

OSSERVATORIO SULLE COMUNICAZIONI

N. 3/2017

1. Comunicazioni elettroniche

- 1.1 Rete fissa: accessi diretti complessivi
- 1.2 Rete fissa: accessi diretti degli altri operatori
- 1.3 Rete fissa: accessi broadband e ultrabroadband
- 1.4 Rete fissa: accessi broadband e ultrabroadband per volumi e velocità
- 1.5 Rete fissa: accessi per operatore e velocità (giu. 2017 in %)
- 1.6 Rete mobile: linee complessive
- 1.7 Rete mobile: SIM per tipologia di clientela
- 1.8 Rete mobile: SIM per tipologia di contratto
- 1.9 Rete mobile: traffico dati
- 1.10 Portabilità del numero

2. Media

- 2.1 Media: TV
- 2.2 Media: Quotidiani
- 2.3 Media: Internet
- 2.4 Media: Radio

3. Servizi postali e corrieri espresso

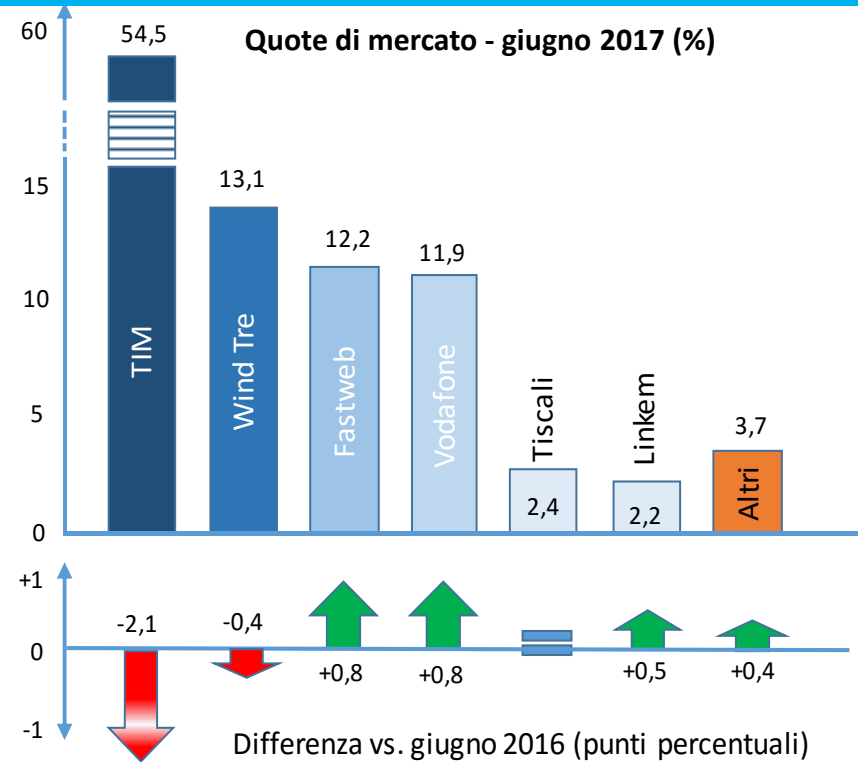
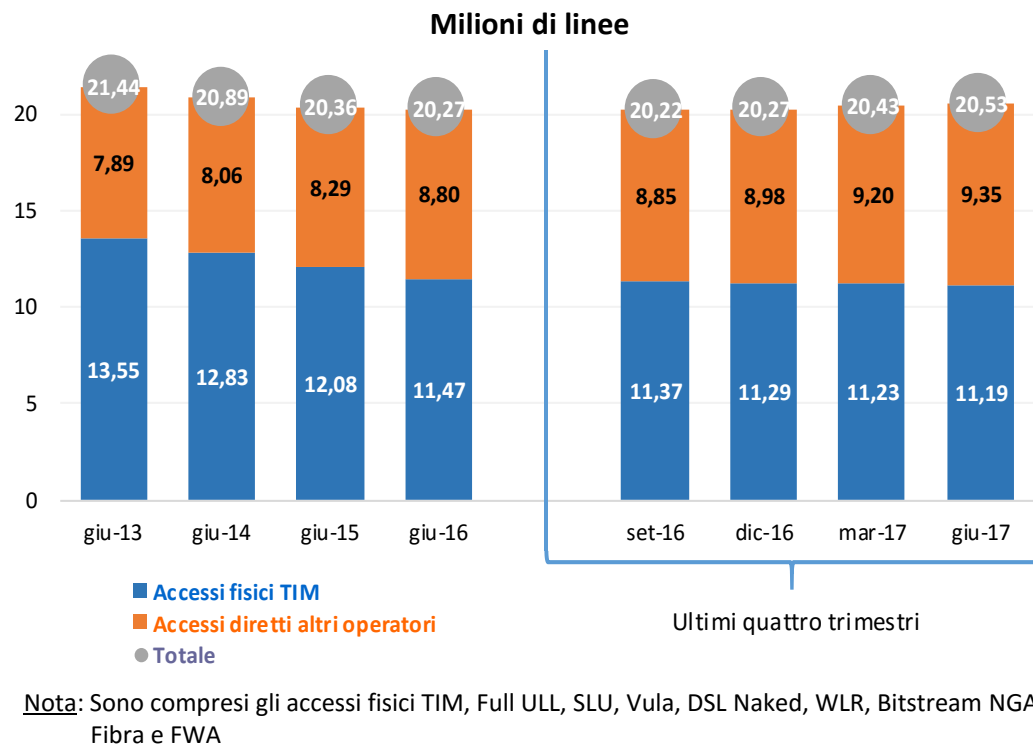
- 3.1 Servizi postali e corrieri espresso: andamento dei ricavi e volumi
- 3.2 Servizi postali e corrieri espresso: il quadro concorrenziale

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 2017. 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.

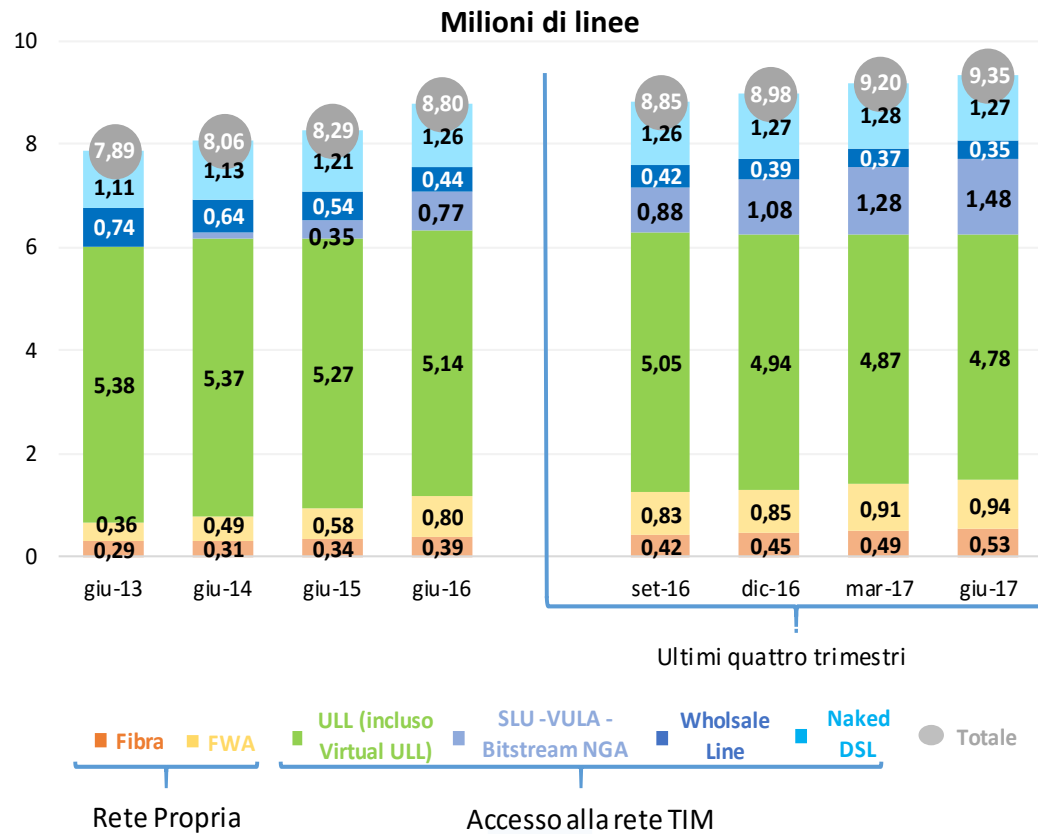
1.1 Rete fissa: accessi diretti complessivi



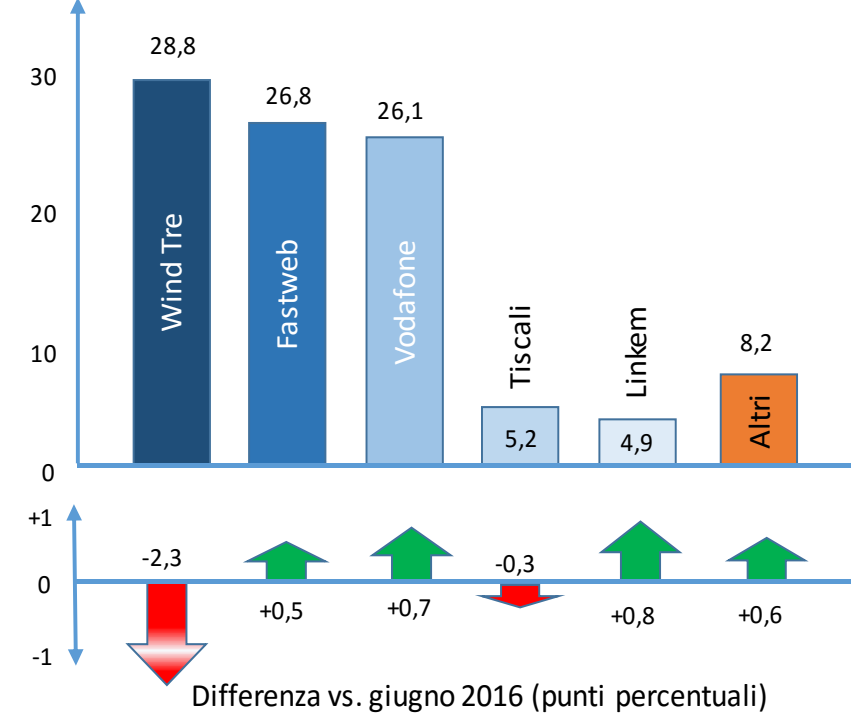
- Per il terzo trimestre consecutivo si registra una crescita del numero di linee (+100 mila); il risultato è conseguenza della riduzione delle linee di TIM (-50 mila accessi) e della contestuale crescita di quelle in capo agli altri operatori (+220 mila linee)
- Su base annua, la crescita complessiva è pari a circa 270 mila linee; TIM perde circa 280 mila linee, e gli altri operatori ne guadagnano 550 mila

- La quota di mercato di TIM (54,5%) scende di 2,1 p.p. su base annua; segue Wind Tre (13,1%) in flessione di 0,4 p.p.
- Fastweb raggiunge il 12,2% con una crescita di 0,8 p.p., pari a quella fatta registrare da Vodafone, che raggiunge l'11,9%
- Cresce il peso delle imprese legate all'offerta di servizi Fixed Wireless Access (FWA), con Linkem che raggiunge il 2,2%

1.2 Rete fissa: accessi diretti degli altri operatori



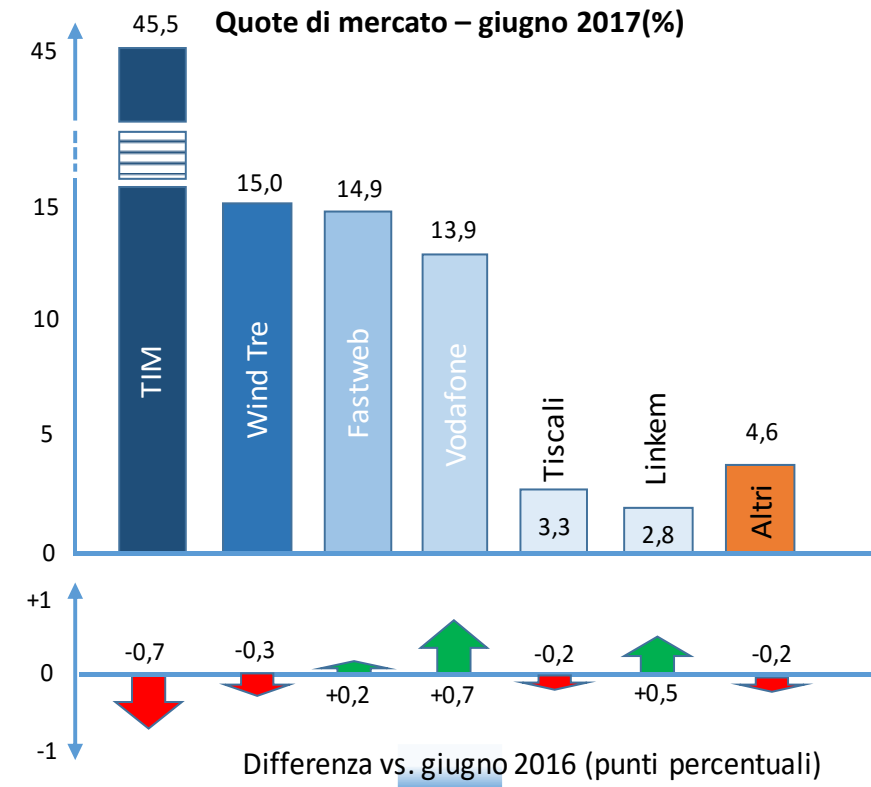
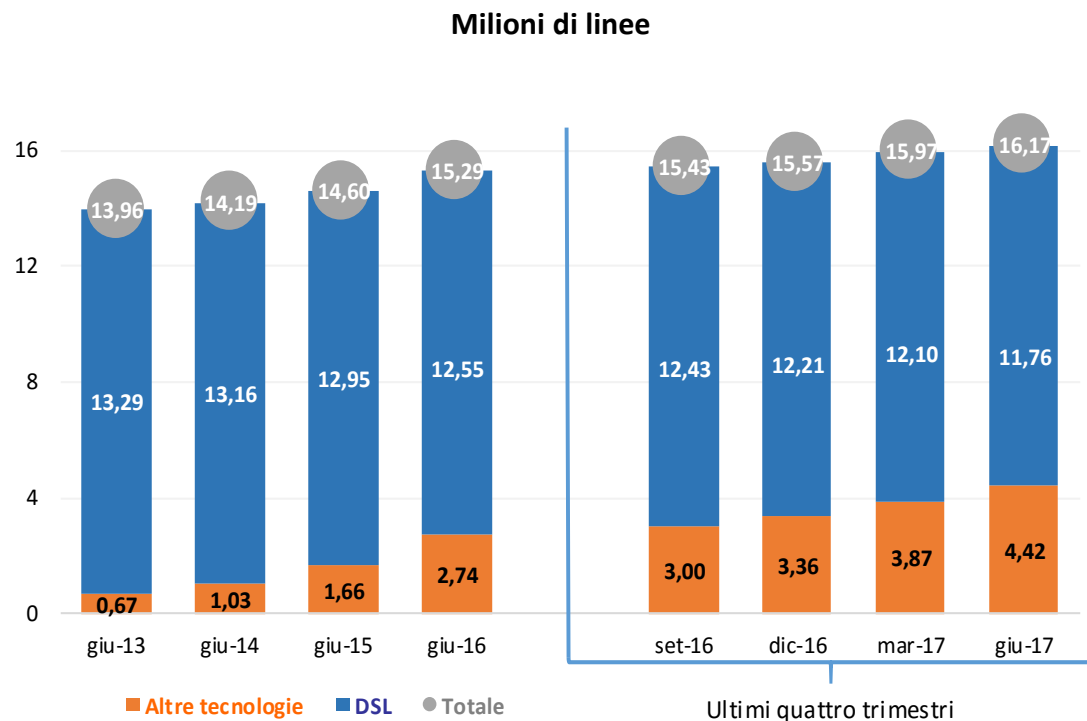
Ripartizione degli accessi diretti degli altri operatori – giugno 2017 (%)



