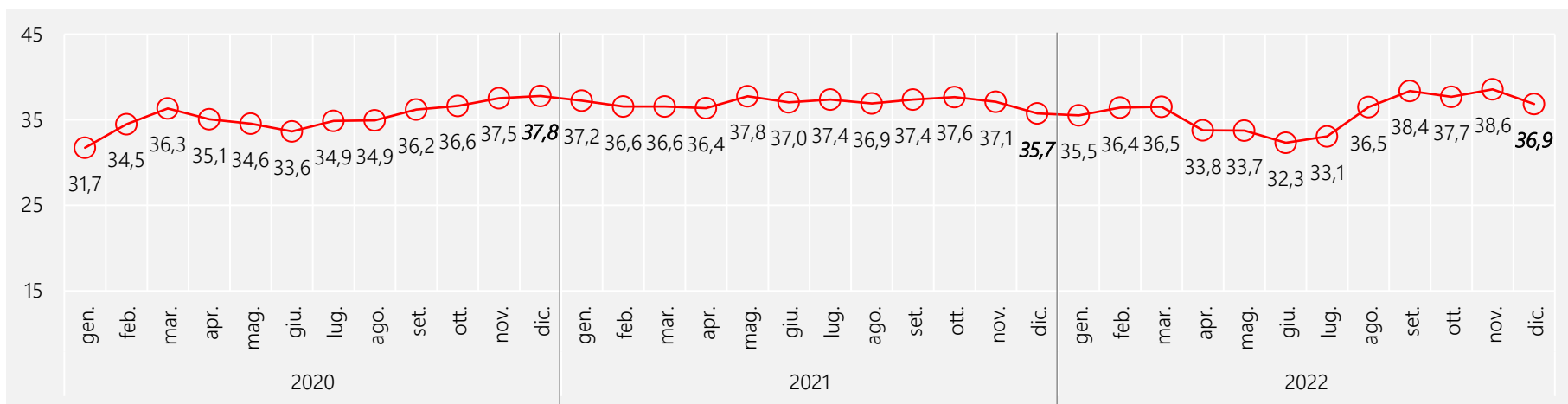
Il dato si riferisce al traffico Desktop e Mobile e non include il traffico da Connected TV.

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



## 2.14 PIATTAFORME: UTENTI UNICI DELLE PIATTAFORME DI SERVIZI VIDEO ON DEMAND GRATUITI

MILIONI DI UTENTI UNICI MENSILI (gennaio 2020 – dicembre 2022)



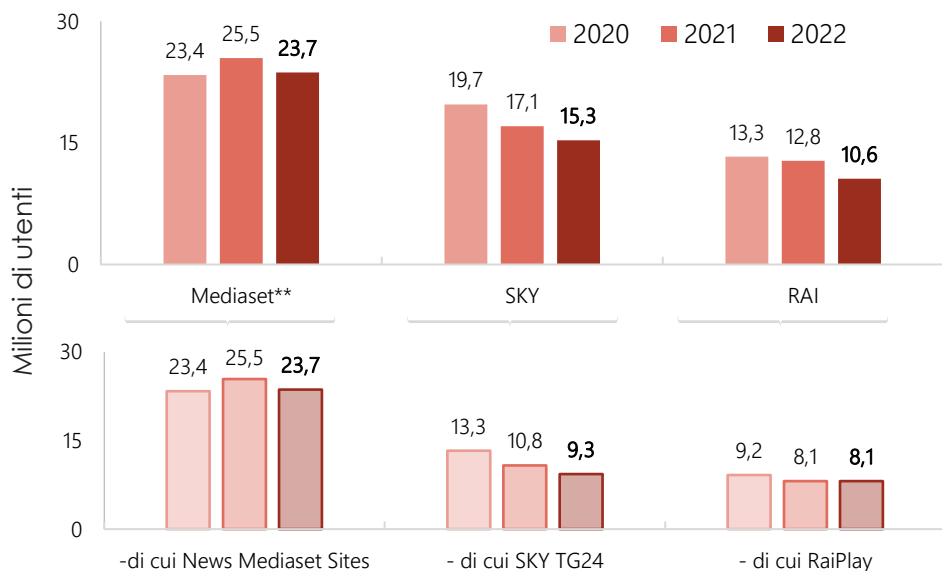
**36 milioni e 854 mila** utenti unici si sono collegati a siti/APP di video on demand gratuiti nel mese di dicembre 2022 (+1 milione e **108 mila** di utenti rispetto a dicembre 2021)

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

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

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

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



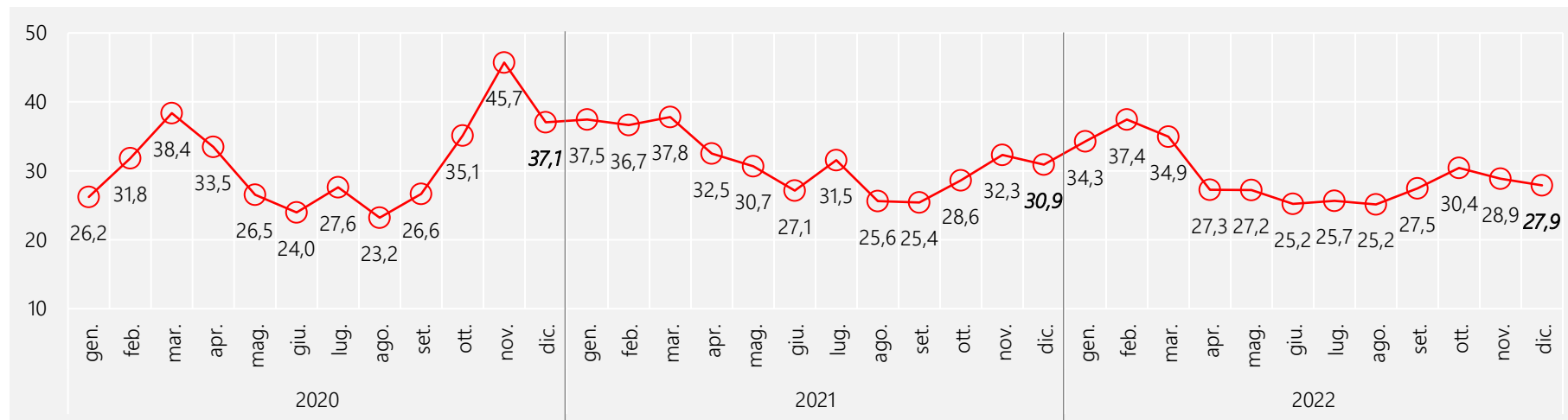
\* Sono rappresentati i primi operatori per utenti unici e la loro componente - fra quelle considerate che comprendono news, sport e intrattenimento - più rilevante in termini di utenti unici.

\*\* Gli utenti unici per MFE/Mediaset sono quelli relativi ai siti/App della componente News Mediaset Sites in ragione di scelte editoriali da parte dell'operatore che non consentono di scorporare il traffico dei servizi VOD a pagamento incluso in Mediaset Infinity Sites. Tenendo conto di questa componente (che da inizio anno ammonta in media ad oltre 11 milioni di utenti unici), nel complesso MEF/Mediaset nel 2022 raggiunge più di 28 milioni di utenti unici medi mensili.

Fonte: elaborazioni Autorità su dati ComScore

## 2.15 PIATTAFORME: TEMPO SPESO SULLE PIATTAFORME DI SERVIZI VIDEO ON DEMAND GRATUITI

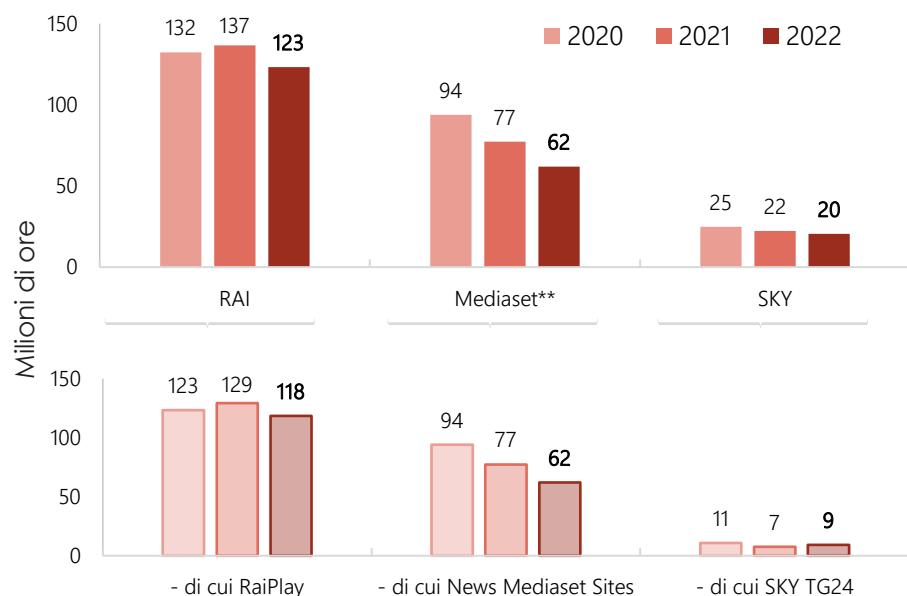
ORE COMPLESSIVE DI NAVIGAZIONE (in milioni) (gennaio 2020 – dicembre 2022)



A dicembre 2022, il tempo trascorso sui siti/APP di servizi video on demand gratuiti è stato di poco inferiore alle **28 milioni di ore**

Il tempo trascorso in media da ciascun visitatore nel mese di dicembre 2022 è di **45 minuti**

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



\* Sono rappresentate le ore complessive degli operatori e della componente fra quelle considerate - che comprendono news, sport e intrattenimento - più rilevante in termini di utenti unici, di cui alla precedente slide 2.13.

\*\* Le ore complessive per MEF/Mediaset sono quelle relative ai siti/App della componente News Mediaset Sites in ragione di scelte editoriali da parte dell'operatore che non consentono di scorporare il traffico dei servizi VOD a pagamento incluso in Mediaset Infinity Sites. Tenendo conto di questa componente (che da inizio anno ammonta in media ad oltre 66 milioni di ore), nel complesso MEF/Mediaset nel 2022 raggiunge più di 145 milioni di ore di navigazione.

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

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

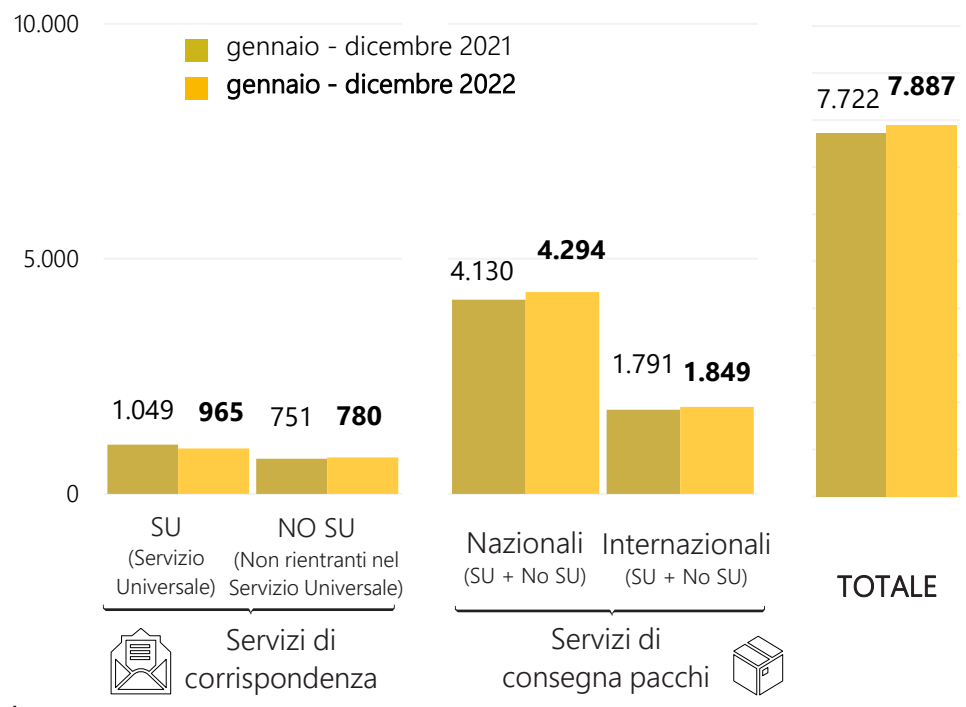
Nel leggere la serie storica occorre considerare che non è più presente il tag in pagina sul sito di RaiPlay e di RaiNews, rispettivamente da febbraio 2021 e da novembre 2021.