- La crescita è ascrivibile in larga parte ai servizi resi utilizzando i nuovi servizi wholesale NGA di TIM (+710 mila linee su base annua, +210 mila nel trimestre) i quali più che compensano la riduzione degli accessi in ULL e WLR (-450 mila linee nel complesso)
- Su base annua, aumentano di 140 mila unità sia le linee in fibra, sia gli accessi FWA

- Con il 28,8% Wind Tre è il principale concorrente di TIM, ma perde 2,3 p.p. su base annua
- Crescono le quote di Fastweb e Vodafone (rispettivamente +0,5 e +0,7 p.p.)
- L'incremento degli operatori di minori dimensioni (+1,4 p.p.) è ascrivibile alla dinamica degli accessi FWA; tra questi, si conferma la crescita del peso di Linkem, che raggiunge il 4,9%

1.3 Rete fissa: accessi broadband e ultrabroadband



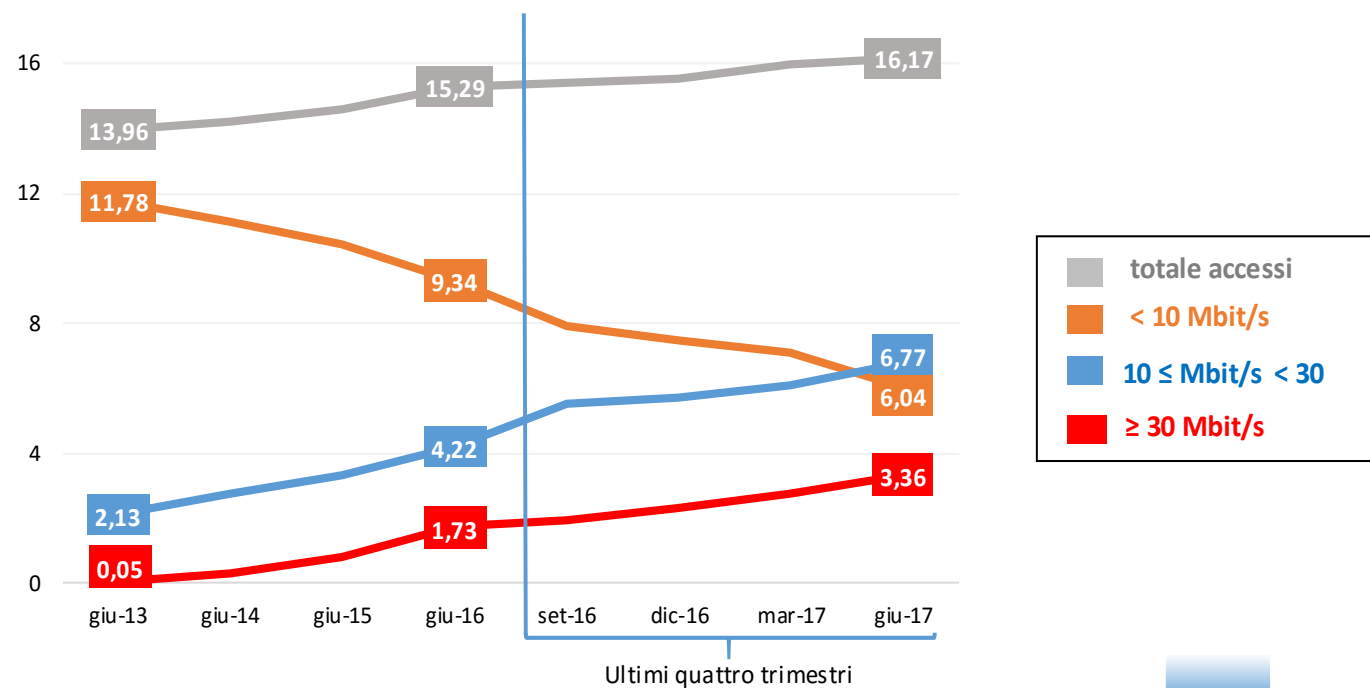
- Gli accessi broadband sfiorano i **16,2** milioni di unità, con un aumento su base annua di **880** mila unità, mentre l'aumento su base trimestrale è pari a **200** mila linee
- Le linee ADSL diminuiscono di **790** mila unità, attestandosi su di un valore pari a **11,8** milioni di linee
- Gli accessi broadband che utilizzano altre tecnologie (**4,42** milioni a giugno 2017) sono aumentati in un anno numero di **1,67** milioni di linee, ed ormai arrivano a rappresentare oltre il 27% delle linee *broadband* complessive

- La quota di mercato di TIM (**45,5%**) si riduce di **0,7** p.p. su base annua
- Va tuttavia sottolineato che su base trimestrale si arresta, per la prima volta, la progressiva erosione della quota di mercato di TIM
- Fastweb e Wind Tre si attestano entrambe intorno al **15%** (in crescita di **0,2** p.p. la prima ed in flessione di **0,3** p.p. la seconda)
- Cresce la quota di Vodafone (**+0,7** p.p.), che arriva al **13,9%**
- Nel segmento degli operatori che offrono servizi FWA, Linkem detiene il **48,1%** (**44,4%** a giugno 2016), mentre Eolo raggiunge il **25,7%**

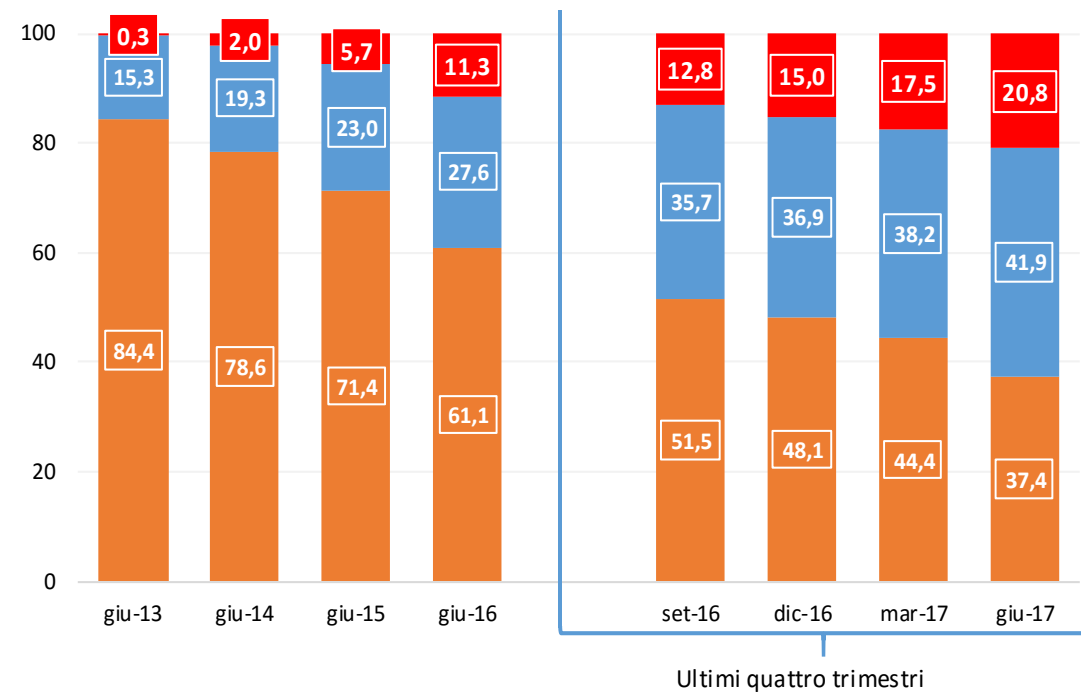


1.4 Rete fissa: accessi broadband e ultrabroadband per volumi e velocità

Accessi per classi di velocità (milioni)



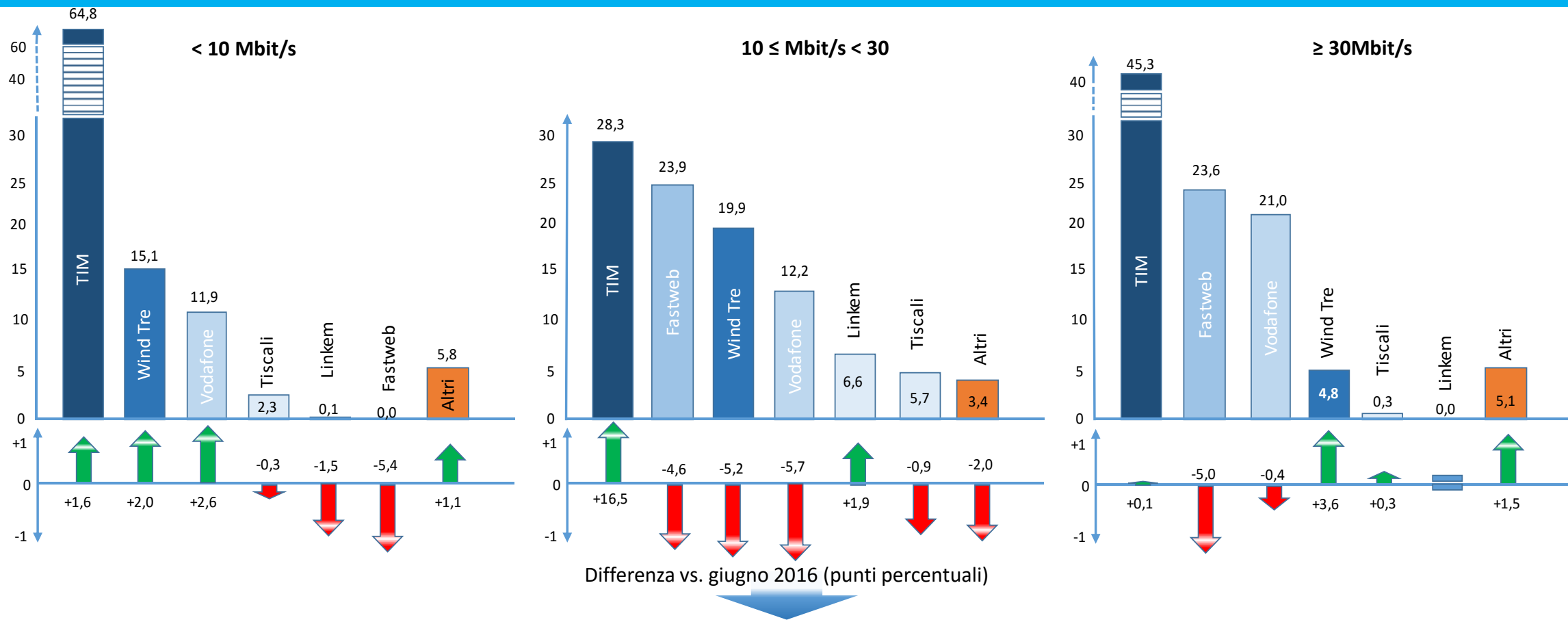
Accessi per classi di velocità (%)



- A giugno 2017, oltre il **62%** delle linee a larga banda sono commercializzate con velocità pari o superiore a 10 Mbit/s
- Su base annua, le linee con velocità pari o superiore a 30 Mbit/s crescono di poco più di **1,6** milioni di unità, arrivando a **3,4** milioni di accessi
- Gli accessi con velocità compresa tra 10 e 30 Mbit/s sono aumentati di oltre **2,5** milioni di unità, raggiungendo i **6,8** milioni di accessi
- Gli accessi con velocità inferiore a 10 Mbps, sono diminuiti di quasi **3,3** milioni
- TIM ha registrato l'incremento maggiore degli accessi con velocità maggiori di 30 Mbps (oltre **730** mln di linee), seguita da Vodafone (**+334** mila linee) e Fastweb (**+296** mila linee)



1.5 Rete fissa: accessi per operatore e velocità (giugno 2017 in %)



Differenza vs. giugno 2016 (punti percentuali)