Fonte: elaborazioni Autorità su dati ComScore

### 3.1 SERVIZI POSTALI: ANDAMENTO DEI RICAVI

#### RICAVI CUMULATI DA INIZIO ANNO

MILIONI DI €

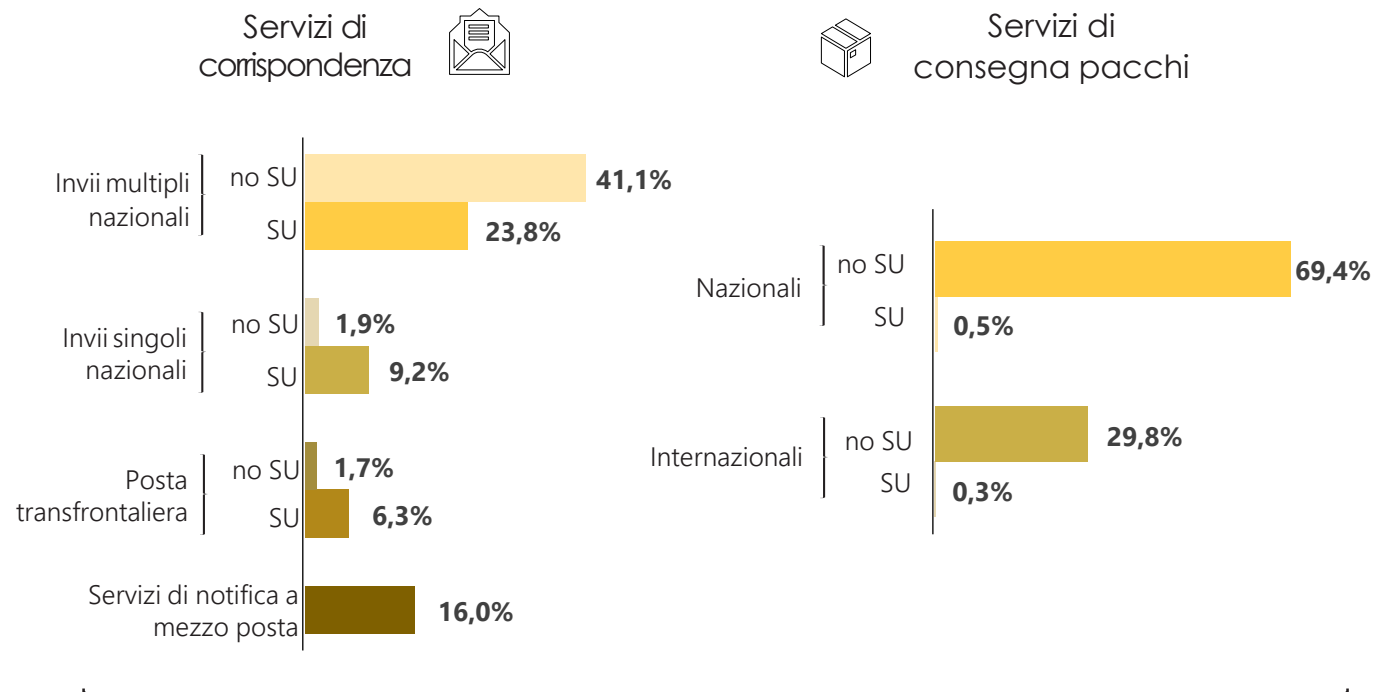


Totale

Variazione annuale in %  
(Gen. – Dic. 2021) – (Gen. – Dic. 2022)

#### RIPARTIZIONE DEI RICAVI DA INIZIO ANNO (%)

(gennaio – dicembre 2022)



Variazione annuale in %  
(Dic. 2021 – Dic. 2022)



Invii multipli nazionali



Invii singoli nazionali



Posta transfrontaliera



Servizi di notifica a mezzo posta



Nazionali

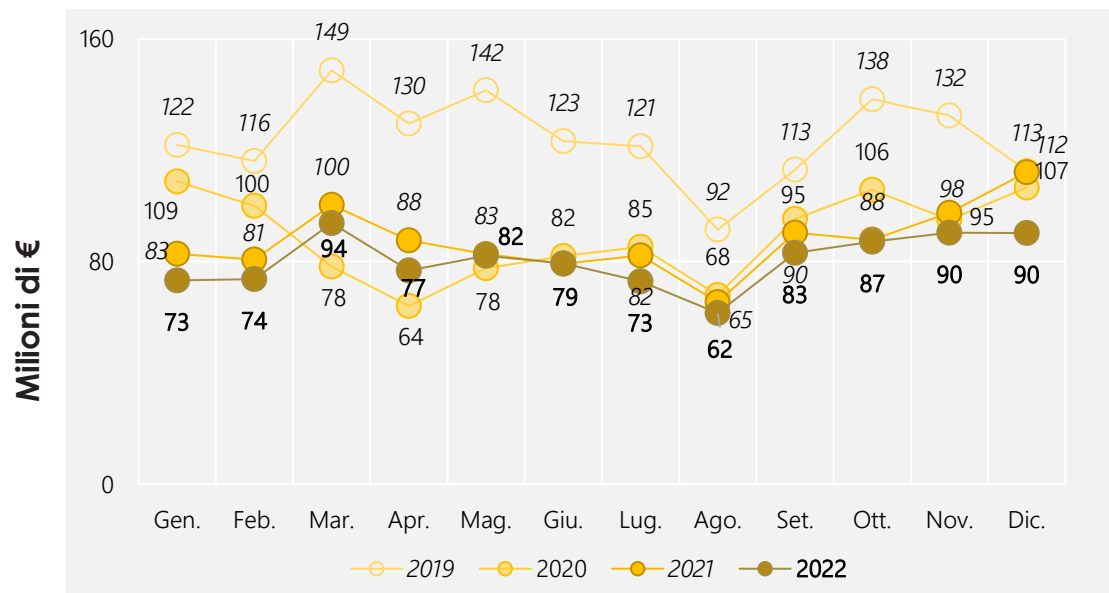


Internazionali

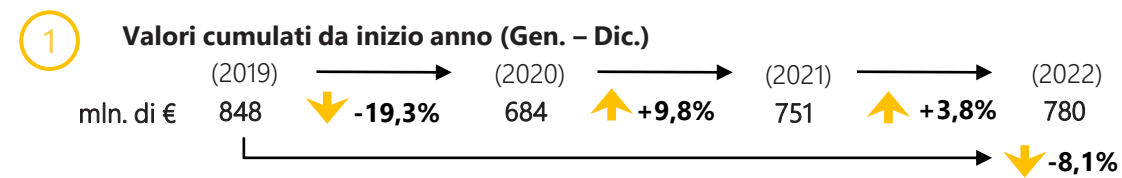
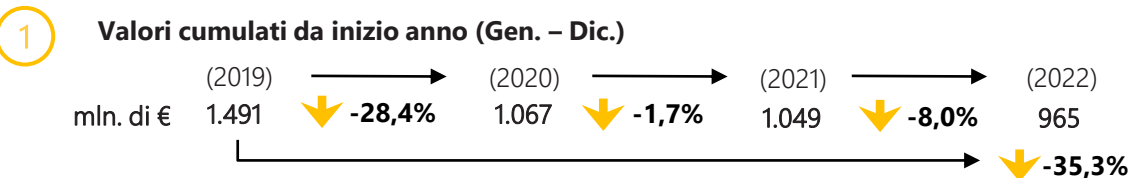
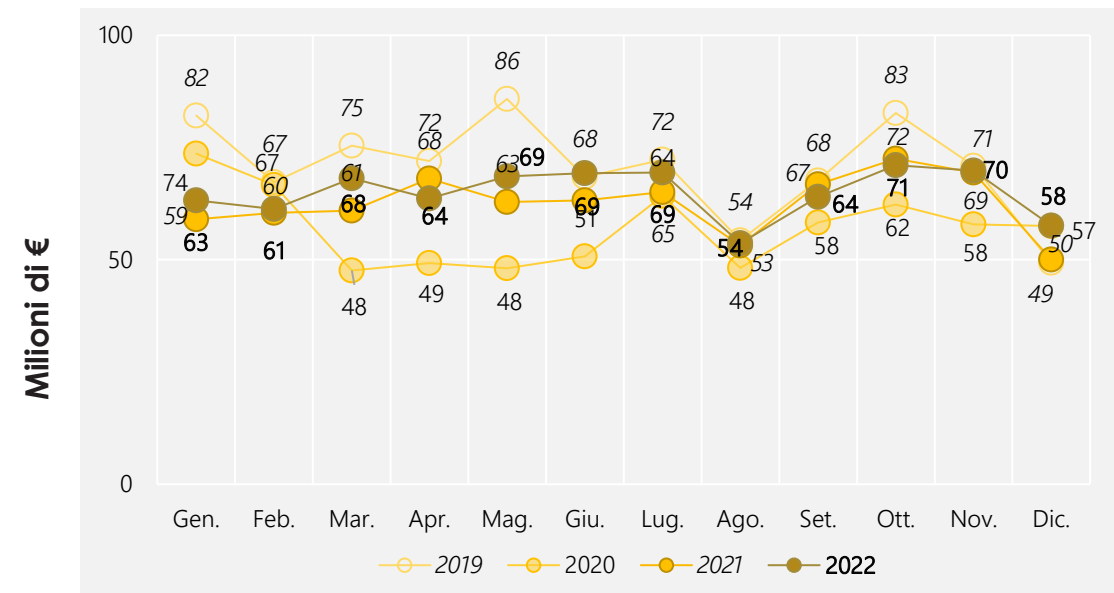
**Nota:** a seguito di riclassifiche effettuate dalle imprese i valori esposti non sono confrontabili con quanto corrispondentemente illustrato nelle precedenti versioni dell'Osservatorio. I dati esposti fanno riferimento ai seguenti operatori: Amazon Italia Transport S.r.l., BRT S.p.A., DHL Express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

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

### SERVIZIO UNIVERSALE



### ALTRI SERVIZI (NO SU)



2 Confronto valori trimestrali (variazioni %)

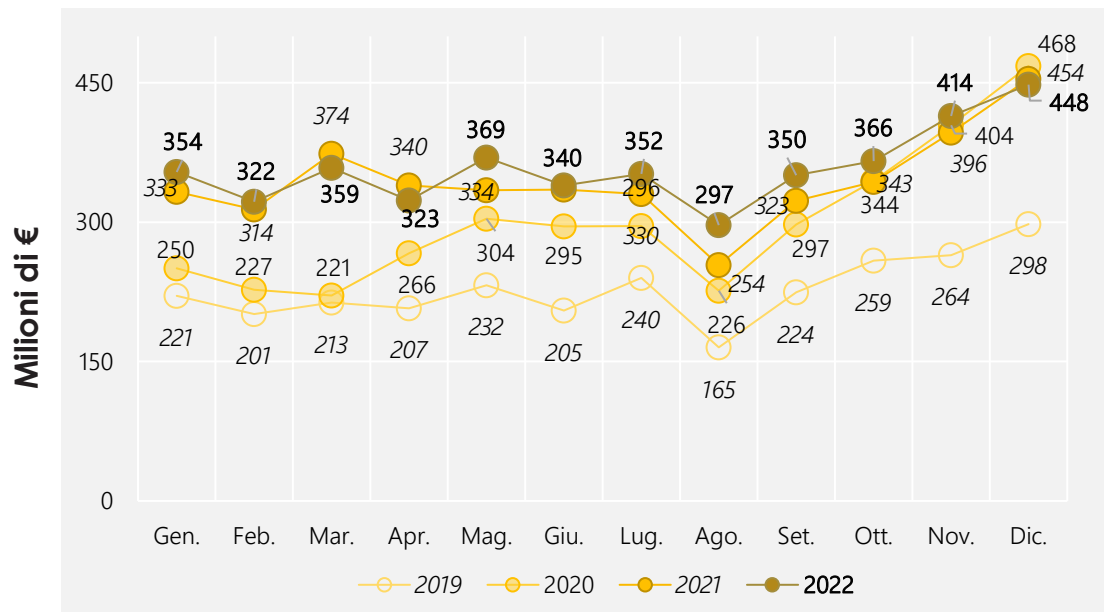
	Annuale			Di periodo 2019/2022
	2019/2020	2020/2021	2021/2022	
1° trimestre (Gen. - Mar.)	-25,8	-8,1	-8,7	-37,7
2° trimestre (Apr. - Giu.)	-43,3	+11,6	-4,5	-39,6
3° trimestre (Lug. - Set.)	-23,7	-4,2	-8,6	-33,2
4° trimestre (Set. - Dic.)	-19,8	-3,2	-10,0	-30,1

2 Confronto valori trimestrali (variazioni %)

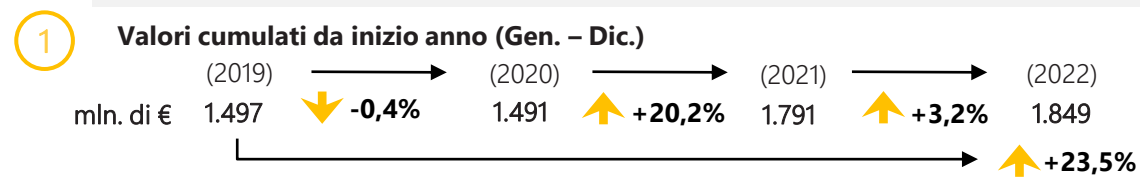
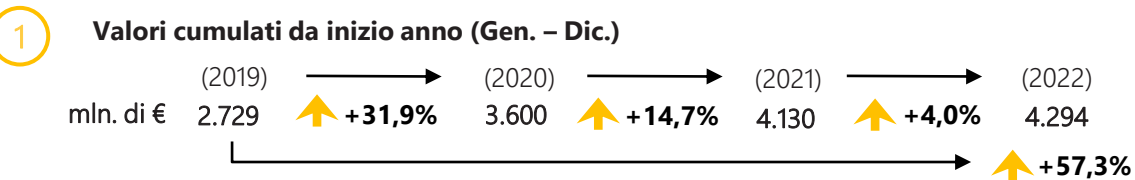
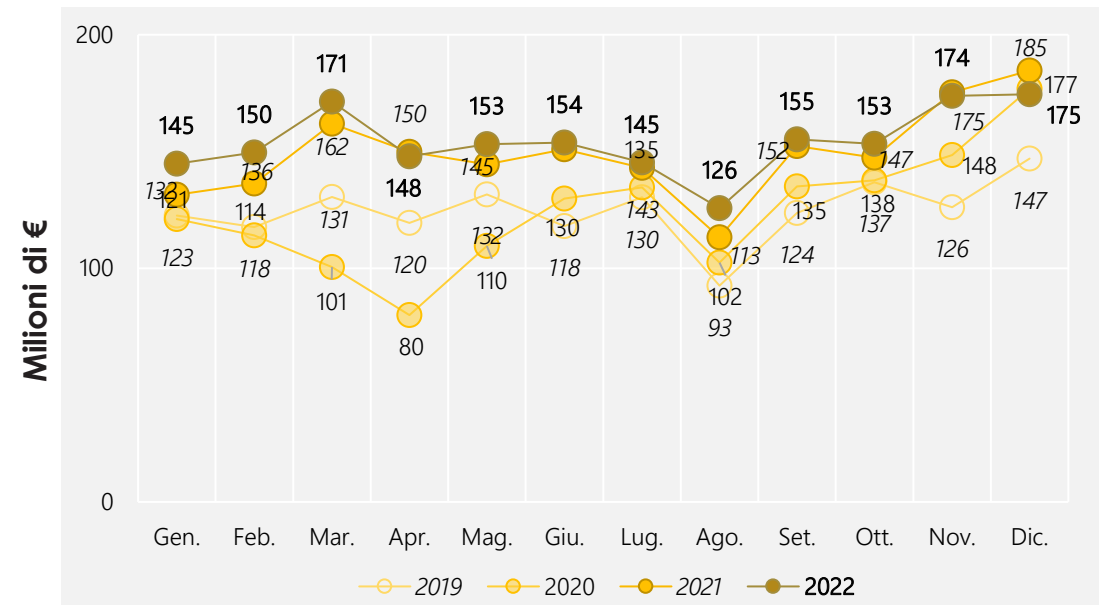
	Annuale			Di periodo 2019/2022
	2019/2020	2020/2021	2021/2022	
1° trimestre (Gen. - Mar.)	-16,4	-4,0	+6,8	-14,3
2° trimestre (Apr. - Giu.)	-34,6	+31,1	+3,8	-10,9
3° trimestre (Lug. - Set.)	-12,1	+8,4	+1,1	-3,7
4° trimestre (Set. - Dic.)	-12,4	+8,0	+3,4	-2,1

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

#### NAZIONALI



#### INTERNAZIONALI



2 Confronto valori trimestrali (variazioni %)

	Annuale			Di periodo 2019/2022
	2019/2020	2020/2021	2021/2022	
1° trimestre (Gen. - Mar.)	+10,0	+46,1	+1,4	+62,9
2° trimestre (Apr. - Giu.)	+34,3	+16,6	+2,3	+60,2
3° trimestre (Lug. - Set.)	+30,2	+10,7	+10,2	+58,8
4° trimestre (Set. - Dic.)	+48,2	-1,9	+2,9	+49,6

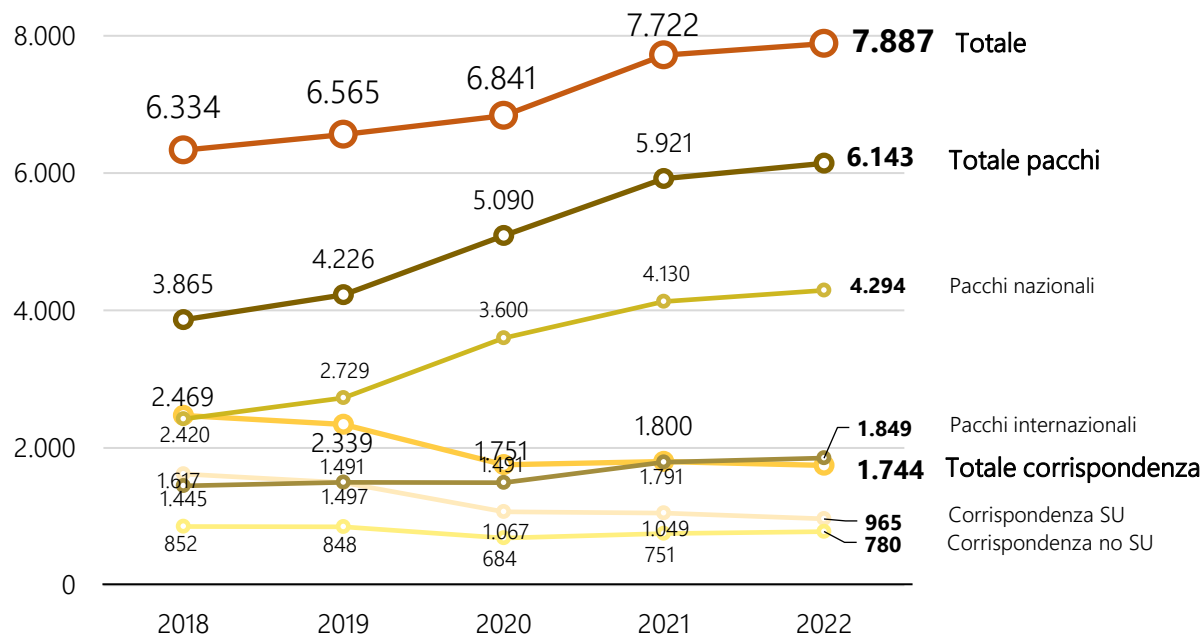
2 Confronto valori trimestrali (variazioni %)

	Annuale			Di periodo 2019/2022
	2019/2020	2020/2021	2021/2022	
1° trimestre (Gen. - Mar.)	-9,5	+28,0	+8,4	+25,6
2° trimestre (Apr. - Giu.)	-13,5	+39,4	+2,2	+23,2
3° trimestre (Lug. - Set.)	+7,3	+9,8	+4,3	+23,0
4° trimestre (Set. - Dic.)	+13,0	+9,6	-1,1	+22,4

### 3.4 SERVIZI POSTALI: TREND STORICO DEI RICAVI

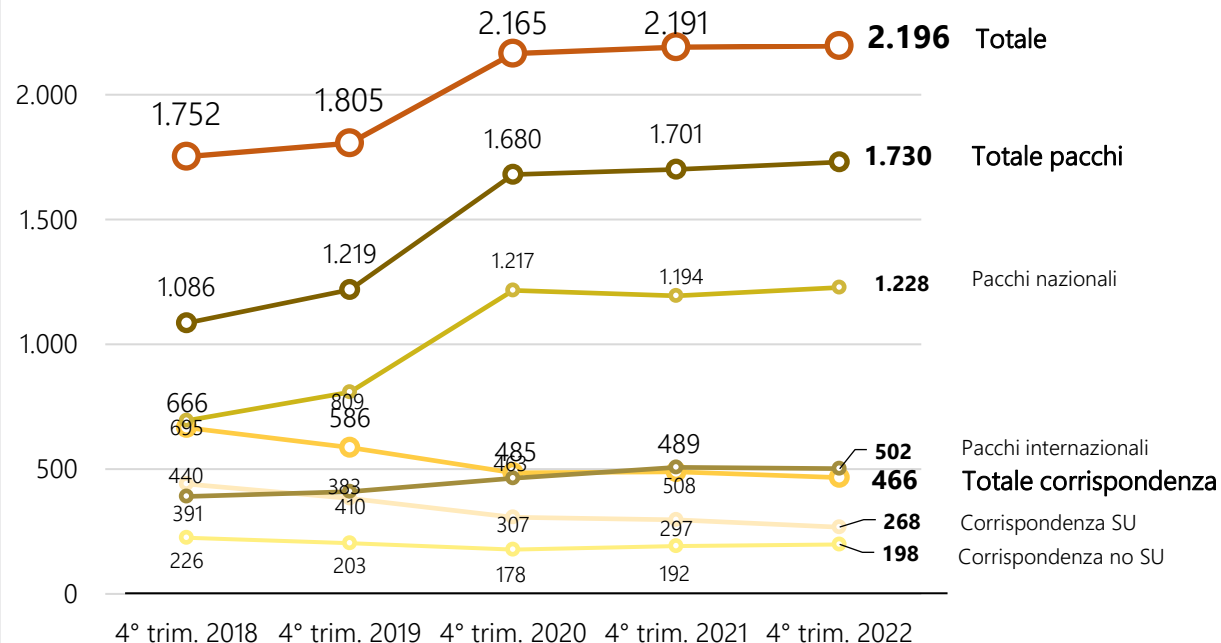
#### BASE ANNUALE (VALORI CUMULATI 12 MESI)

MILIONI DI €



#### BASE TRIMESTRALE

MILIONI DI €



Variazione in %

(2018 – 2022)

(2021 – 2022)

<b>Totale:</b>	<b>+24,5</b>	↑	<b>+2,1</b>	↑
<b>Servizi di corrispondenza:</b>	<b>-29,4</b>	↓	<b>-3,1</b>	↓
- Servizio Universale:	-40,3	↓	-8,0	↓
- No Servizio Universale:	-8,5	↓	+3,8	↑
<b>Servizi di consegna pacchi:</b>	<b>+58,9</b>	↑	<b>+3,7</b>	↑
- Pacchi nazionali:	+77,4	↑	+4,0	↑
- Pacchi internazionali:	+28,0	↑	+3,2	↑

Variazione in %

(4° trim. 2018 – 4° trim. 2022)

(4° trim. 2021 – 4° trim. 2022)