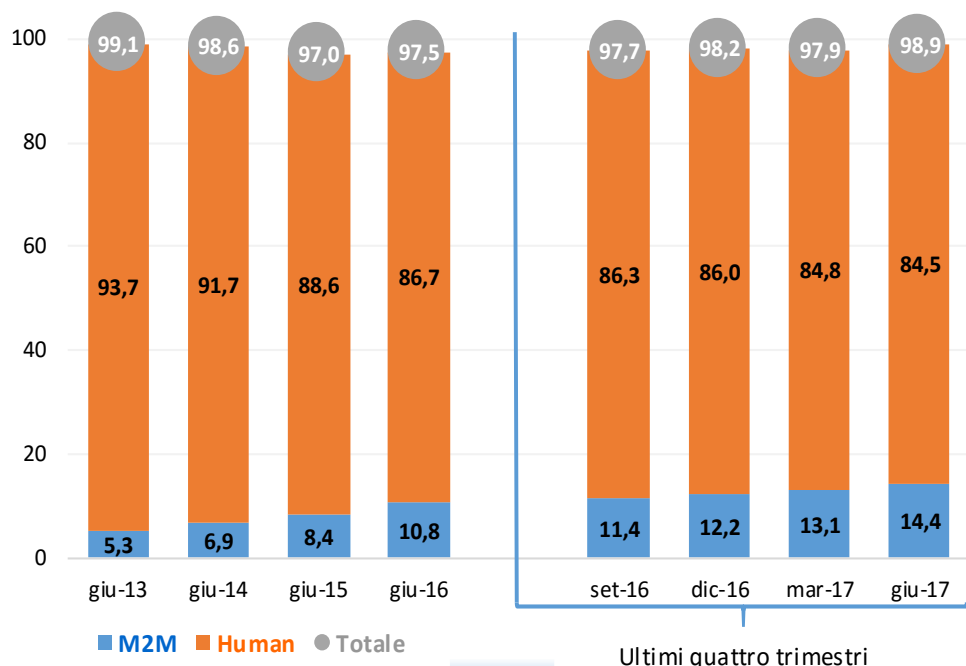


- Nel segmento con velocità fino a 10 Mbit/s, la quota di TIM raggiunge quasi il **65%**, conseguenza della pregressa presenza «storica» nei servizi a larga banda caratterizzati da offerte commerciali a velocità molto più contenute rispetto a quelle odierne
- Nel segmento degli accessi con velocità compresa tra i 10 e 30 Mbit/s, TIM supera il **28%**, con una crescita assai consistente su base annua
- Nella classe di velocità ≥ 30 Mbit/s, TIM supera il **45%**, cresce la quota di Wind Tre (**+3,6 p.p.**) mentre diminuiscono quelle di Vodafone (**-0,4 p.p.**) e soprattutto di Fastweb (**-5 p.p.**)
- TIM e gli altri cinque principali operatori del settore (Fastweb, Wind Tre, Vodafone, Linkem e Tiscali) rappresentano circa il **95%** circa sia dei complessivi accessi con velocità maggiori di 10 Mbps, sia di quelli ultrabroadband, cioè con velocità superiore o uguale a 30 Mbit/s



1.6 Rete mobile: linee compressive

Milioni di linee (*)

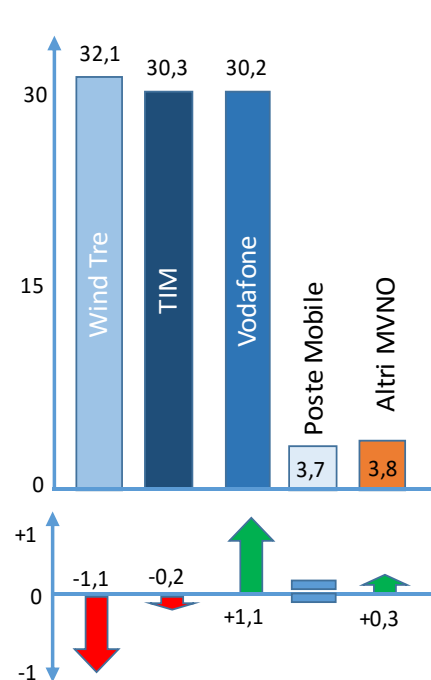


- Su base annua, le linee compressive hanno registrato un aumento di **1,4** milioni di unità
- Nello stesso periodo, le sim «M2M» (*machine to machine*) sono aumentate di **3,6** milioni di unità, a fronte di una riduzione di quasi **2,2** milioni di sim solo voce e voce + dati
- Negli ultimi cinque anni, la consistenza delle sim «M2M» è passata da **5,3** milioni a **14,4** milioni (pari a circa il 15% delle linee compressive)

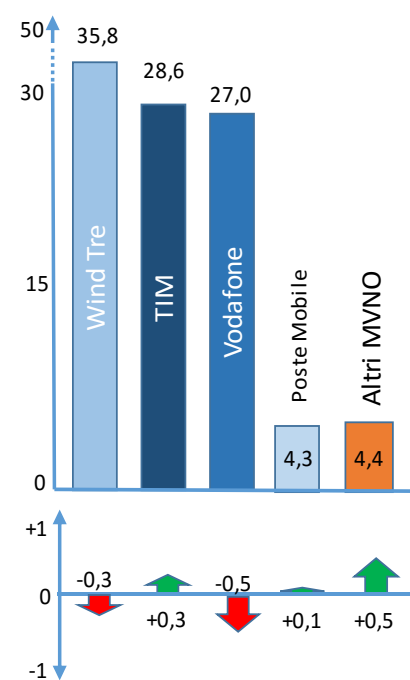
(*) - Wind Tre, nata dalla fusione, operativa da inizio anno, di H3G con Wind

(**) - 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.)

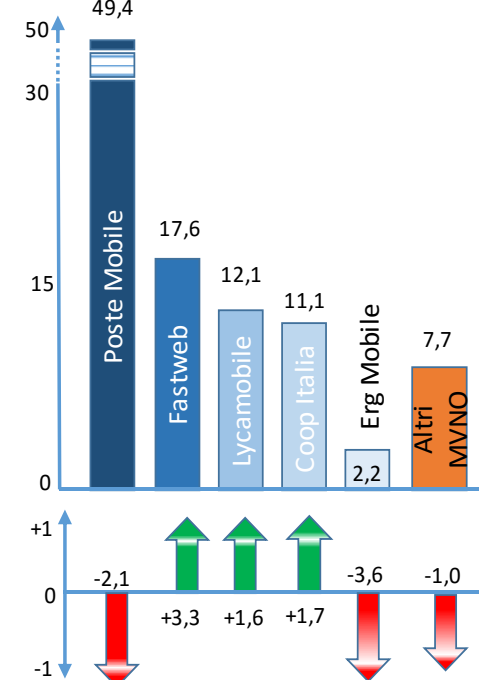
Sim compressive (giugno 2017, %)



Sim «Human» (**)(giugno 2017, %)



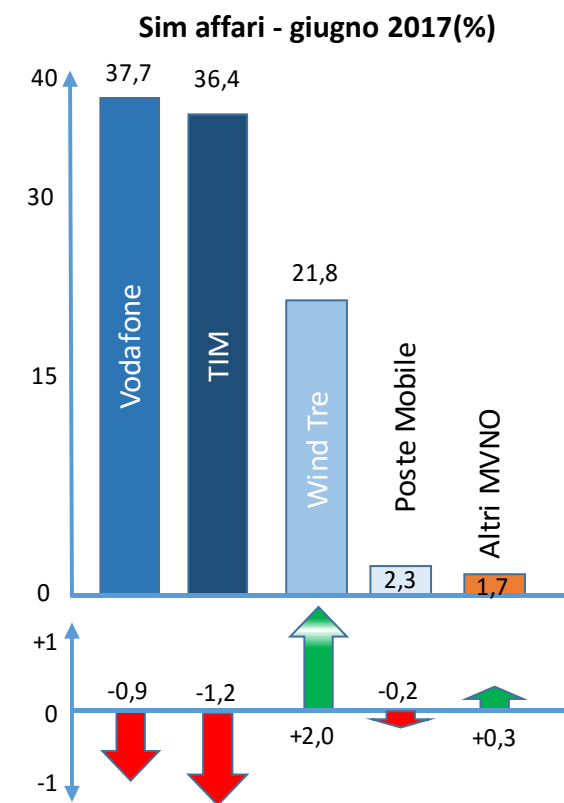
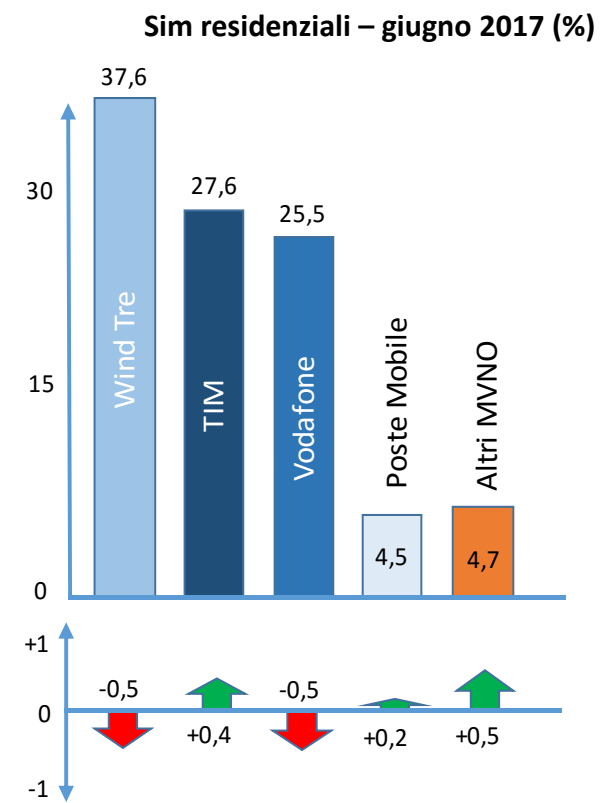
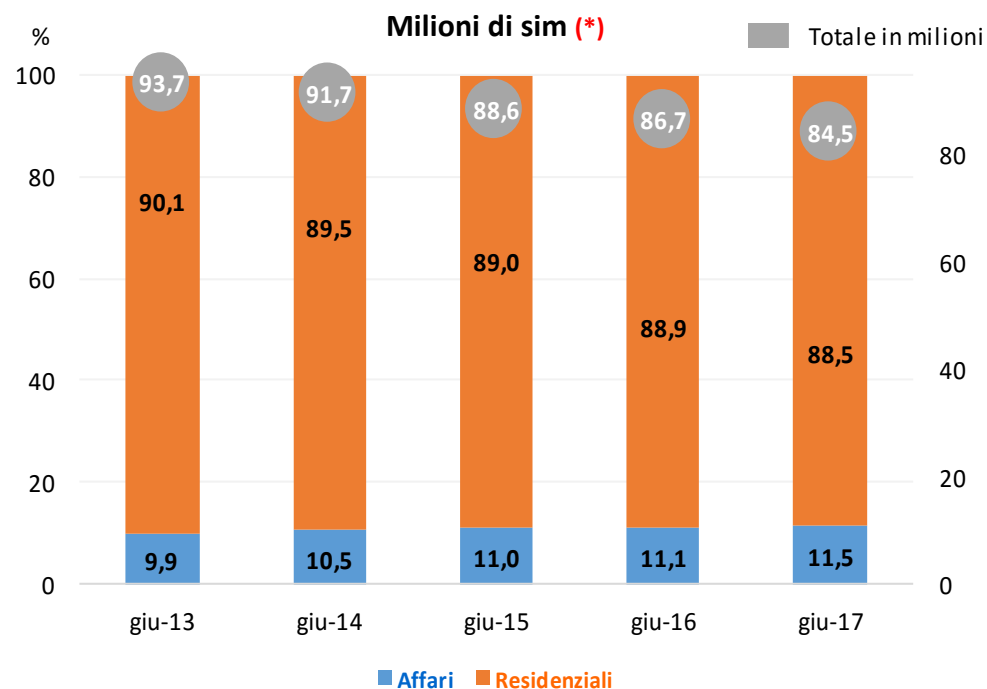
Sim «Human» MVNO (giugno 2017, %)



Differenza vs. giugno 2016 (punti percentuali)

- Con riferimento alle sim compressive, Wind Tre (*) si conferma market leader, ma perde **1,1** p.p. su base annua; Vodafone guadagna oltre **1** p.p. portandosi a ridosso di TIM (**-0,2%**)
- Guardando le sole sim human, Wind Tre perde **0,3** p.p. su base annua scendendo al **35,8%** mentre TIM guadagna **0,3** p.p. raggiungendo il **28,6%**.
- Nel segmento MVNO, il peso di Poste Mobile, pur arretrando, rimane non lontano dal **50%**, mentre Fastweb rafforza la seconda posizione con una crescita di **3,3** p.p.

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



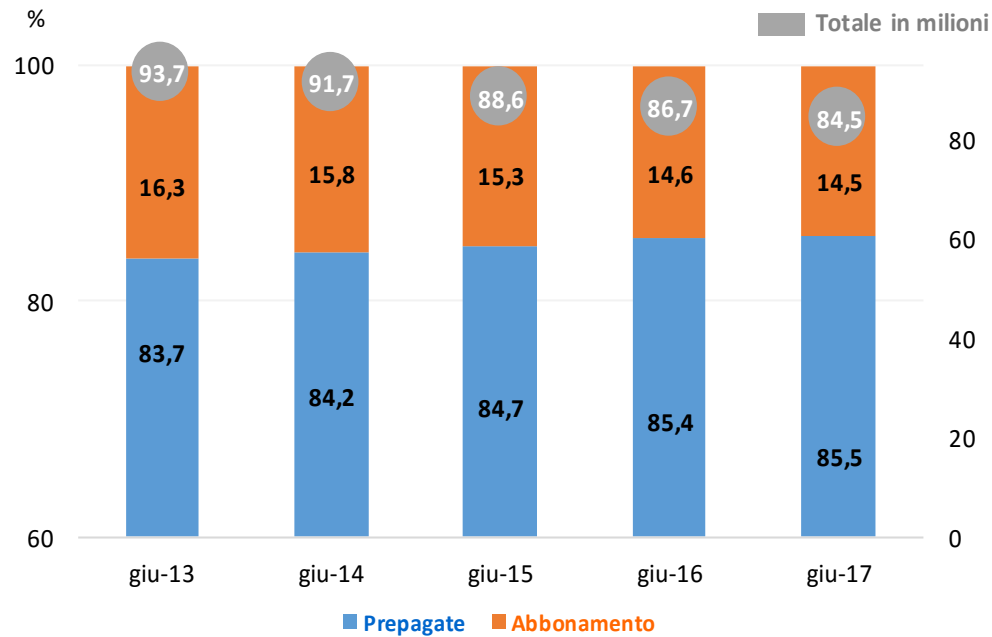
Differenza vs. giugno 2016 (punti percentuali)

- Su base annua, l'utenza **affari** (11,5% delle linee pari a 9,7 mln di sim) registra un lieve incremento (+120 mila unità), mentre le utenze **residenziali** (88,5% delle linee pari a 74,8 mln di sim) segnano una diminuzione di quasi **2,4** milioni linee
- Nell'intero periodo considerato l'utenza business è rimasta sostanzialmente costante, mentre quella residenziale è scesa di quasi **9,7** milioni, fenomeno dovuto al progressivo allineamento delle offerte commerciali praticate dagli operatori