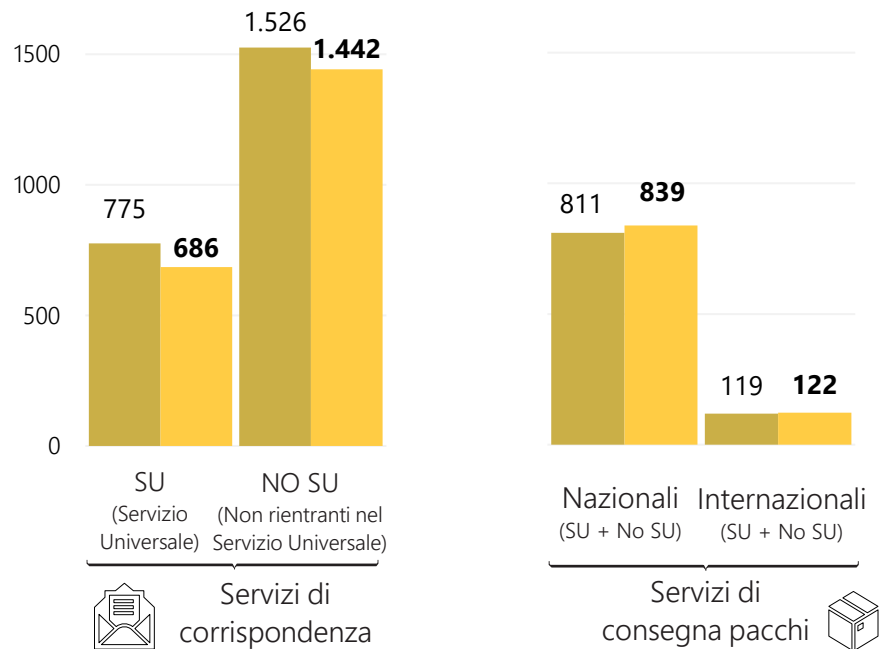
<b>Totale:</b>	<b>+25,4</b>	↑	<b>+0,3</b>	↑
<b>Servizi di corrispondenza:</b>	<b>-29,9</b>	↓	<b>-4,7</b>	↓
- Servizio Universale:	-39,1	↓	-10,0	↓
- No Servizio Universale:	-12,0	↓	+3,4	↑
<b>Servizi di consegna pacchi:</b>	<b>+59,3</b>	↑	<b>+1,7</b>	↑
- Pacchi nazionali:	+76,7	↑	+2,9	↑
- Pacchi internazionali:	+28,3	↑	-1,1	↓

### 3.5 SERVIZI POSTALI: ANDAMENTO DEI VOLUMI

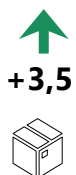
#### VOLUMI COMPLESSIVI DA INIZIO ANNO

MILIONI DI INVII

■ gennaio - dicembre 2021  
■ gennaio - dicembre 2022

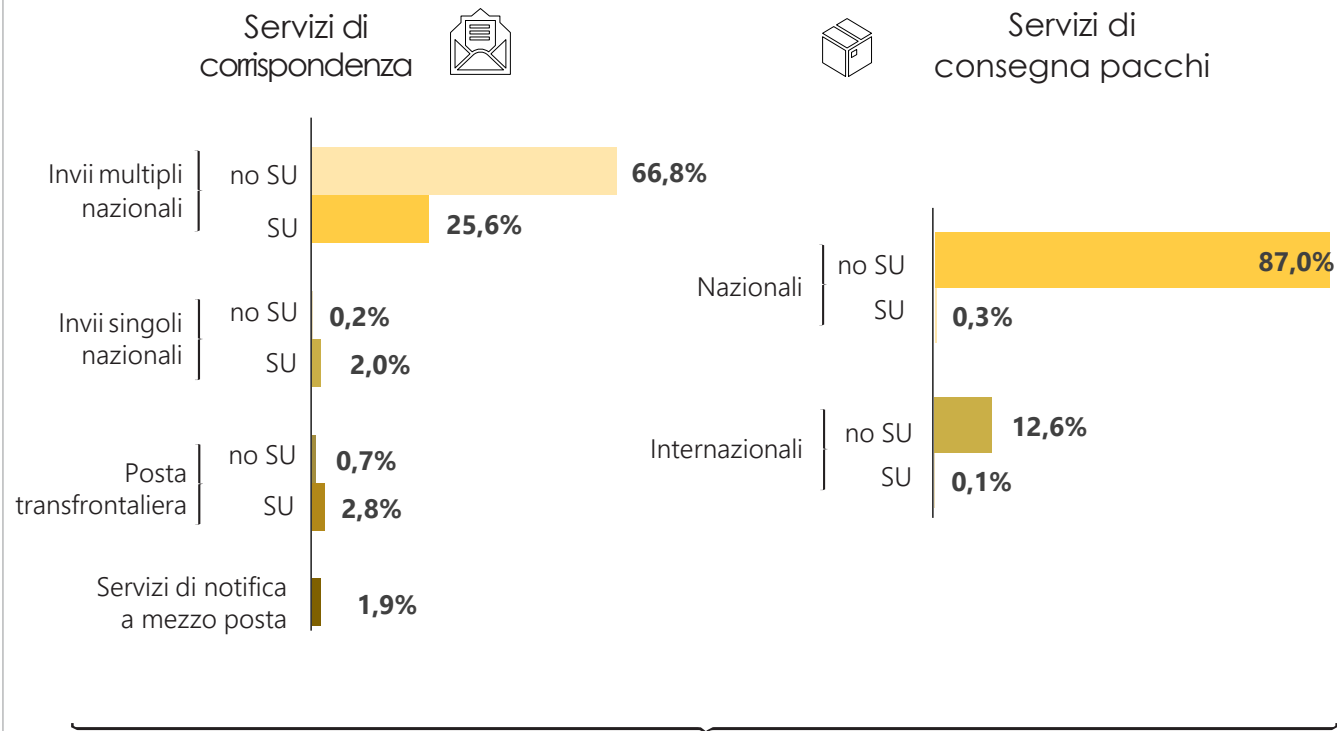


Variazione annuale in %  
(Gen.- Dic. 2021) – (Gen.- Dic. 2022)



#### RIPARTIZIONE DEI VOLUMI DA INIZIO ANNO (%)

(gennaio - dicembre 2022)



Variazione annuale in %  
(Dic. 2021 – Dic. 2022)



Invii multipli nazionali



Invii singoli nazionali



Posta transfrontaliera



Servizi di notifica a mezzo posta



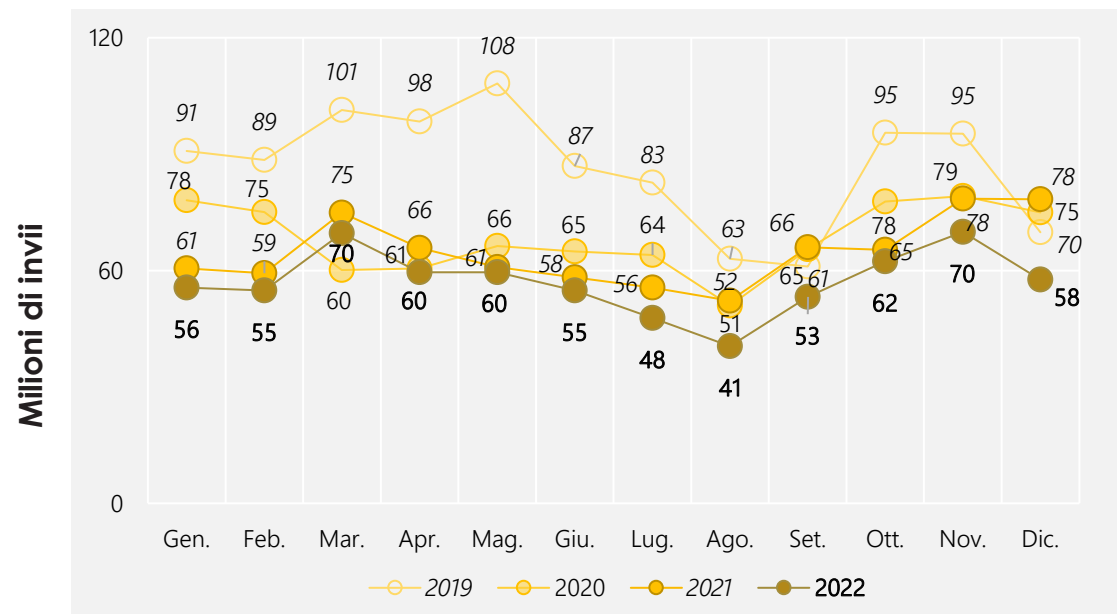
Nazionali



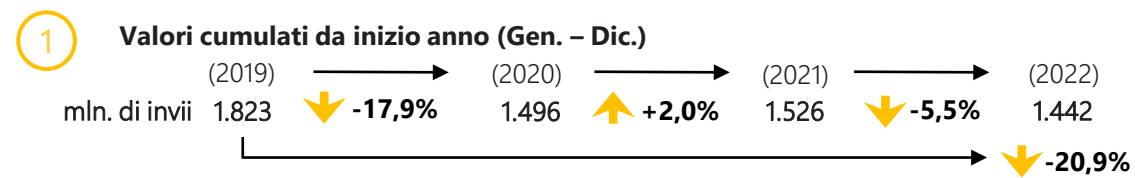
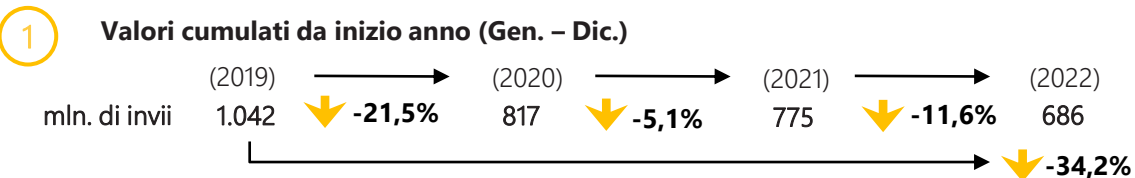
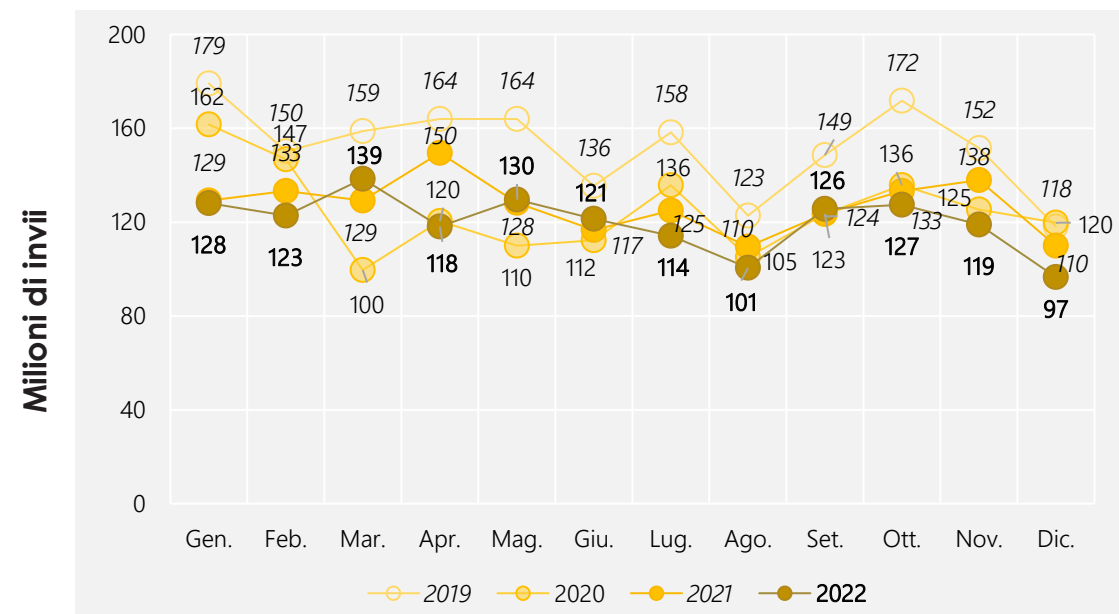
Internazionali

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

#### SERVIZIO UNIVERSALE



#### ALTRI SERVIZI (NO SU)



2 Confronto valori trimestrali (variazioni %)

	Annuale			Di periodo 2019/2022
	2019/2020	2020/2021	2021/2022	
1° trimestre (Gen. - Mar.)	-24,0	-8,7	-7,5	-35,8
2° trimestre (Apr. - Giu.)	-34,7	-3,6	-5,9	-40,7
3° trimestre (Lug. - Set.)	-12,7	-3,7	-18,5	-31,5
4° trimestre (Set. - Dic.)	-11,0	-4,2	-14,4	-27,1