- Nel segmento **residenziale** Wind Tre perde **0,5** p.p., portandosi al **37,6%**. Diminuisce anche la quota di Vodafone (**-0,5** p.p.), mentre recupera **0,4** p.p. TIM
- Nell'utenza **affari** Vodafone si conferma quale principale operatore (**37,7%**), ma in flessione di **0,9** p.p. come TIM (**-1,2** p.p.)
- Si osserva un incremento non marginale (**+2,0** p.p.) per Wind Tre che sfiora il **22%**

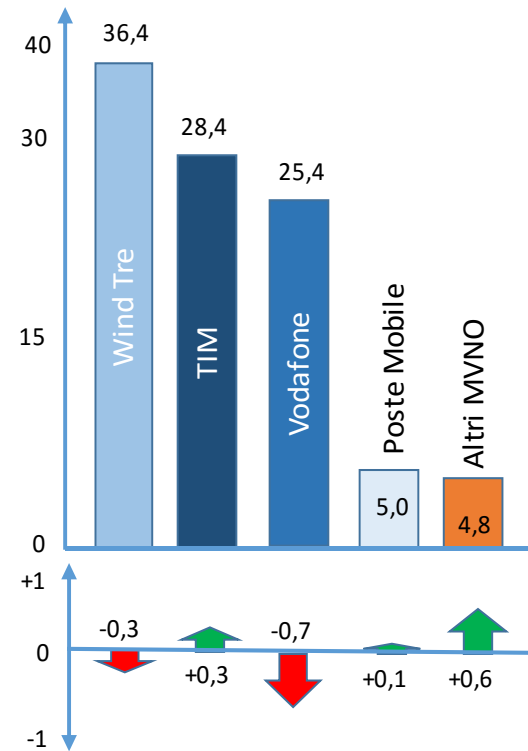
1.8 Rete mobile: SIM «human» per tipologia di contratto

Sim per tipologia di contratto (milioni) (*)

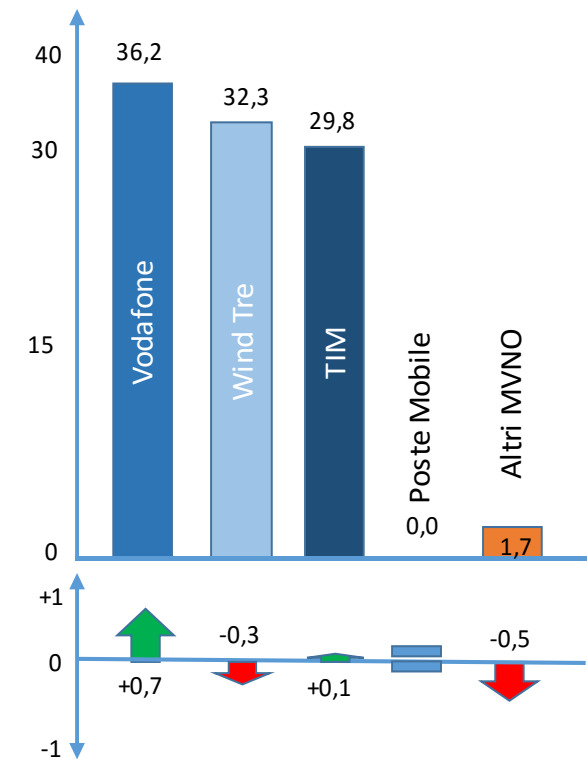


- A giugno, l'**85,5%** della *customer base* (pari a 72,2 milioni di sim) utilizza schede **prepagate**; in termini assoluti, su base annua, queste risultano in calo di oltre **1,8** milioni di unità
- Anche le schede in **abbonamento** pari al **14,5%** delle linee (12,3 milioni di sim) registrano una flessione (**-0,4** milioni di unità su base annua)

Sim prepagate - giugno 2017 (%) (*)



Sim in abbonamento - giugno 2017 (%) (*)



Differenza vs. giugno 2016 (punti percentuali)



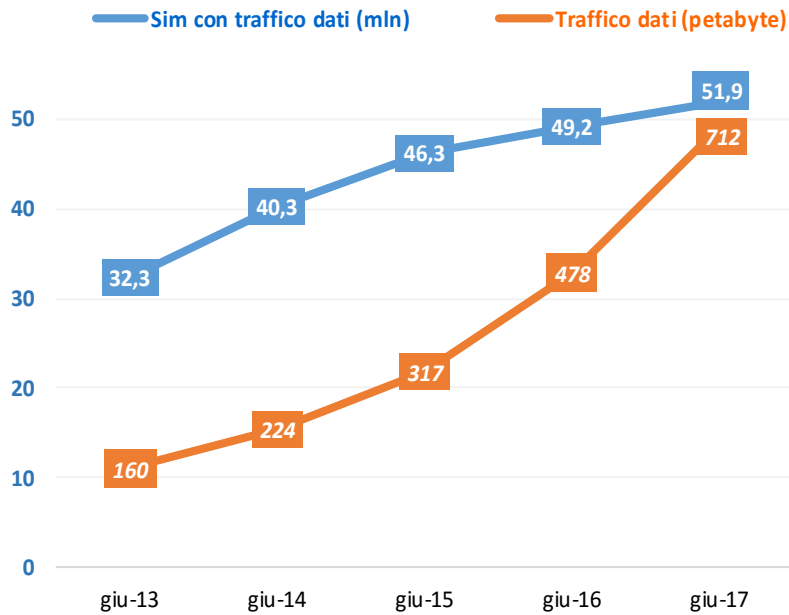
- Su base annua, nel segmento delle **prepagate** aumenta la quota di TIM (**+0,3** p.p.), di Poste Mobile (**+0,1** p.p.) e degli altri operatori MVNO (**+0,6** p.p.), mentre diminuiscono quelle di Vodafone (**-0,7** p.p.) e di Wind Tre (**-0,3** p.p.)
- Nel segmento **abbonamenti**, Vodafone guadagna **0,7** p.p. e rafforza il proprio portandosi al **36,2%**

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

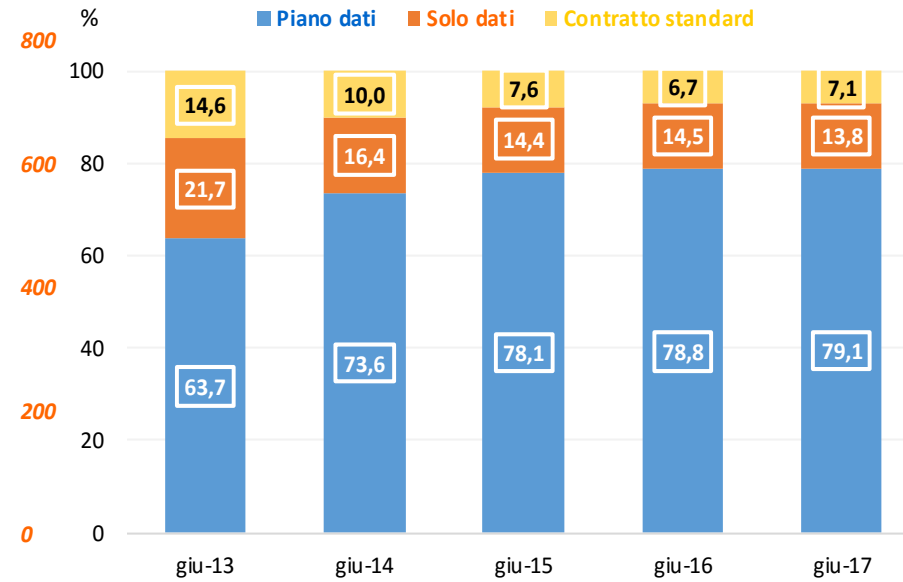


1.9 Rete mobile: traffico dati

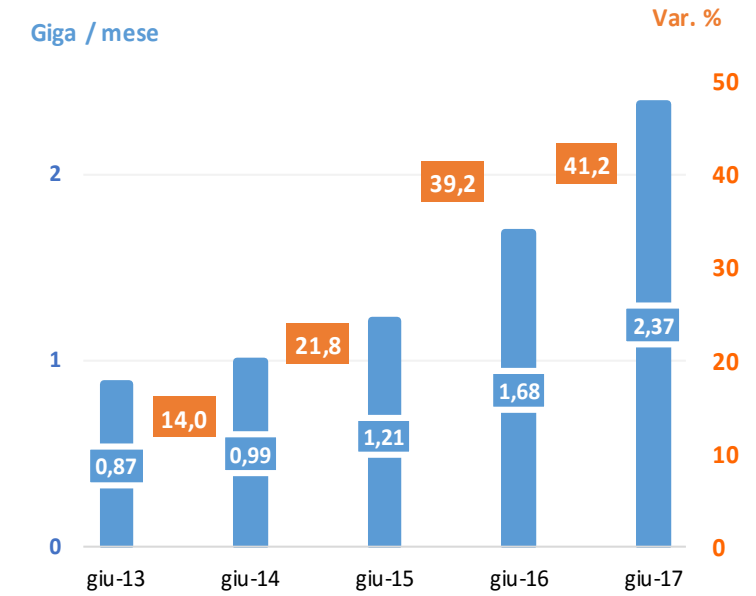
Volume traffico dati



Sim dati per tipologia contrattuale (%)

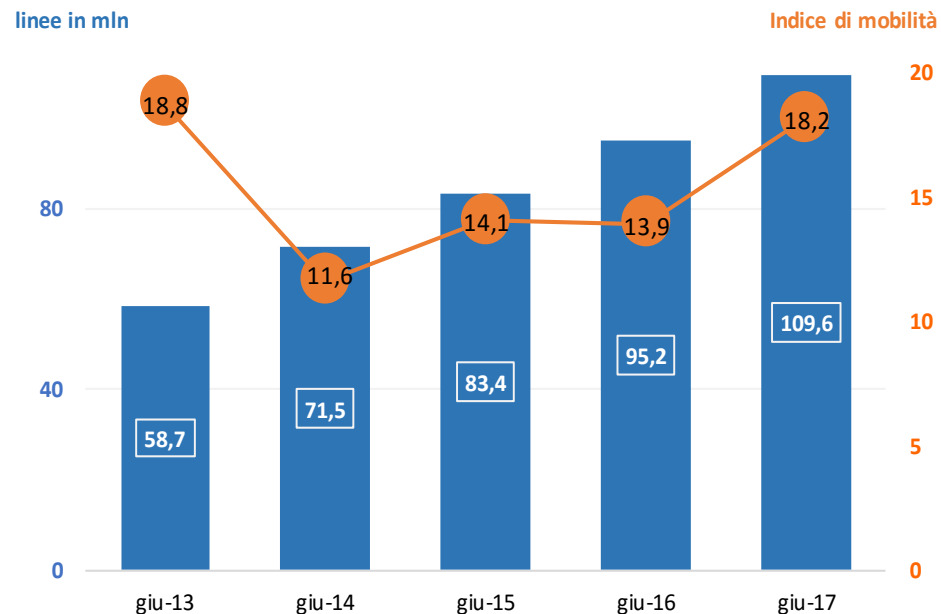


Traffico unitario mensile (GB/mese e var. %)

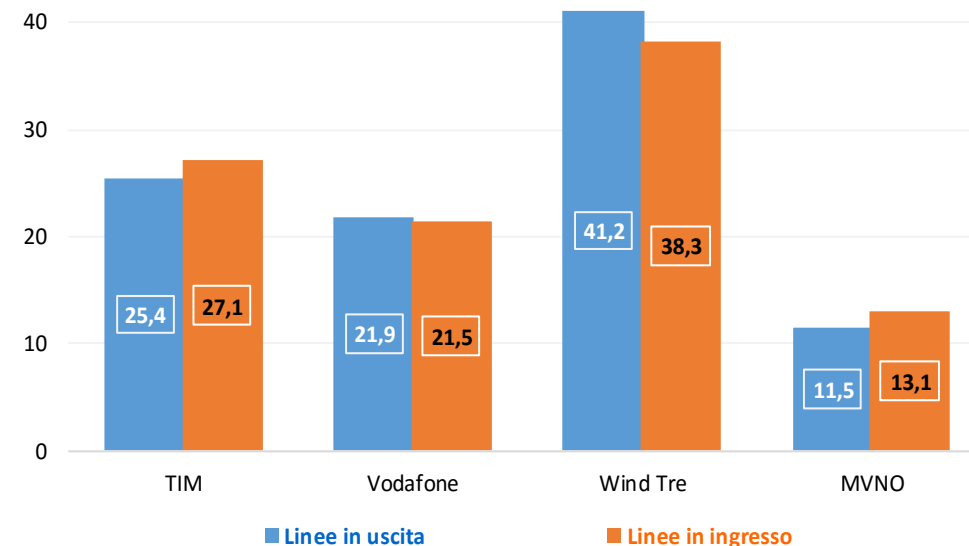


- Nell'ultimo anno, il numero delle sim con accesso a Internet è cresciuto del **5,6%** arrivando a **51,9** milioni di unità; mentre i consumi medi mensili (**2,37** Giga/mese) hanno registrato una crescita di oltre il **40%** rispetto la primo trimestre dello scorso anno
- Il traffico dati complessivo risulta in aumento di circa il **50%** rispetto ai corrispondenti volumi osservati lo scorso anno
- Da giugno 2013, le sim che hanno svolto traffico dati sono passate dal **34,7%** al **62%** di quelle «human»
- Poco meno dell'**80%** delle sim che svolgono traffico dati adottano uno specifico piano dati

Portabilità del numero



Distribuzione in % per linee di ingresso e di uscita – giugno 2017

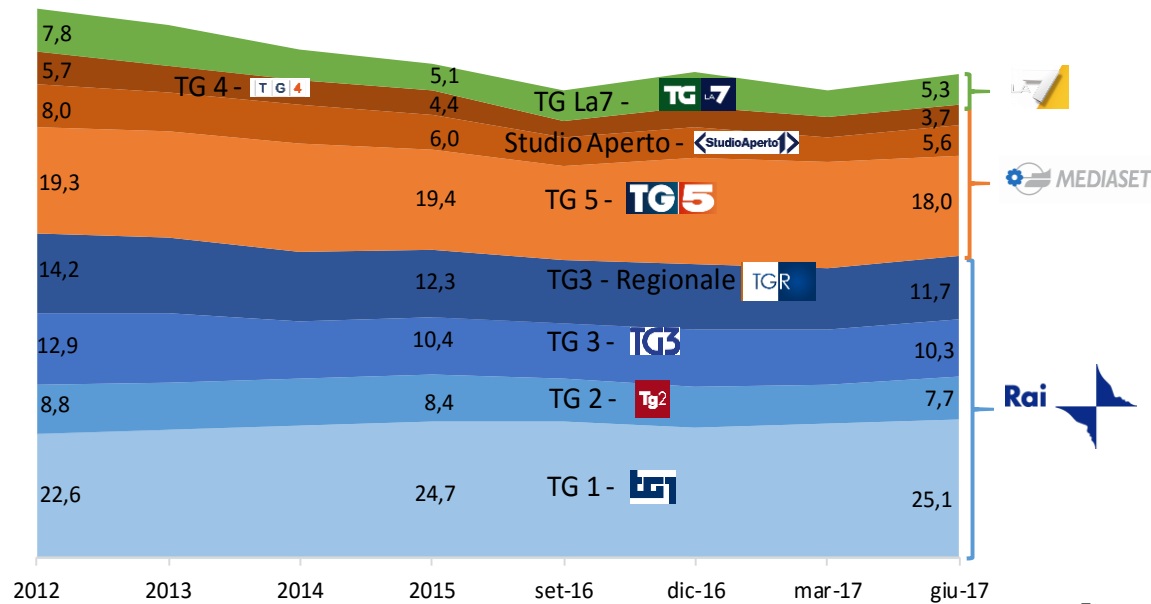


- A giugno 2017, il numero cumulato di operazioni di portabilità del numero mobile sfiora i **110 milioni** di unità (dato cumulato)
- Con riferimento agli ultimi dodici mesi, il saldo tra operazioni «recipient» e «donating» risulta negativo per Wind Tre (**-411** mila unità) mentre ha segno positivo per TIM (**+238** mila unità) e gli MVNO
- L'*indice di mobilità*^(*), pari al **18,2%** nel 2017, è superiore rispetto ai tre anni precedenti

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

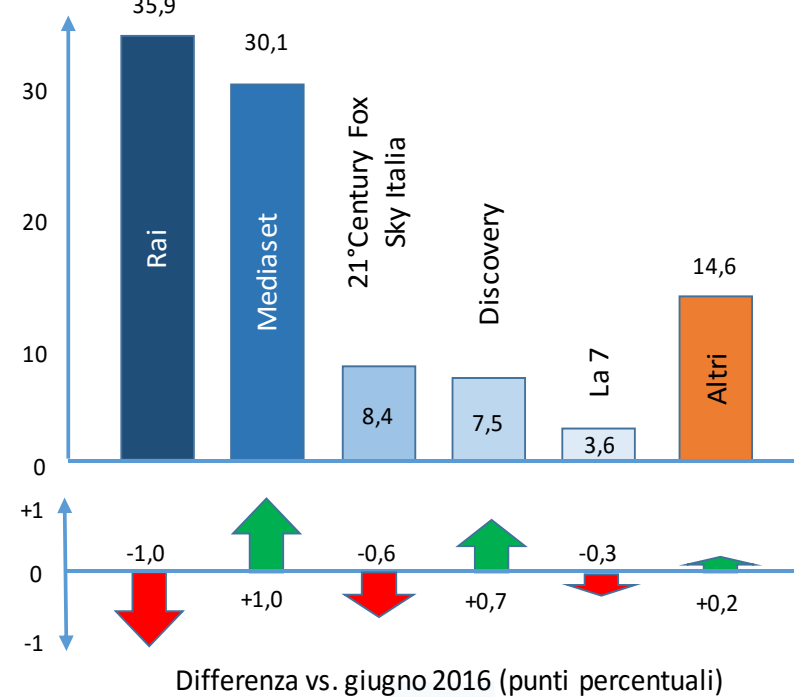
2.1 Media: TV

Evoluzione delle audience delle edizioni serali dei principali Tg nel giorno medio (2012 - giugno 2017)



Fonte: elaborazioni Autorità su dati Auditel(Nielsen)

Quote di ascolto nel giorno medio nel mese di giugno 2017 (%)

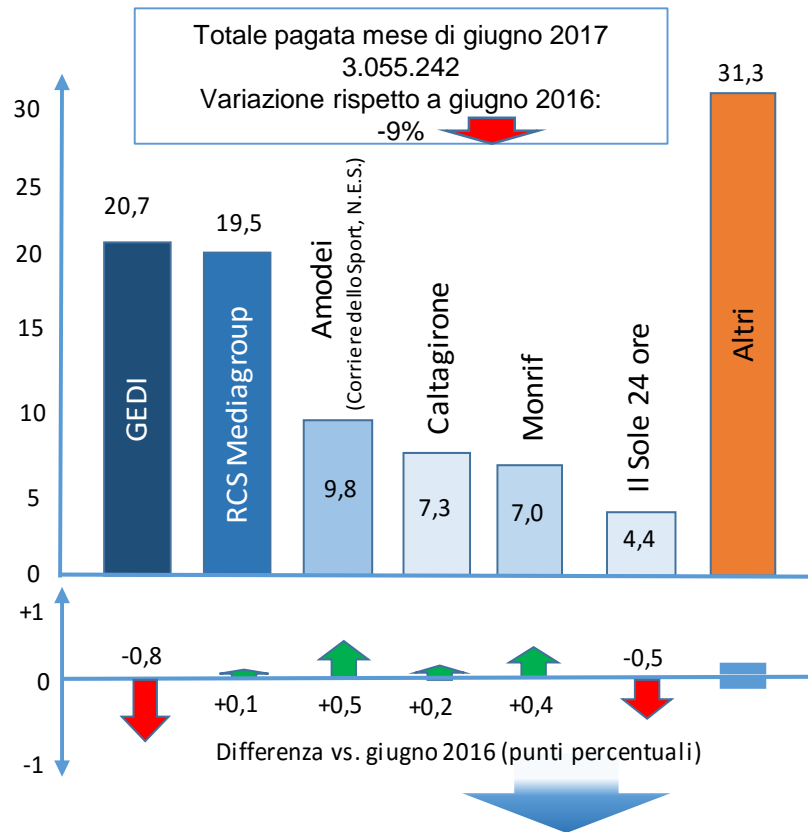


Differenza vs. giugno 2016 (punti percentuali)

- Rai e Mediaset si confermano i principali operatori in termini di ascolto dei principali Tg; Tg1 e Tg5 risultano i più seguiti nell'edizione serale raggiungendo oltre 7 milioni di ascoltatori nel giorno medio (25% di share nel caso dell'edizione serale del Tg1)
- Si conferma per il TgR, testata a carattere locale della RAI, che raggiunge una quota di ascolto dell' 11,7% corrispondenti ad 1,7 milioni di ascoltatori medi
- Il telegiornale della sera di La 7 ottiene uno share del 5,3, maggiore di quello di Rete 4 (3,7%), ma inferiore a quello di Italia 1 (5,6%)

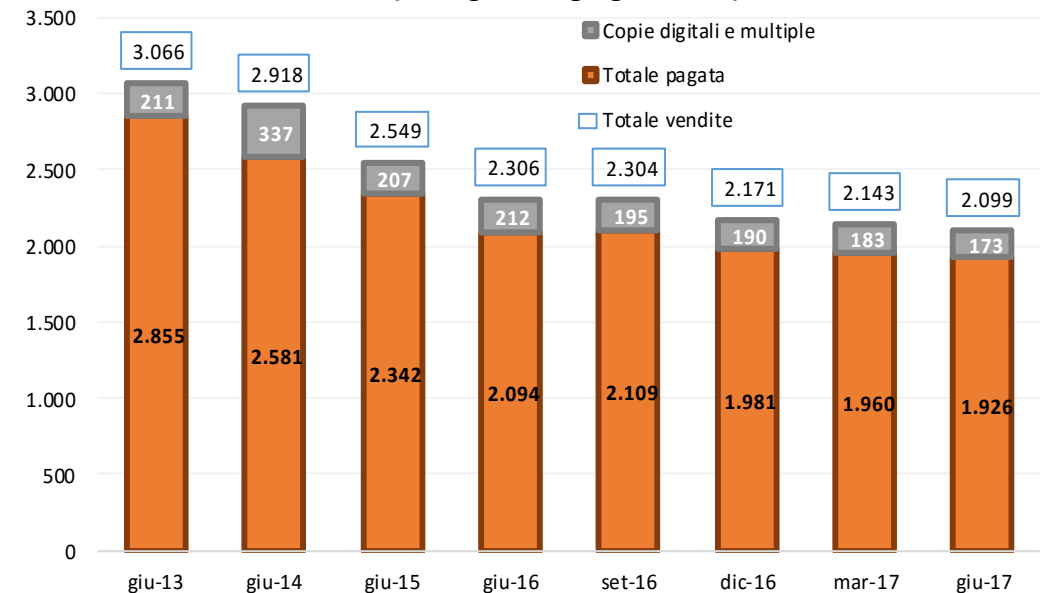
- Rai e Mediaset mantengono la posizione di leadership in termini di ascolti nel giorno medio, entrambe con quote superiori al 30% e una variazione rispetto a giugno 2016 pari a 1 p.p sebbene di segno opposto
- Discovery continua il suo trend in crescita raggiungendo una quota di ascolti del 7,5%, corrispondente a +0,7 p.p., rispetto a giugno 2016
- L'audience ottenuta dal gruppo Sky e gli ascolti registrati da La7 (rispettivamente con l'8,4% e il 3,6%) sono in diminuzione rispetto al giugno 2016, rispettivamente di 0,6 e 0,3 p.p
- La quota degli altri operatori, nazionali e locali, è in lieve crescita rispetto a giugno 2016

Distribuzione delle vendite per gruppi editoriali (in percentuale – giugno 2017)



- Gedi e Rcs Mediagroup detengono una posizione di leadership nella vendita di quotidiani, anche se il primo perde **0,8** p.p., ed il secondo ne guadagna **0,1** p.p.
- Si registra, rispetto a giugno 2016, un decremento delle quote dell'operatore *Il Sole 24 ore* (**-0,5** p.p.)

Distribuzione delle vendite giornaliere dei maggiori gruppi editoriali per tipologia di vendita (in migliaia – giugno 2017)

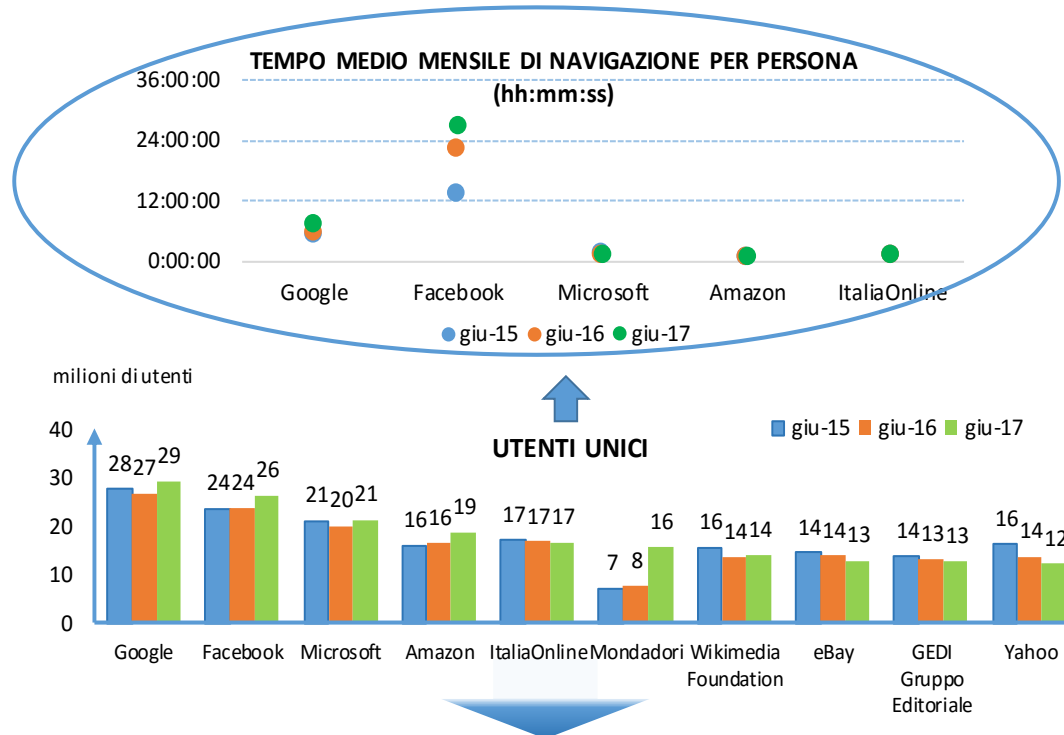


Nota: l'evoluzione del totale vendite, del totale pagata e delle copie digitali e multiple dei primi 7 editori di quotidiani è calcolata sulla base delle rilevazioni condotte da ADS. La totale pagata è intesa come somma delle copie vendute tramite i canali di vendita previsti dalle disposizioni di legge,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

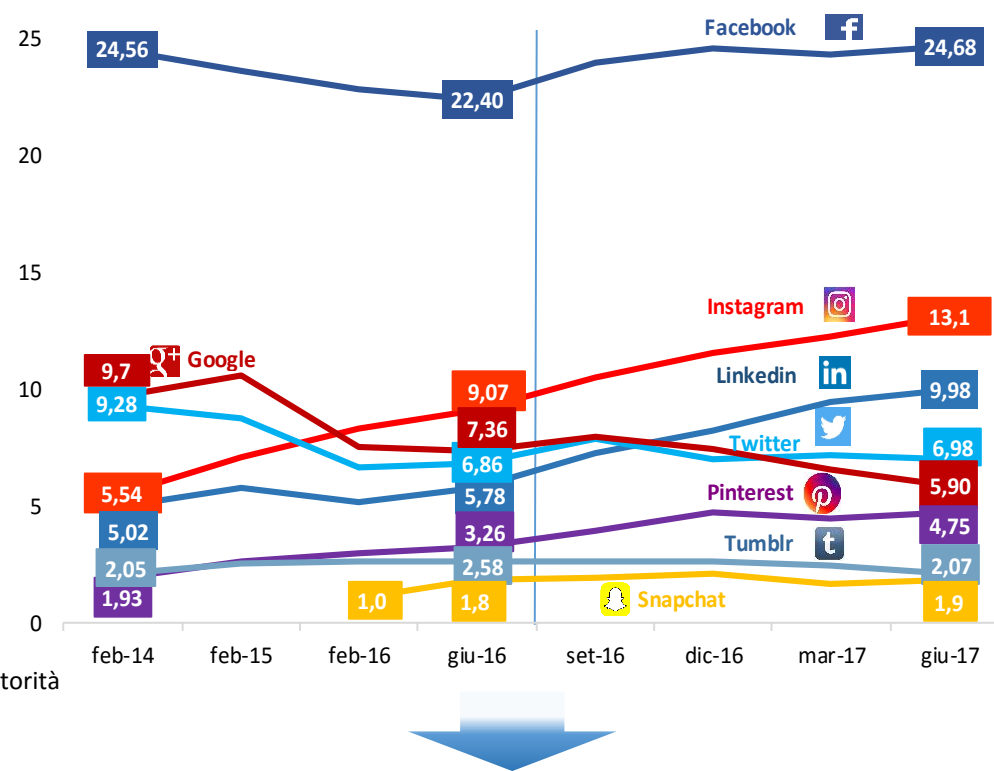
- Le vendite di copie cartacee dei quotidiani dei principali operatori sono in strutturale contrazione e, rispetto al giugno 2013, diminuiscono del **33%**
- A partire dal giugno 2016 si osserva una riduzione della componente digitale delle vendite di quotidiani dei primi 7 soggetti
- Il peso delle copie digitali sul totale delle vendite di quotidiani, pari all'8%, rispetto al giugno 2013 è aumentato di **1** p.p)