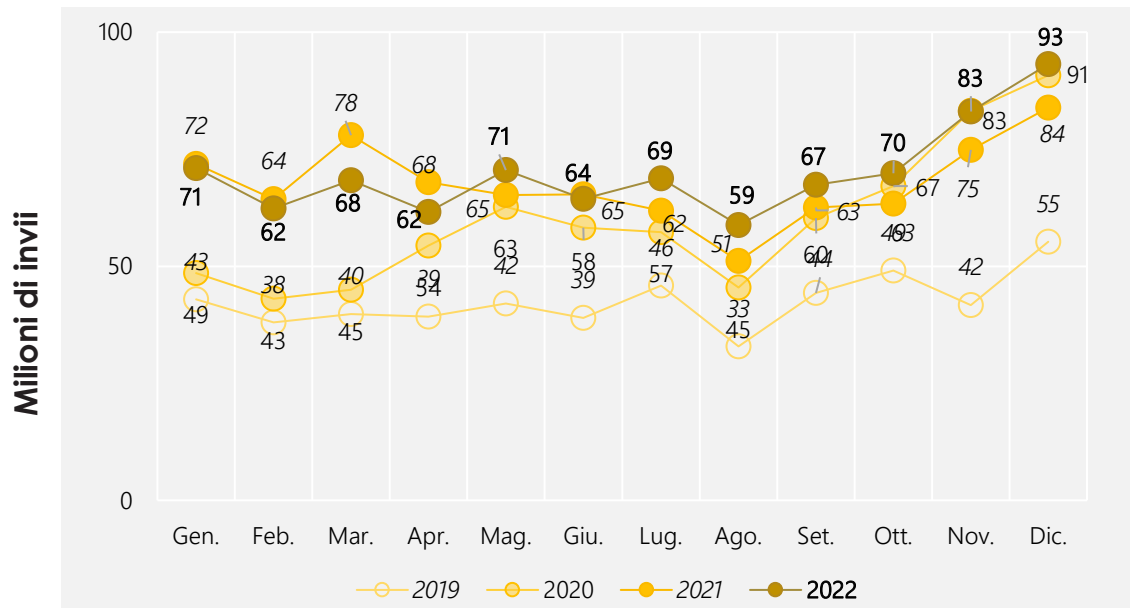
2 Confronto valori trimestrali (variazioni %)

	Annuale			Di periodo 2019/2022
	2019/2020	2020/2021	2021/2022	
1° trimestre (Gen. - Mar.)	-16,4	-4,0	-0,6	-20,2
2° trimestre (Apr. - Giu.)	-26,1	+15,1	-6,4	-20,4
3° trimestre (Lug. - Set.)	-15,2	-1,7	-4,9	-20,7
4° trimestre (Set. - Dic.)	-13,7	+0,1	-10,0	-22,3

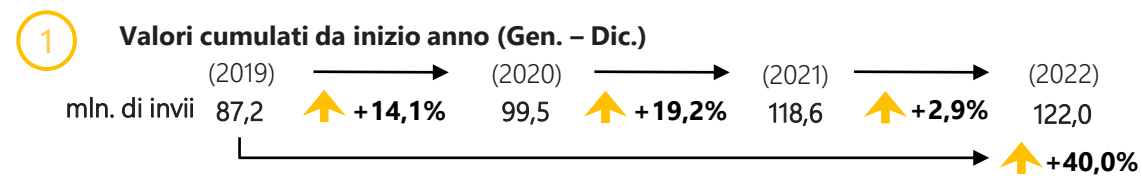
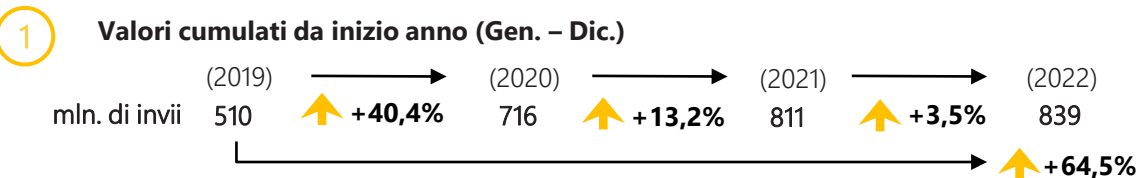
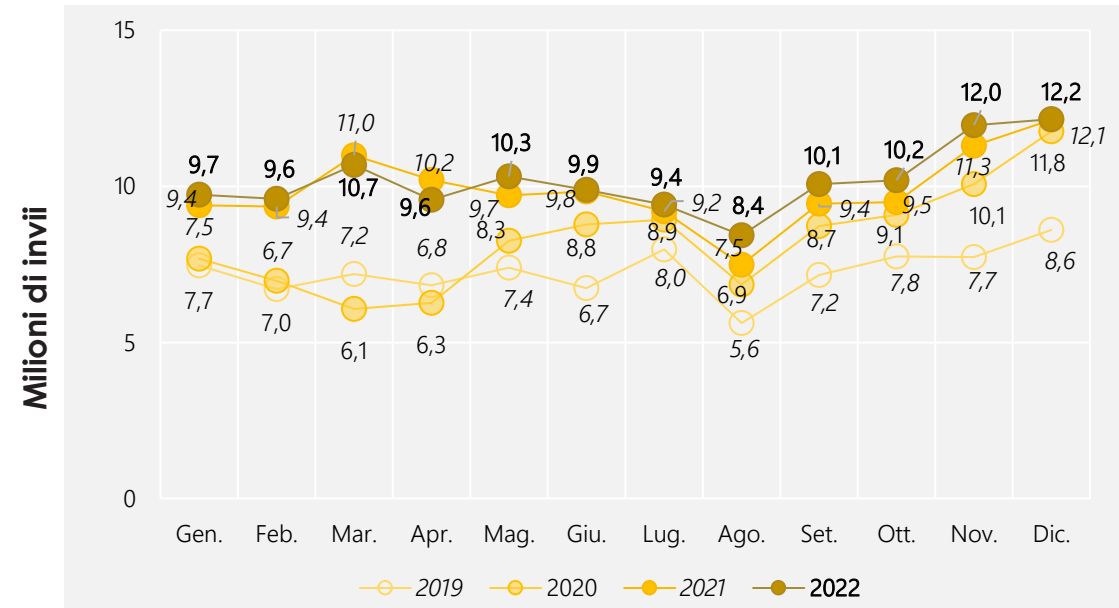


### 3.7 SERVIZI POSTALI: VOLUMI DA SERVIZI DI CONSEGNA PACCHI (andamento mensile)

#### NAZIONALI



#### INTERNAZIONALI



2 Confronto valori trimestrali (variazioni %)

	Annuale			Di periodo 2019/2022
	2019/2020	2020/2021	2021/2022	
1° trimestre (Gen. - Mar.)	+13,2	+56,8	-5,9	+67,0
2° trimestre (Apr. - Giu.)	+45,9	+13,2	-1,0	+63,4
3° trimestre (Lug. - Set.)	+32,4	+7,7	+11,0	+58,4
4° trimestre (Set. - Dic.)	+65,2	-7,9	+10,8	+68,6

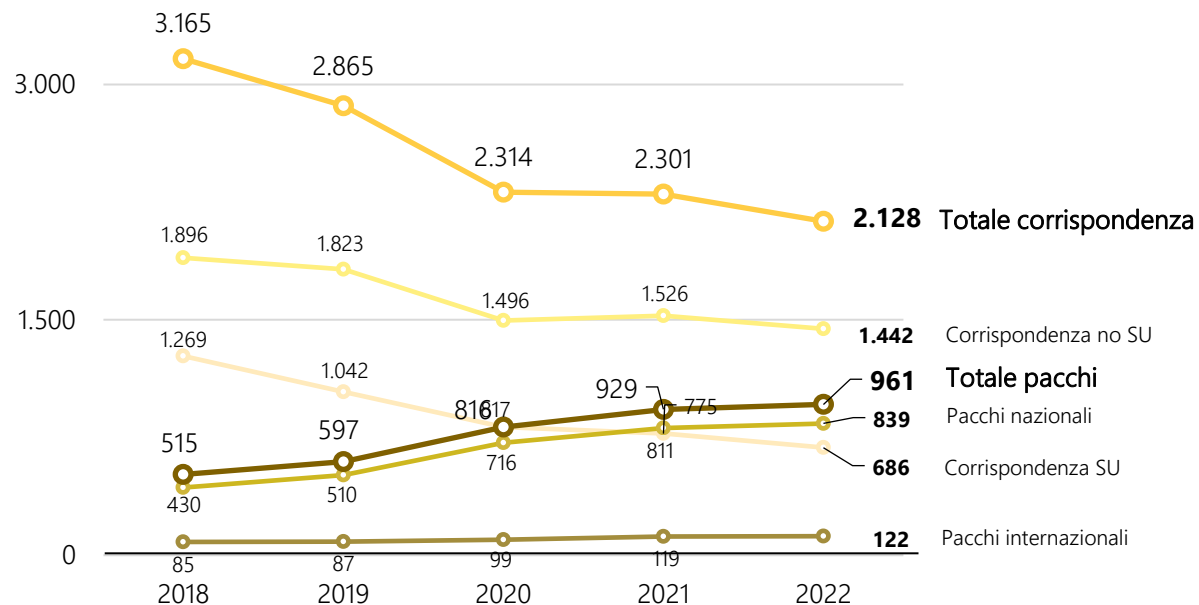
2 Confronto valori trimestrali (variazioni %)

	Annuale			Di periodo 2019/2022
	2019/2020	2020/2021	2021/2022	
1° trimestre (Gen. - Mar.)	-3,0	+43,5	+0,9	+40,5
2° trimestre (Apr. - Giu.)	+11,2	+27,7	=	+42,0
3° trimestre (Lug. - Set.)	+18,1	+6,6	+6,8	+34,4
4° trimestre (Set. - Dic.)	+28,4	+6,5	+4,2	+42,4

## 3.8 SERVIZI POSTALI: TREND STORICO DEI VOLUMI

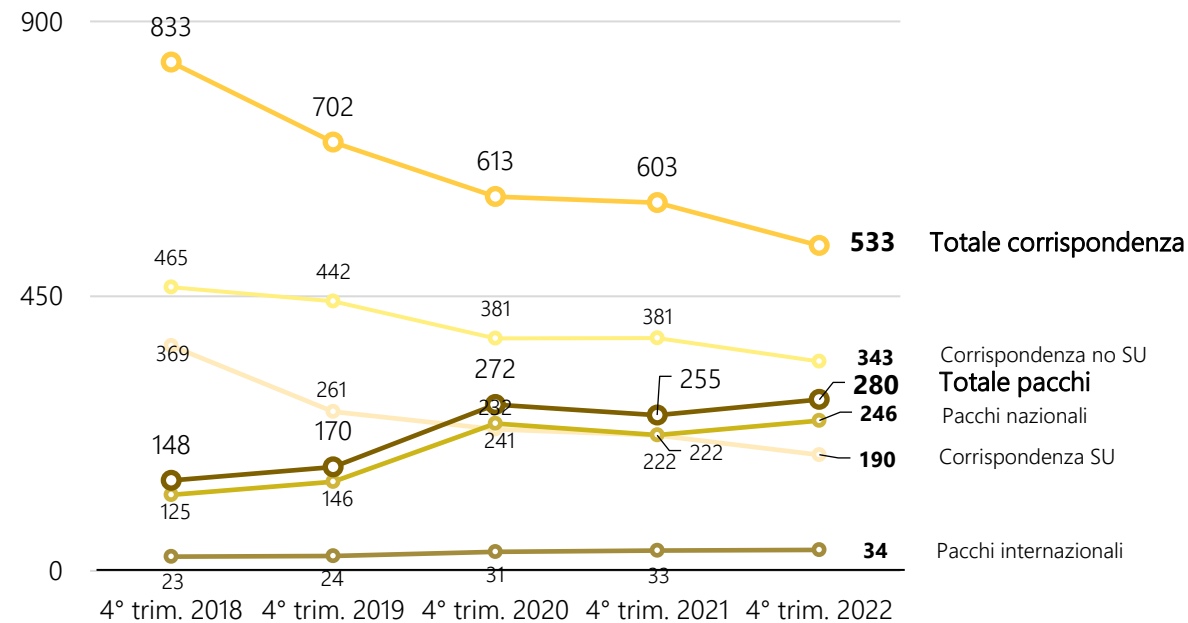
### BASE ANNUALE (VALORI CUMULATI 12 MESI)

MILIONI DI INVII



### BASE TRIMESTRALE

MILIONI DI INVII



Variazione in %

(2018 – 2022)

(2021 – 2022)

<b>Servizi di corrispondenza:</b>	<b>-32,8</b>	▼	<b>-7,5</b>	▼
- Servizio Universale:	-46,0	▼	-11,6	▼
- No Servizio Universale:	-23,9	▼	-5,5	▼
<b>Servizi di consegna pacchi:</b>	<b>+86,6</b>	▲	<b>+3,5</b>	▲
- Pacchi nazionali:	+95,0	▲	+3,5	▲
- Pacchi internazionali:	+43,7	▲	+2,9	▲

Variazione in %

(4° trim. 2018 – 4° trim 2022)

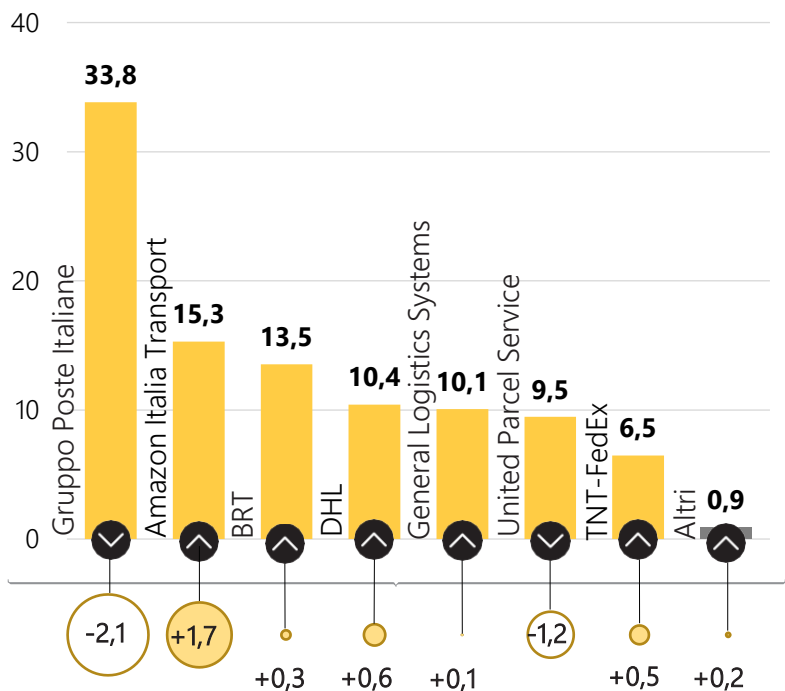
(4° trim. 2021 – 4° trim 2022)

<b>Servizi di corrispondenza:</b>	<b>-36,0</b>	▼	<b>-11,6</b>	▼
- Servizio Universale:	-48,5	▼	-14,4	▼
- No Servizio Universale:	-26,2	▼	-10,0	▼
<b>Servizi di consegna pacchi:</b>	<b>+89,7</b>	▲	<b>+9,9</b>	▲
- Pacchi nazionali:	+97,6	▲	+10,8	▲
- Pacchi internazionali:	+47,4	▲	+4,2	▲

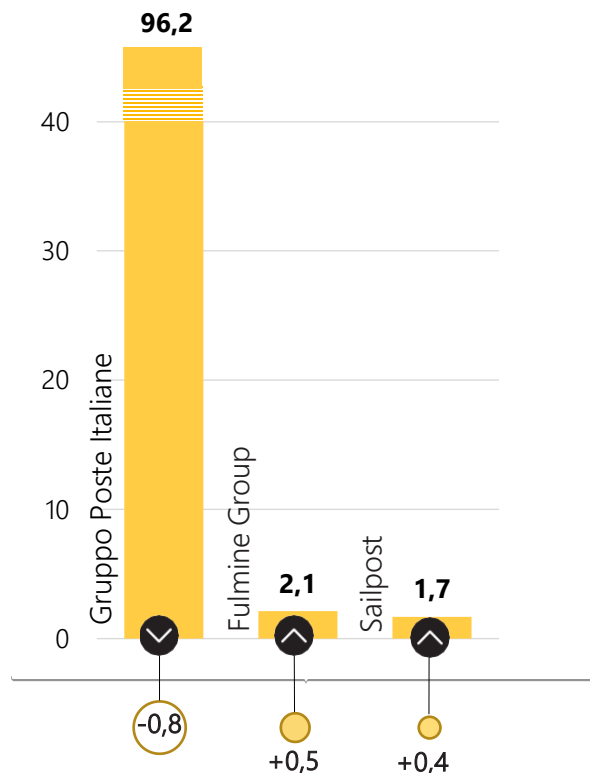
### 3.9 SERVIZI POSTALI: IL QUADRO CONCORRENZIALE

GENNAIO – DICEMBRE 2022, IN % DEI RICAVI TOTALI (Servizio Universale + Servizio non Universale)

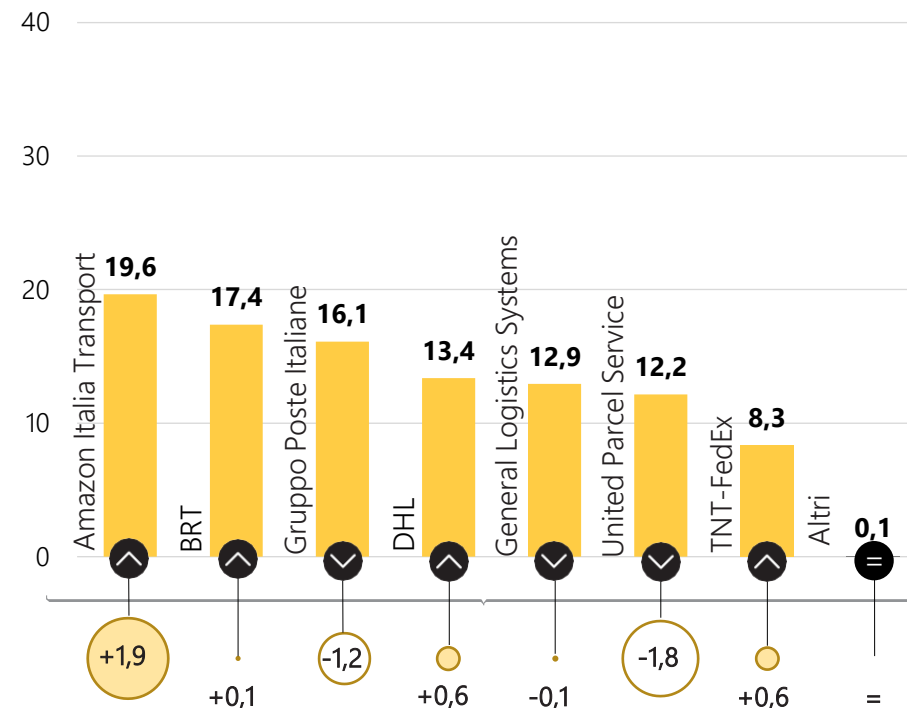
SERVIZI DI CORRISPONDENZA E CONSEGNA PACCHI



SERVIZI DI CORRISPONDENZA (includono invii singoli e multipli)



SERVIZI DI CONSEGNA PACCHI

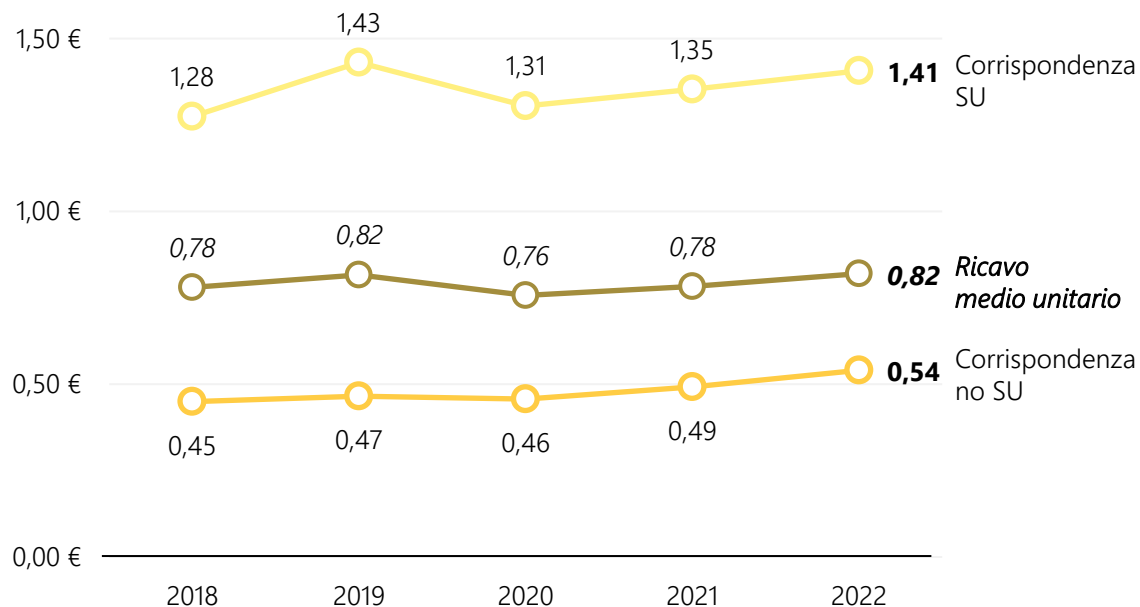


Differenza vs. Gen. – Dic. 2021 (punti percentuali)

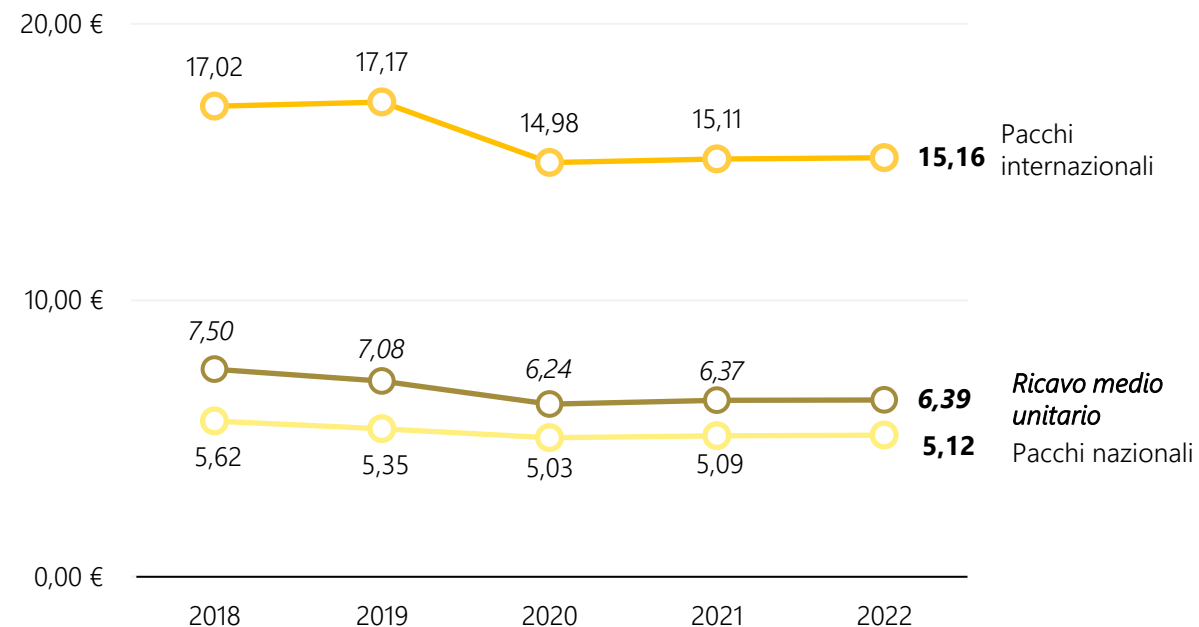
Nota: i dati del Gruppo Poste Italiane comprendono quelli di Poste Italiane S.p.a e delle società appartenenti al gruppo, Nexive Group S.r.l. e SDA Express Courier S.p.A.