2.3 Media: Internet

Audience dei principali operatori per utenti unici e tempo medio mensile di navigazione (giu-15, giu-16, giu-17)



Audience dei principali dei principali Social Network per utenti unici (feb-14, giu-17)



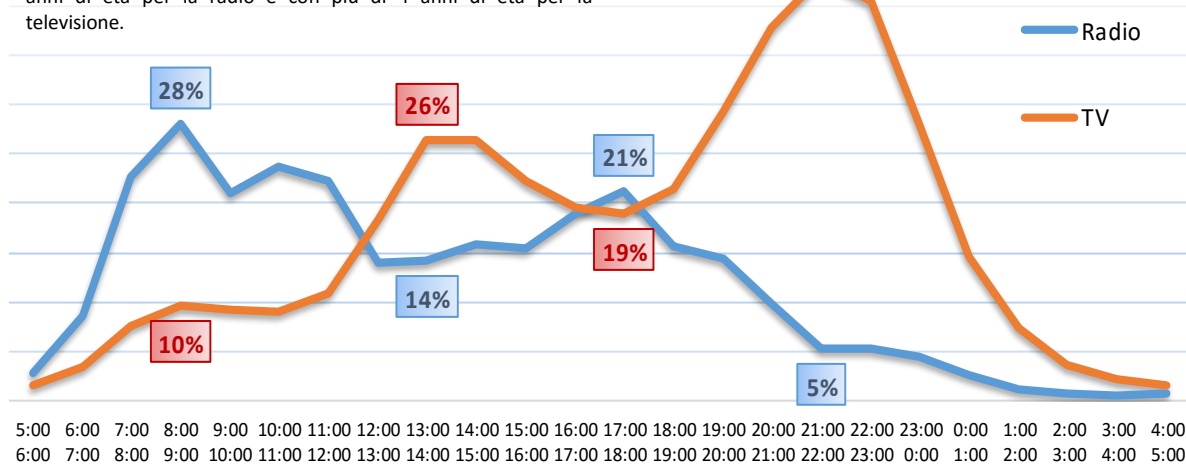
- Google e Facebook, in posizione di leadership in termini di audience, registrano performance stabilmente positive (oltre 2 milioni di utenti in più rispetto al giugno 2016)
- L'audience di ItaliaOnline e GEDI è in contrazione, mentre per Mondadori si osserva una crescita degli utenti unici di 8 milioni di utenti unici, anche a seguito dell'acquisizione di Banzai nel luglio 2016
- Il tempo medio mensile speso dagli italiani sul web è aumentato di circa 10 minuti rispetto al giugno 2016 raggiungendo oltre 58 ore mensili di navigazione
- Rispetto al giugno 2015 raddoppiano le ore mensili di fruizione di Facebook

- Facebook è il social network più utilizzato dagli italiani con quasi 25 milioni di utenti unici nel mese di giugno e un audience in crescita di 2,3 milioni di utenti rispetto a giugno 2016
- Cresce anche di Instagram, appartenente al gruppo Facebook, con 4 milioni di visitatori in più rispetto a giugno 2016
- L'audience di Google+ e Twitter è, invece, in discesa sebbene più evidente per il primo social network (-3,8 milioni di utenti unici rispetto al febbraio 2014)

2.4 Media: Radio

Ascolto della radio e della televisione nel giorno medio per intervalli di 1 ora (% su popolazione)

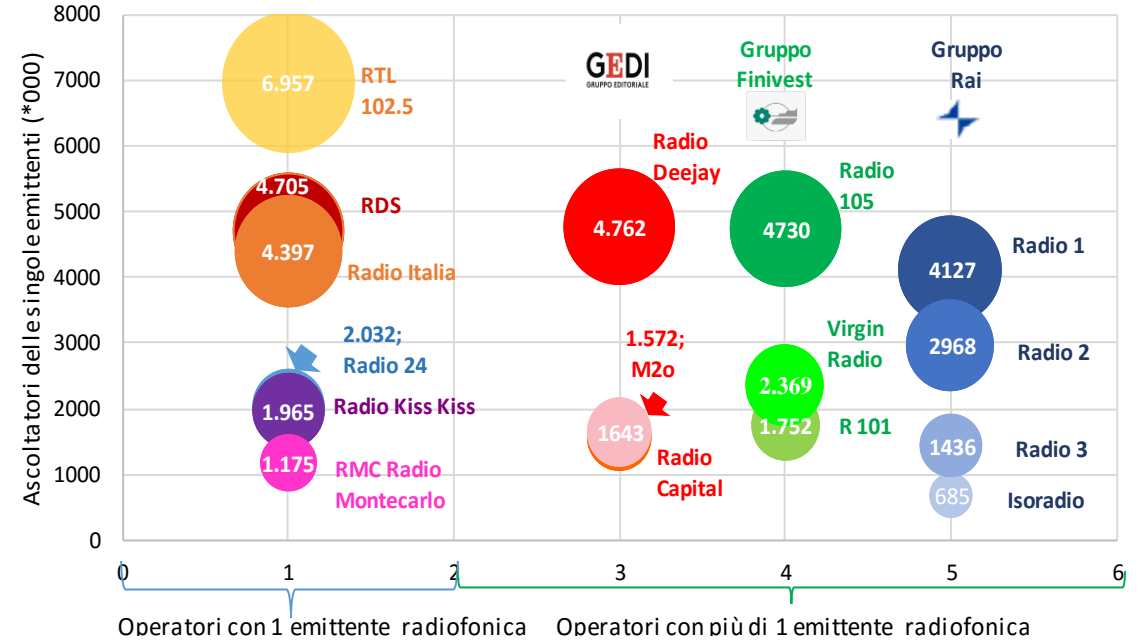
Nota: i dati si riferiscono all'ascolto al mezzo nel giorno medio calcolato sul 2016 considerando una popolazione con più di 14 anni di età per la radio e con più di 4 anni di età per la televisione.



Fonte: elaborazioni Autorità su dati Radiomonitor

- Il confronto fra gli ascolti per fascia oraria nel giorno medio del 2016 fra la radio e la televisione evidenzia un andamento opposto confermando, pertanto, il rapporto di complementarità fra i due mezzi
- L'ascolto della radio si concentra principalmente durante le fasce orarie del c.d. *drive time*, in corrispondenza delle quali la fruizione della televisione è più contenuta; diversamente il consumo della televisione aumenta in corrispondenza dell'ora di pranzo e, in modo più evidente, della cena, quando l'ascolto del mezzo radiofonico subisce, invece, una contrazione

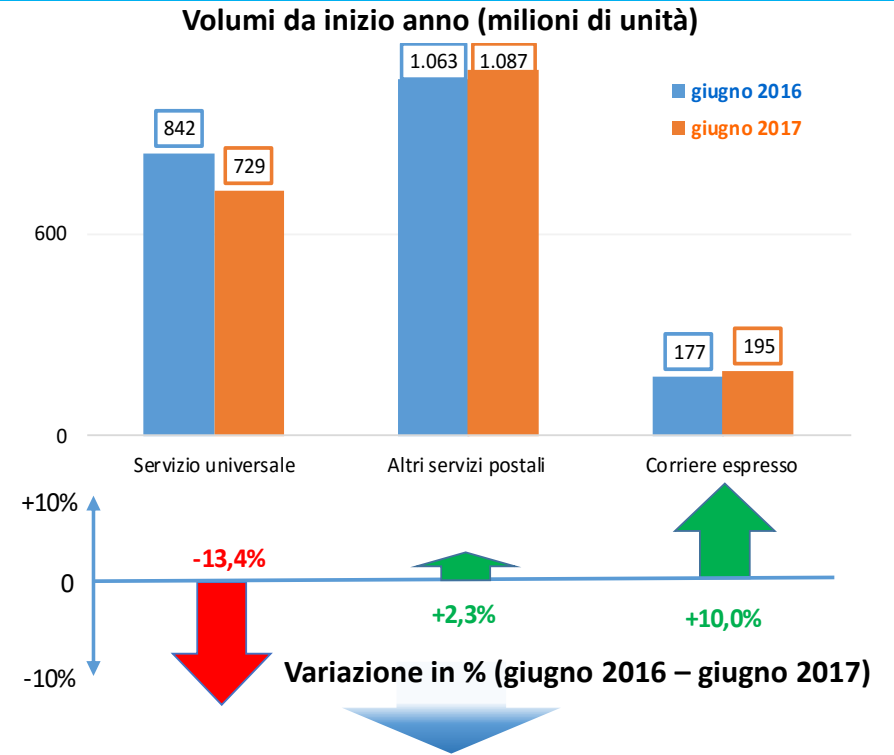
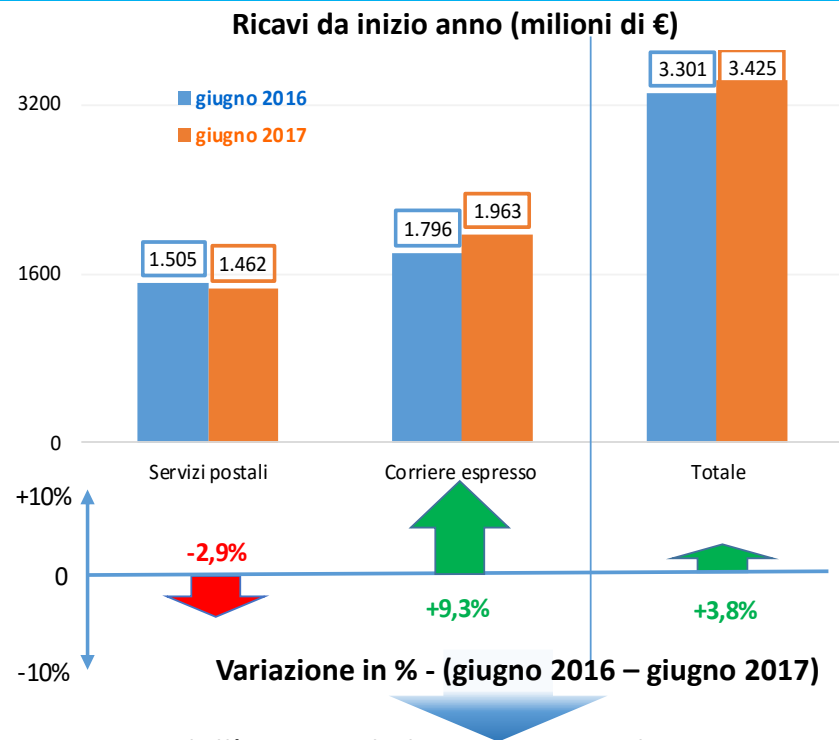
Ascoltatori nel giorno medio delle emittenti radiofoniche nazionali (anno 2016)



Nota: Gli ascoltatori delle singole emittenti nel giorno medio rappresentano valori medi riferibili all'anno 2016 e quindi non sono sommabili fra di loro. Per il Gruppo Rai, cui sono riconducibili 5 emittenti, Radiomonitor non rileva gli ascolti di Gr Parlamento, mentre per il Gruppo Fininvest, cui sono riconducibili 4 emittenti, la ricerca non traccia gli ascolti di Radio Orbital.