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

#### SERVIZI DI CORRISPONDENZA



#### SERVIZI DI CONSEGNA PACCHI



#### Variazione in %

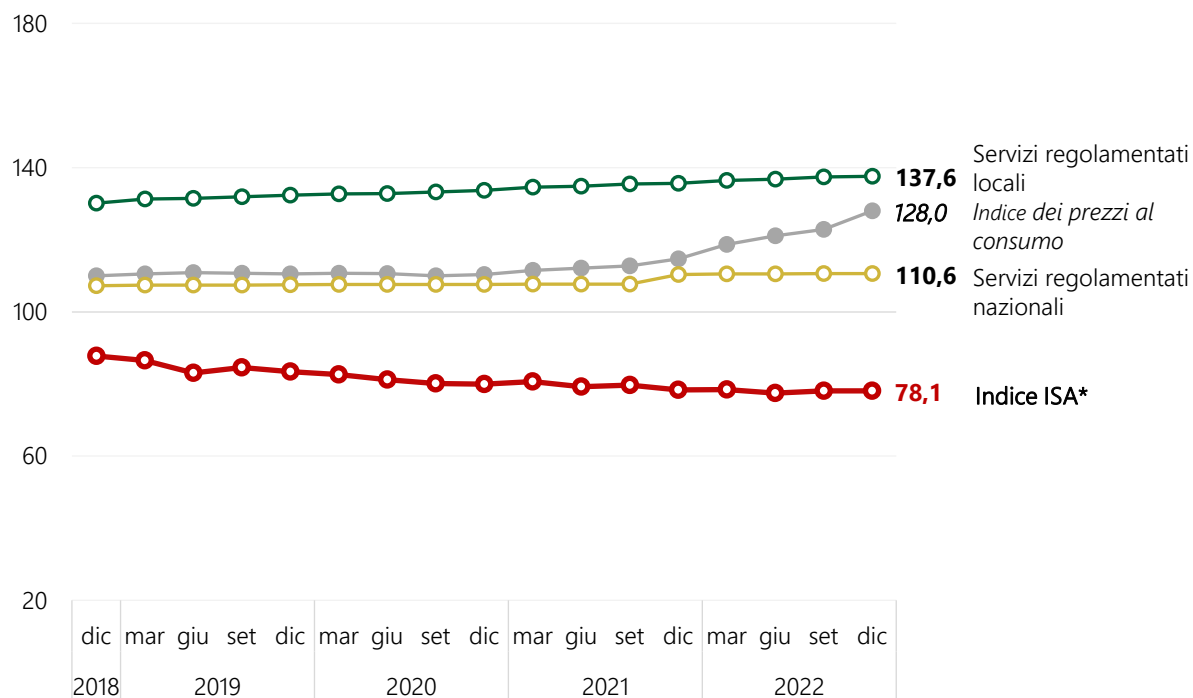
	(2018 – 2022)		(2021 – 2022)	
Ricavo medio unitario:	<b>+5,1</b>	↑	<b>+4,8</b>	↑
Corrispondenza SU:	+10,4	↑	+4,0	↑
Corrispondenza no SU:	+20,3	↑	+9,8	↑

#### Variazione in %

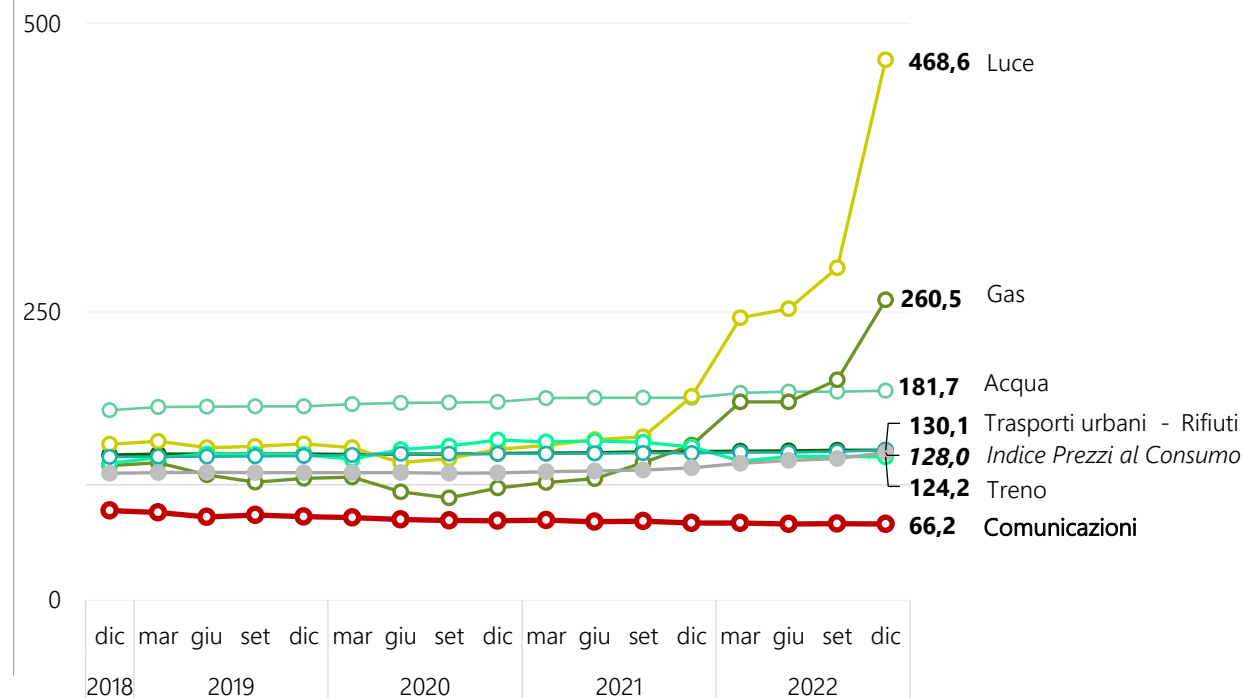
	(2018 – 2022)		(2021 – 2022)	
Ricavo medio unitario:	<b>-14,8</b>	↓	<b>+0,3</b>	↑
Pacchi internazionali:	-11,0	↓	+0,3	↑
- SU:	+6,2	↑	+10,8	↑
- No SU:	-10,9	↓	+0,3	↑
Pacchi nazionali:	-9,0	↓	+0,4	↑
- SU:	+1,6	↑	+3,6	↑
- No SU:	-9,1	↓	+0,4	↑

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

### INDICI PREZZI GENERALI



### INDICI PREZZI UTILITIES



Fonte: Istat ed elaborazioni Agcom

	Variazione in %	
	(2018 - 2022)	(2021 - 2022)
<b>ISA (Indice Sintetico Agcom):</b>	<b>-11,0</b> ▼	<b>-0,4</b> ▲
<b>Indice dei prezzi al consumo:</b>	<b>+16,4</b> ▲	<b>+11,6</b> ▲
Servizi regolamentati locali:	<b>+5,7</b> ▲	<b>+1,4</b> ▲
Servizi regolamentati nazionali:	<b>+3,1</b> ▲	<b>+0,2</b> ▲

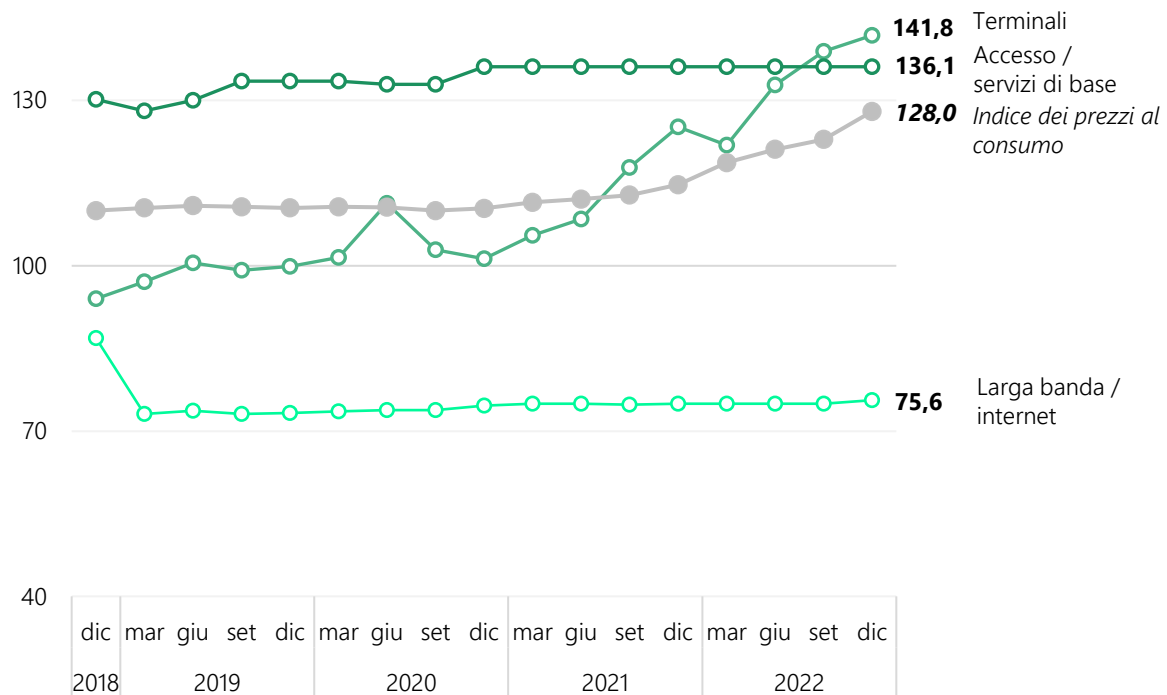
	Variazione in %		Variazione in %	
	(2018 - 2022)	(2021 - 2022)	(2018 - 2022)	(2021 - 2022)
Acqua (04.4.1):	<b>+10,3</b> ▲	<b>+3,5</b> ▲	Treno (07.3.1):	<b>+4,7</b> ▲ <b>-6,4</b> ▼
Rifiuti (04.4.2):	<b>+3,3</b> ▲	<b>+0,9</b> ▲	Trasporti urbani (07.3.2.1.1):	<b>+4,7</b> ▲ <b>+2,0</b> ▲
Luce (04.5.1):	<b>+246,6</b> ▲	<b>+165,3</b> ▲	<b>Comunicazioni (08):</b>	<b>-14,8</b> ▼ <b>-1,2</b> ▼
Gas (04.5.2):	<b>+123,0</b> ▲	<b>+93,8</b> ▲		

(\*) 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.

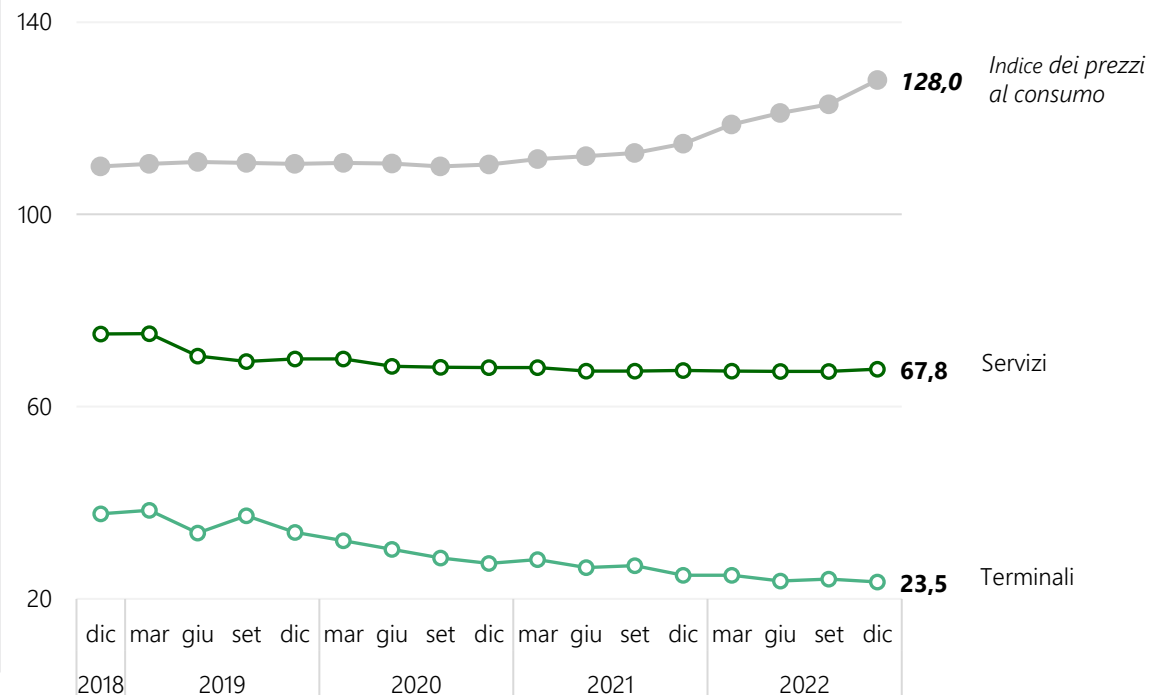
(Codice COICOP - Classification of Individual Consumption by Purpose)