- Nel 2016 gli ascolti delle emittenti radiofoniche del gruppo Rai, ad eccezione di Radio 3 (+2%), sono in calo rispetto al 2015
- L'audience delle emittenti del gruppo Fininvest è in crescita (R101 +9%; Radio 105 +5%; Virgin Radio +2%)
- Con riferimento al gruppo GEDI, crescono gli ascolti di Radio DeeJay (+9%) mentre calano quelli di M2o (-7%) e RadioCapital (-2%)
- Fra gli operatori nazionali esercenti 1 sola emittente, si registrano degli incrementi negli ascolti per RTL 102.5 (+2%)

3.1 Servizi postali e corrieri espresso: ricavi e volumi



- Il primo semestre dell'anno vede le risorse complessive mercato crescere del **3,8%**
- Servizi postali: mostrano una flessione dell'**2,9%**, che risulta superiore al **14,2%** per i servizi postali nazionali, mentre le risorse dei servizi non inclusi nel servizio universale crescono del **9,3%**
- Corriere espresso: si osserva una crescita del **9,3%**; allo stesso tempo lo specifico giro d'affari degli invii internazionali (da e per l'Italia) cresce dell' **11,7%**. I ricavi complessivi superano quelli postali del 34% (contro il corrispondente 19% del primo semestre 2016)
- I ricavi unitari dei servizi postali sono aumentati dell'**1,8%** (da **0,790** a **0,805** euro), mentre quelli dei corrieri espresso mostrano una marginale riduzione dello **0,6%** (da **10,15** a **10,08** euro), con una riduzione del **2,0%** degli invii nazionali mentre quelli internazionali risultano flettere dello **0,36%**

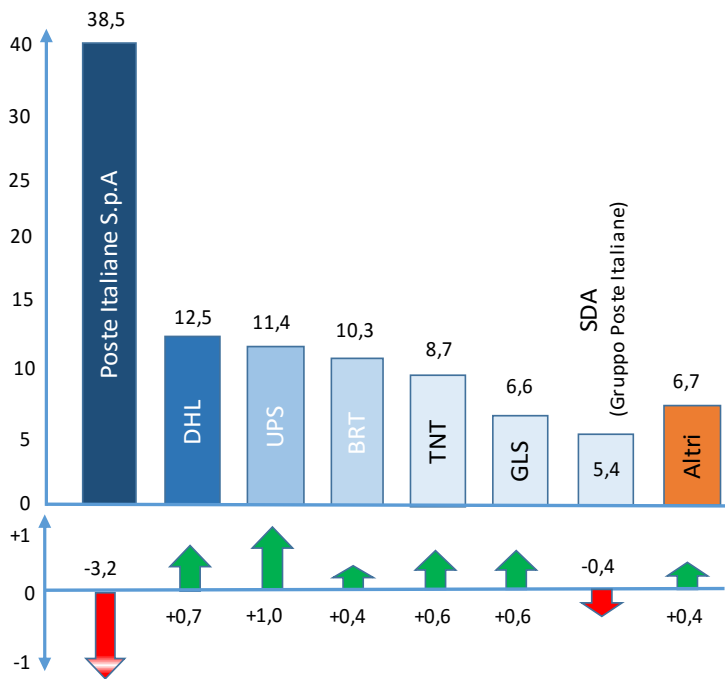
- Nel primo semestre dell'anno i volumi delle attività comprese nel Servizio Universale sono in flessione del **13,4%** rispetto a giugno 2016
- Per gli invii degli altri servizi postali si osserva un aumento del **2,3%**, risultato determinato dal favorevole andamento dei pacchi e di altri servizi a valore aggiunto
- Gli invii derivanti da attività di corriere espresso (**195 milioni** di unità da inizio anno) mostrano su base annua una crescita del **10%**, con una crescita del **12,1%** degli invii internazionali (da e per l'Italia)

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



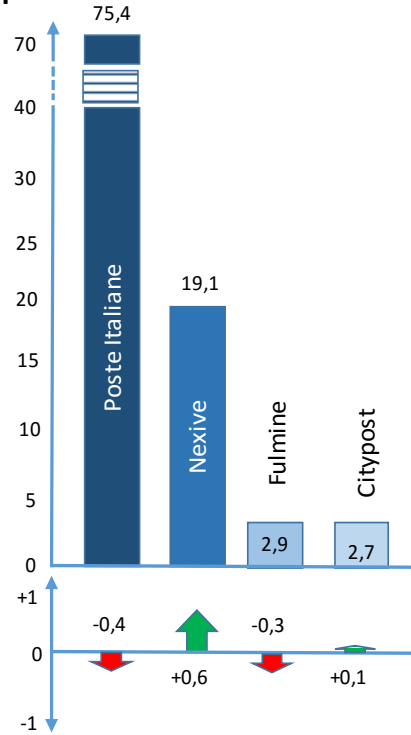
3.2 Servizi postali e corrieri espresso: il quadro concorrenziale

Settore postale (comprensivo dei corrieri espresso)



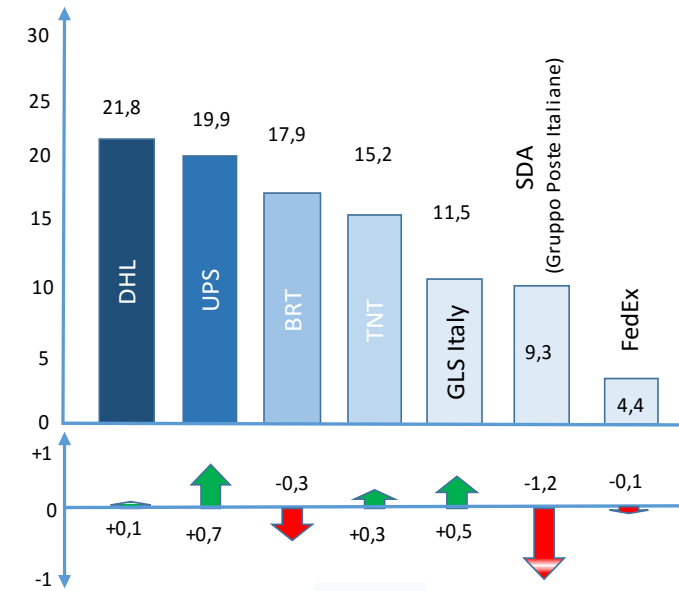
- Poste italiane è leader del settore con il **38,5%** (congiuntamente a SDA sfiora il **44%**), ma in calo di **3,2** p.p. rispetto alla prima metà dello scorso anno
- DHL, UPS, BRT e TNT sfiorano nel complesso il **43%**, e mostrano una crescita complessiva di **2,6** p.p. rispetto allo scorso anno

Servizi postali non rientranti nel Servizio Universale



- Con riferimento alla filiera dei servizi postali in concorrenza, Poste Italiane stante la sua presenza storica risulta ancora largamente leader di settore
- Detiene infatti oltre il **75%** (in relazione alle imprese monitorate)
- Segue Nexive con oltre il **19%** (+0,6 p.p.)

Corrieri espresso

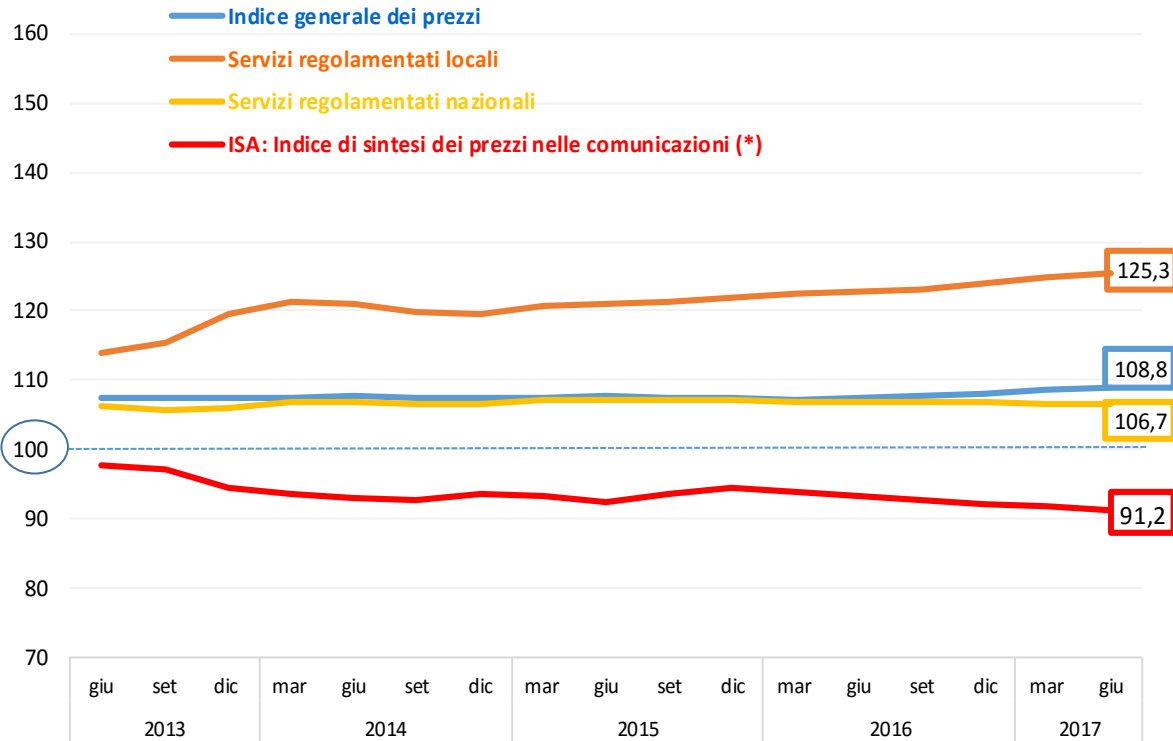


- È il segmento dove maggiormente intensa è la competizione tra operatori
- Tra le imprese considerate, il principale soggetto è DHL con il **21,8%**, seguita da UPS (**19,9%**) e BRT (**17,9%**)
- TNT e GLS Italy, congiuntamente, sono in crescita di **0,8** p.p.
- SDA scende al di sotto del **10%** (**-1,2** p.p. su base annua)



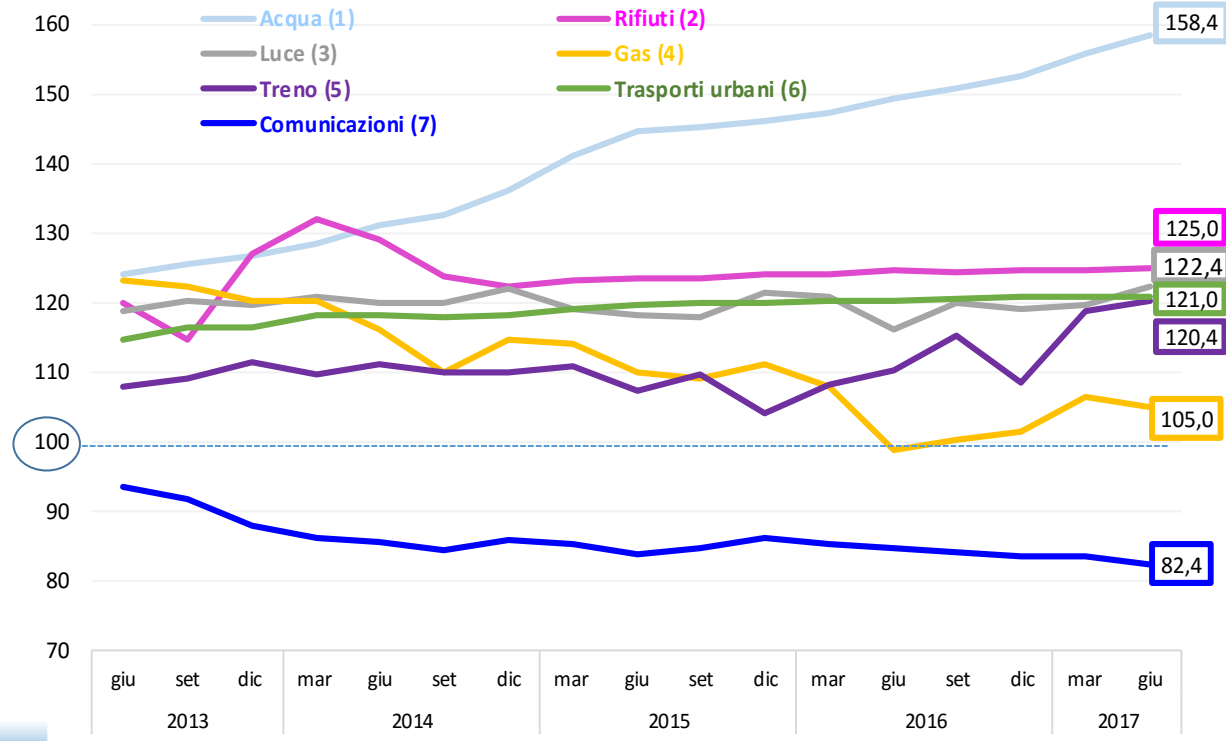
4.1 Prezzi: indici generali e principali utilities (2010=100)

Indici prezzi generali



Fonte: Istat ed elaborazioni Agcom

Indici prezzi utilities



Fonte: Istat ed elaborazioni Agcom



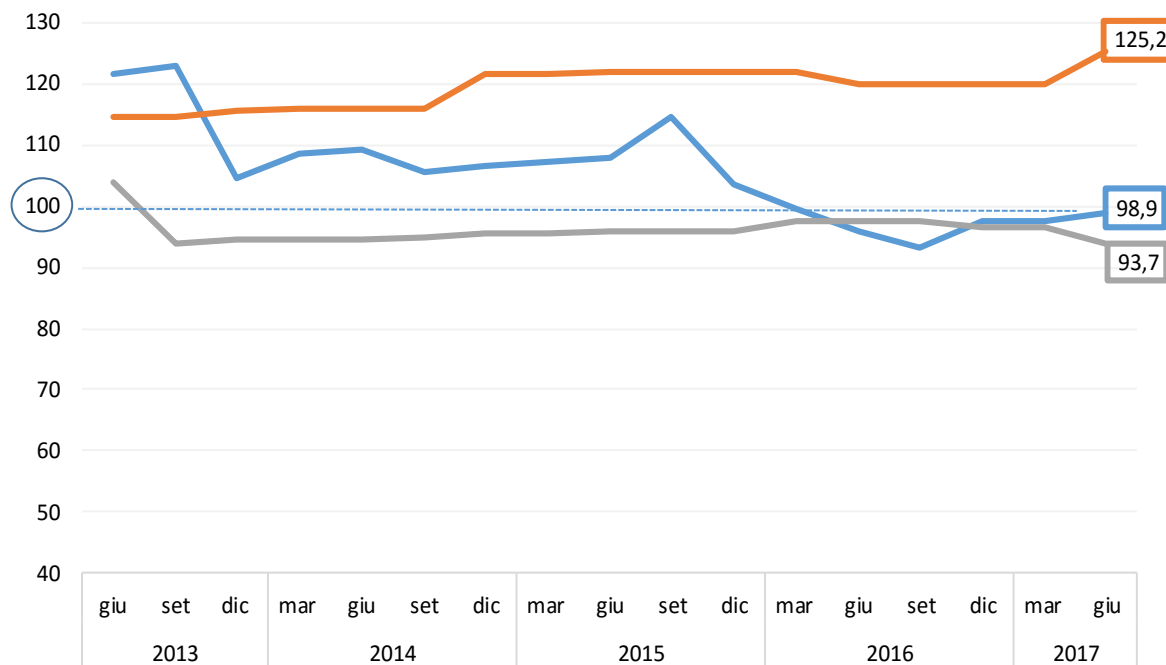
- Nel periodo considerato (giu. 2013 - giu. 2017) l'ISA (Indice Sintetico Agcom)^(*) dell'insieme dei prodotti e servizi di comunicazione mostra una flessione del **6,6% (-2,4% su base annua)**
- I prezzi dei servizi regolamentati su base nazionale mostrano una dinamica lievemente inferiore rispetto a quella generale dei prezzi
- I prezzi dei servizi regolati a livello locale evidenziano un andamento significativamente superiore a quello medio (**125,3** a giugno 2017)
- 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, il canone radiotelevisivo, la pay tv, l'editoria quotidiana e periodica, per complessive 10 distinte voci.