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

### INDICI PREZZI TELEFONIA FISSA



### INDICI PREZZI TELEFONIA MOBILE



Fonte: Istat ed elaborazioni Agcom

#### Variazione in %

	(2018 - 2022)	(2021 - 2022)
Accesso / servizi di base (08.3.0.1):	+4,5 ↑	=
Terminali (08.2.0.1):	+50,9 ↑	+13,1 ↑
Larga banda / internet (08.3.0.3.0.07):	-13,0 ↓	+0,8 ↑

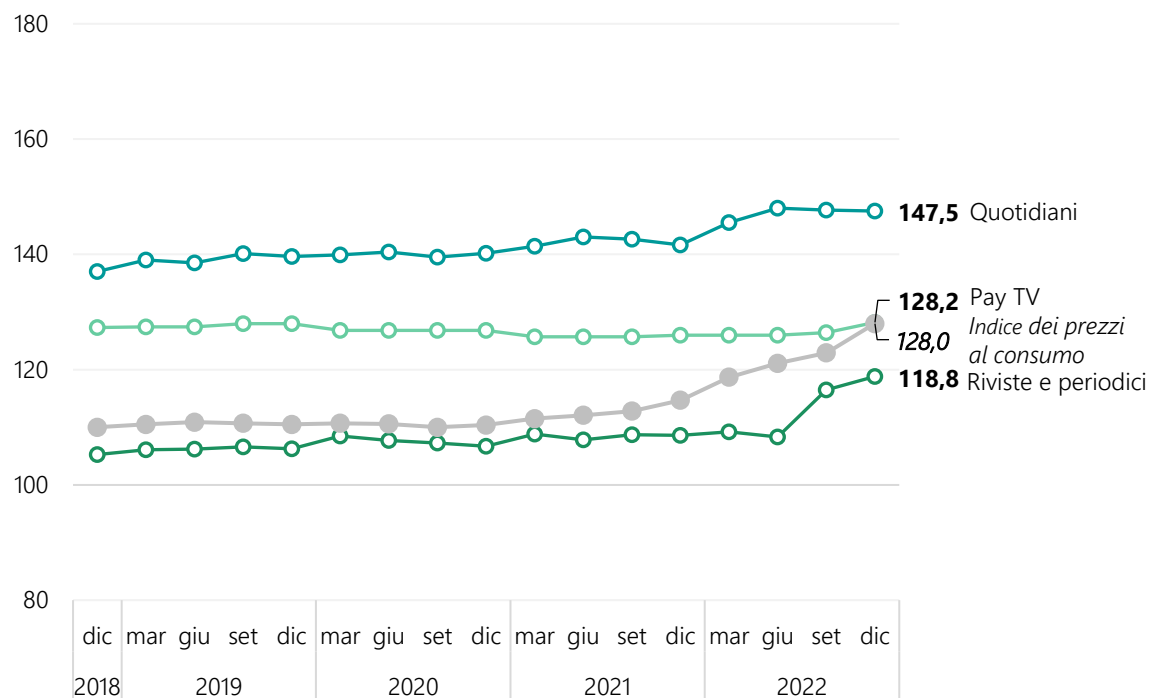
#### Variazione in %

	(2018 - 2022)	(2021 - 2022)
Servizi (08.3.0.2):	-9,7 ↓	+0,4 ↑
Terminali (08.2.0.2):	-37,7 ↓	-5,6 ↓

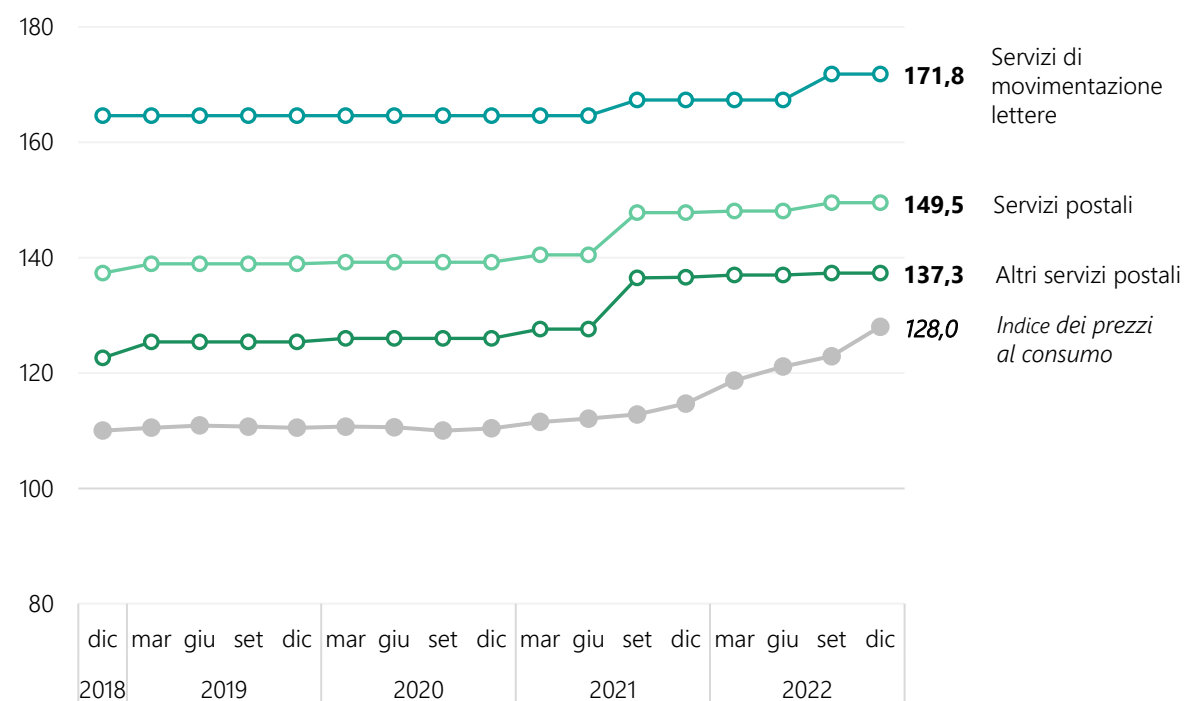
(Codice COICOP - Classification of Individual Consumption by Purpose)

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

### INDICI PREZZI QUOTIDIANI, PERIODICI E TV



### INDICI PREZZI SERVIZI POSTALI



Fonte: Istat ed elaborazioni Agcom

#### Variazione in %

(2018 - 2022)      (2021 - 2022)

Quotidiani (09.5.2.1.0):	<b>+7,7</b> ↑	<b>+4,2</b> ↑
Pay TV (09.4.2.3.0.02):	<b>+0,7</b> ↑	<b>+1,4</b> ↑
Riviste e periodici (09.5.2.2.0):	<b>+12,8</b> ↑	<b>+9,4</b> ↑

#### Variazione in %

(2018 - 2022)      (2021 - 2022)

Servizi postali (08.1):	<b>+8,9</b> ↑	<b>+1,2</b> ↑
Servizi di movimentazione lettere (08.1.0.1.0.00):	<b>+4,4</b> ↑	<b>+2,7</b> ↑
Altri servizi postali (08.1.0.9.0.00):	<b>+12,0</b> ↑	<b>+0,5</b> ↑

(Codice COICOP - Classification of Individual Consumption by Purpose)

## 4.4 PREZZI: DINAMICHE IN EUROPA

### COMUNICAZIONI ELETTRONICHE

(COICOP 08.2 - 08.3)

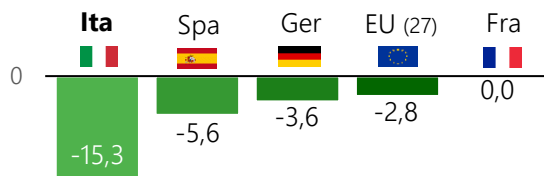
#### Variazione % (1 anno)

Dic. 2021  
-  
Dic. 2022



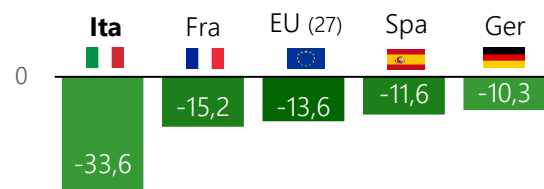
#### Variazione % (5 anni)

Dic. 2017  
-  
Dic. 2022



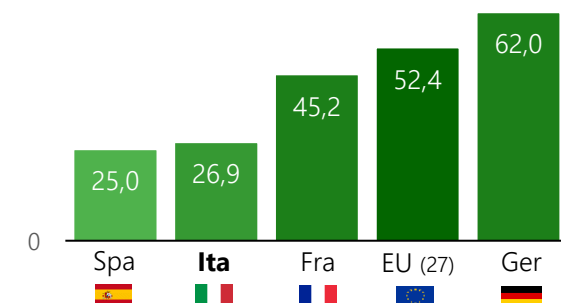
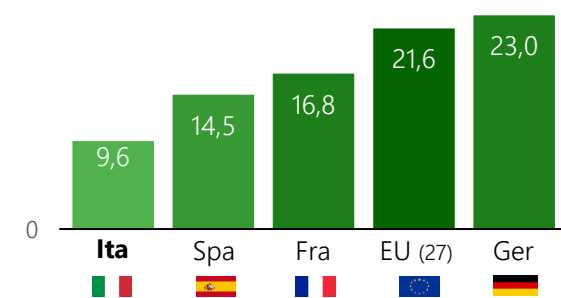
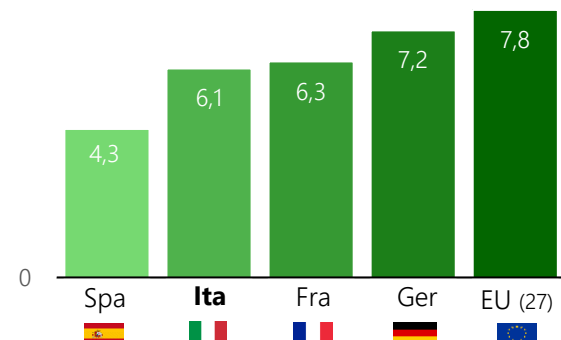
#### Variazione % (10 anni)

Dic. 2012  
-  
Dic. 2022



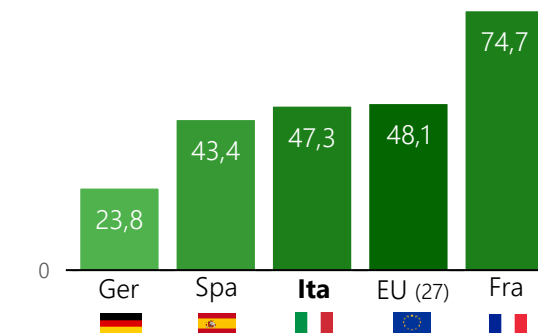
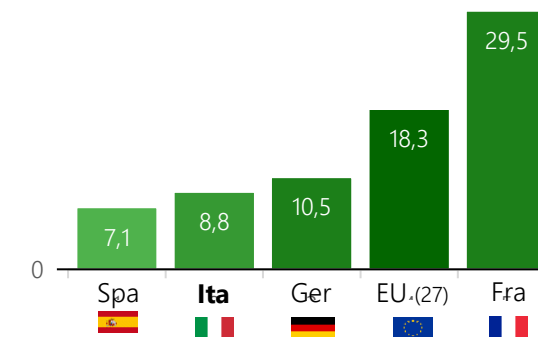
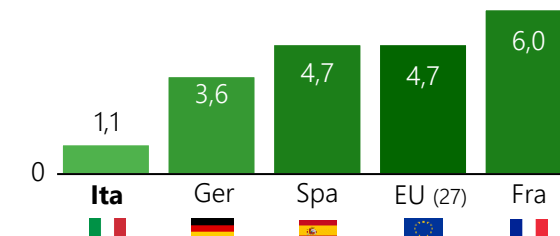
### QUOTIDIANI E PERIODICI

(COICOP 09.5.2)



### SERVIZI POSTALI

(COICOP 08.1)







AUTORITÀ PER LE  
GARANZIE NELLE  
AGCOM COMUNICAZIONI

## OSSERVATORIO SULLE COMUNICAZIONI

N. 1/2023

Per informazioni: Direzione studi, ricerche e statistiche - [segreteria.dsr@agcom.it](mailto:segreteria.dsr@agcom.it)

**Roma**

Via Isonzo 21/b -00198

**Napoli**

Centro Direzionale Isola B5 -80143