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



Indici prezzi telefonia fissa



— Terminali (1) — Accesso / servizi di base (2) — Larga banda / Internet (3)

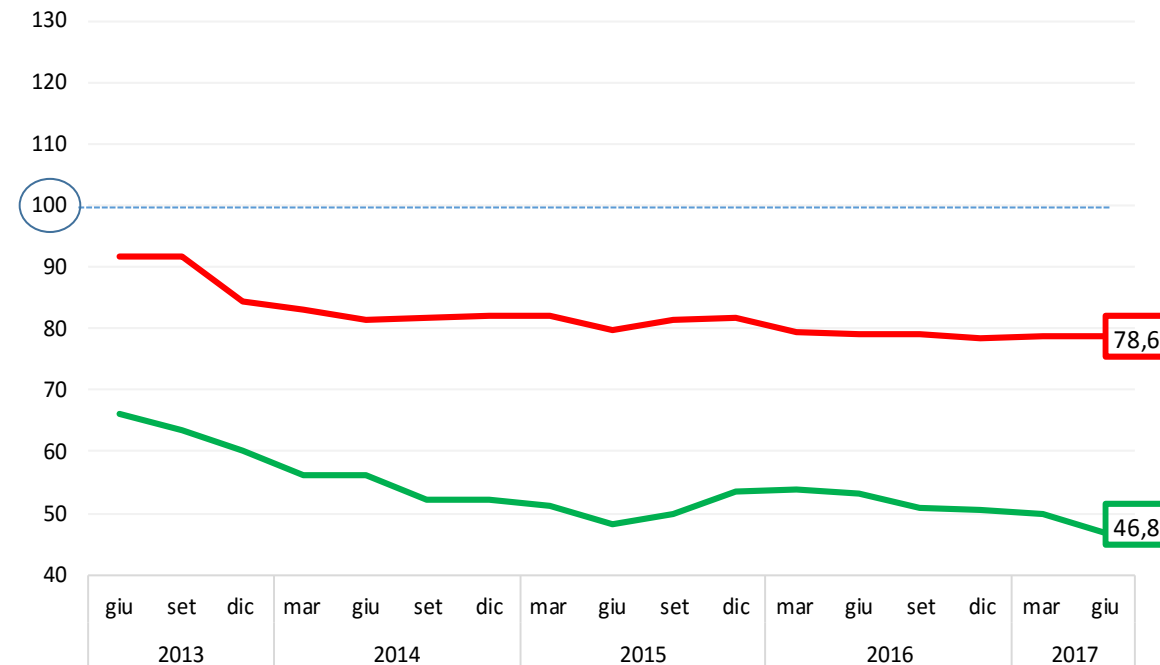
Codici Istat servizi considerati:
 (1) 08 20 10
 (2) 08 30 10
 (3) 08 30 30

Fonte: Istat ed elaborazioni Agcom



- I prezzi dei servizi *broadband* risultano inferiori a quelli di marzo 2013
- Tuttavia, risulta in crescita l'indice dei prezzi dei servizi di base e dell'accesso
- Tale ultimo andamento appare essere legato alle recenti manovre tariffarie adottate dagli operatori

Indici prezzi telefonia mobile



— Terminali (4) — Servizi (5)

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

Fonte: Istat ed elaborazioni Agcom

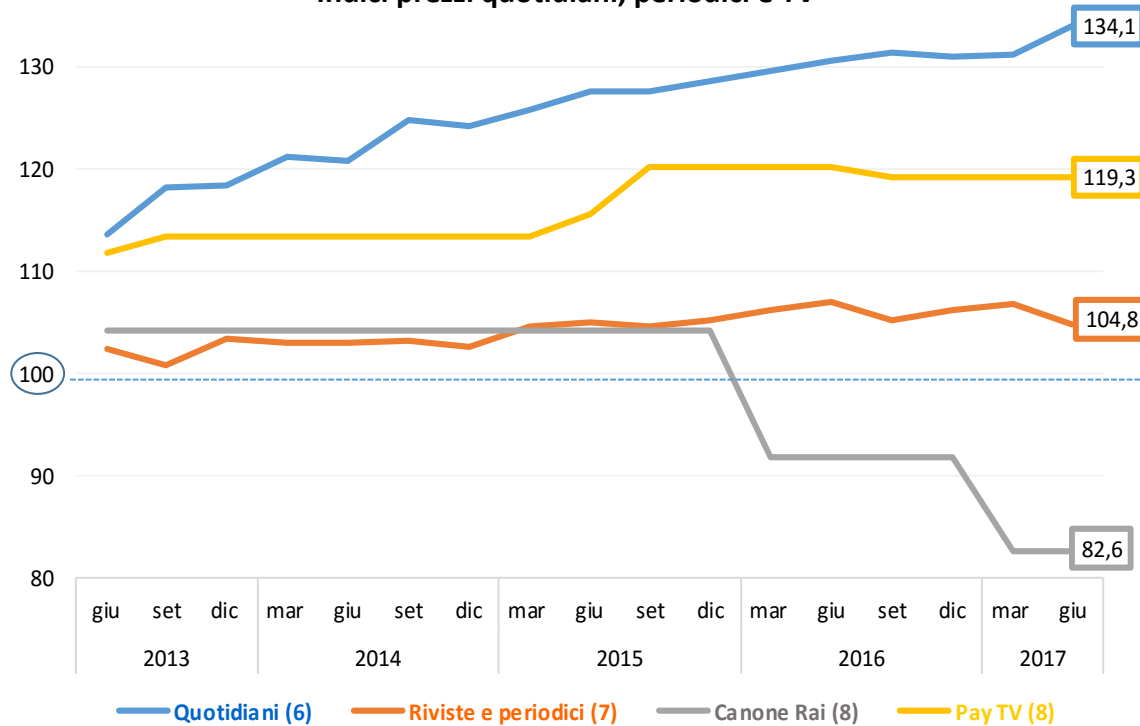


- Su base annua i prezzi dei servizi mobili rilevati da Istat sono rimasti sostanzialmente stabili
- Nello stesso periodo, i prezzi dei terminali mostrano una sensibile riduzione



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

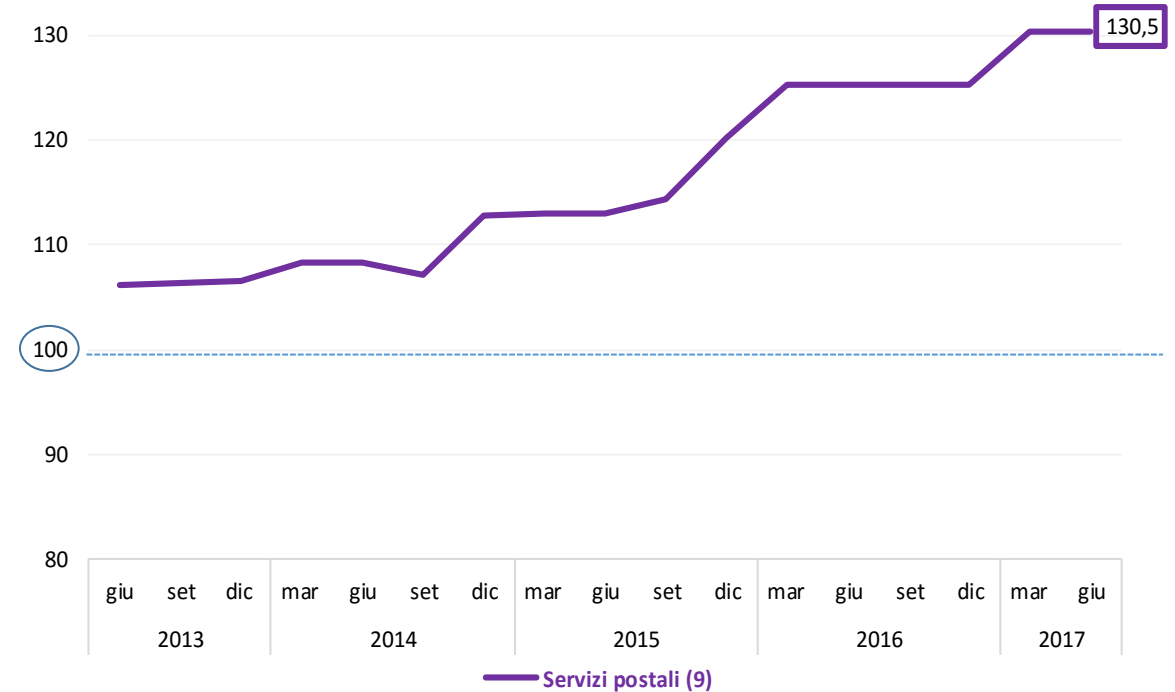
Indici prezzi quotidiani, periodici e TV



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

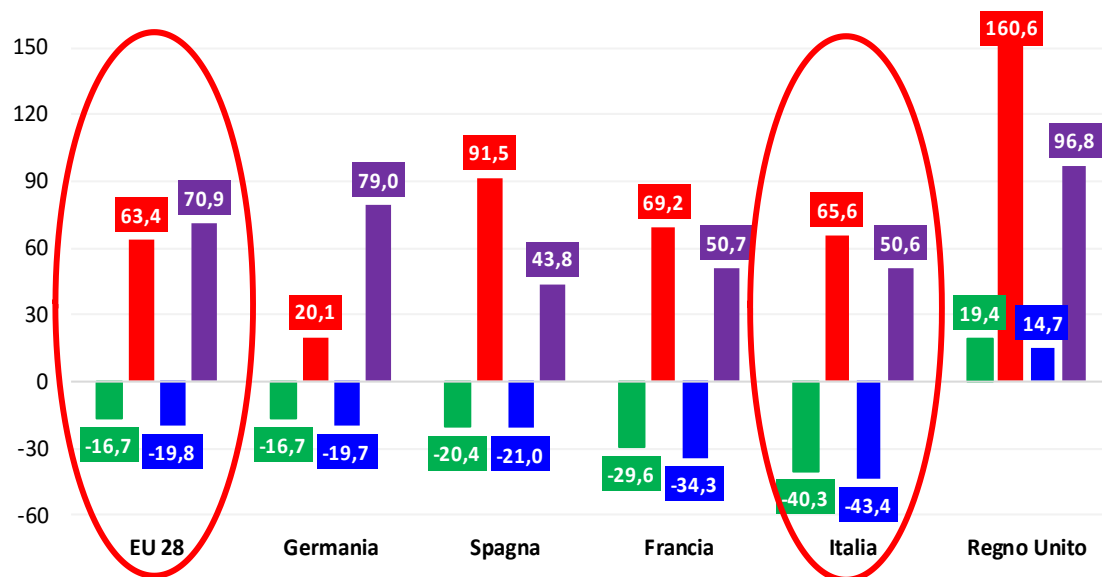
Codici Istat servizi/prodotti considerati:
 (9) 08 10 00



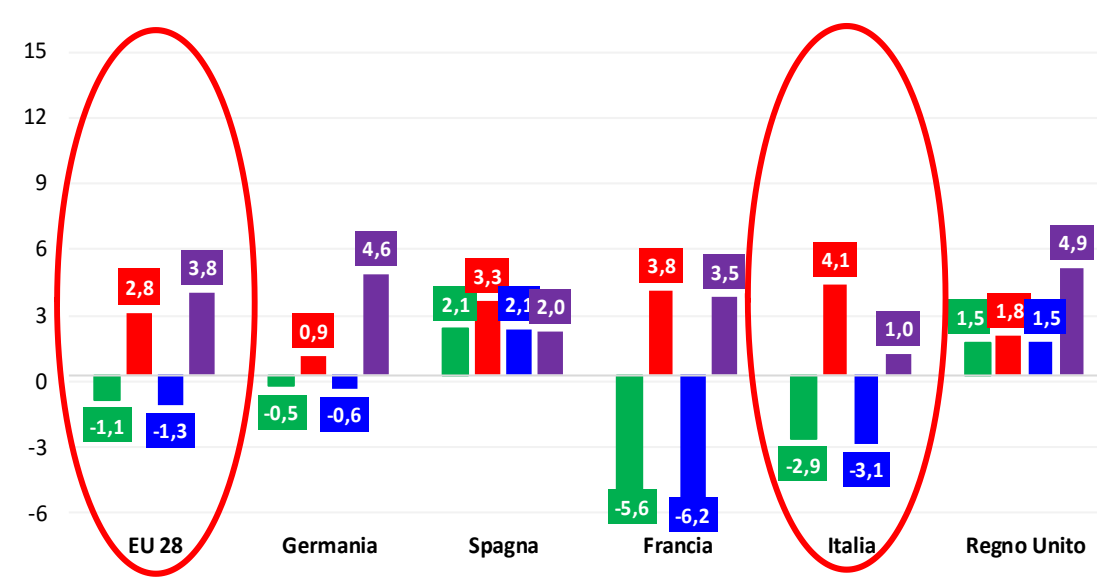
- Nel periodo considerato (giugno 2013 - giugno 2017), il canone Rai fa registrare una consistente riduzione dovuta soprattutto a quanto previsto dalle leggi di stabilità per il 2016 (da 113,50 a 100 euro) e 2017 (da 100 a 90 euro) con una relativa flessione superiore al **20%**
- Parallelamente, si registrano incrementi di prezzo (come per gli altri paesi europei) per i servizi postali (**+23,0%**), i quotidiani (**+17,9%**) e la pay TV (**6,7%**)
- Su base annuale, si segnala la crescita dell'indice dei prezzi per l'editoria quotidiana (**+2,6%**) e per i servizi postali (**+4,1%**), mentre la Pay TV segna una flessione dello **0,8%**

4.4 Prezzi: dinamiche dei prezzi in Europa tra il 2001 ed il 2017 (indice 2015=100)

Variation dei prezzi tra giugno 2001 e giugno 2017 (%)



Variation dei prezzi tra giugno 2016 e giugno 2017 (%)



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 2001 – giugno 2017) l'Italia mostra, per i prezzi di servizi di telecomunicazione, un significativo decremento anche grazie alla rapida discesa dei prezzi dei *device*
- L'editoria quotidiana e periodica mostra un incremento più contenuto rispetto alla media europea
- La crescita dei prezzi nei servizi postali in Italia è risultata leggermente superiore alla media europea; tra i paesi considerati, solo la Germania ha mostrato una dinamica più contenuta rispetto all'Italia



AUTORITÀ PER LE
GARANZIE NELLE
COMUNICAZIONI

Servizio Economico Statistico

ses@agcom.it

Roma

Via Isonzo 21/b - 00198

Napoli

**Centro Direzionale Isola B5 -
80143**