



AUTORITÀ PER LE
GARANZIE NELLE
COMUNICAZIONI

OSSERVATORIO SULLE COMUNICAZIONI

N. 4/2023



01 COMUNICAZIONI ELETTRONICHE

Rete fissa

- 1.1 Accessi diretti complessivi
- 1.2 Accessi broadband e ultrabroadband
- 1.3 Accessi broadband e ultrabroadband per tecnologia e operatore
- 1.4 Traffico dati in download e upload
- 1.5 Traffico dati medio giornaliero (upload + download)
- 1.6 Traffico dati, intensità dei flussi settimanali

Rete mobile

- 1.7 Linee complessive
- 1.8 Sim human per tipologia di clientela
- 1.9 Sim human per tipologia di contratto
- 1.10 Traffico dati in download e upload
- 1.11 Traffico dati medio giornaliero (upload + download)
- 1.12 Traffico dati, intensità dei flussi settimanali
- 1.13 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
- 2.6 Ascolti dei canali «all news» nel giorno medio da inizio anno

Editoria quotidiana

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

Piattaforme

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

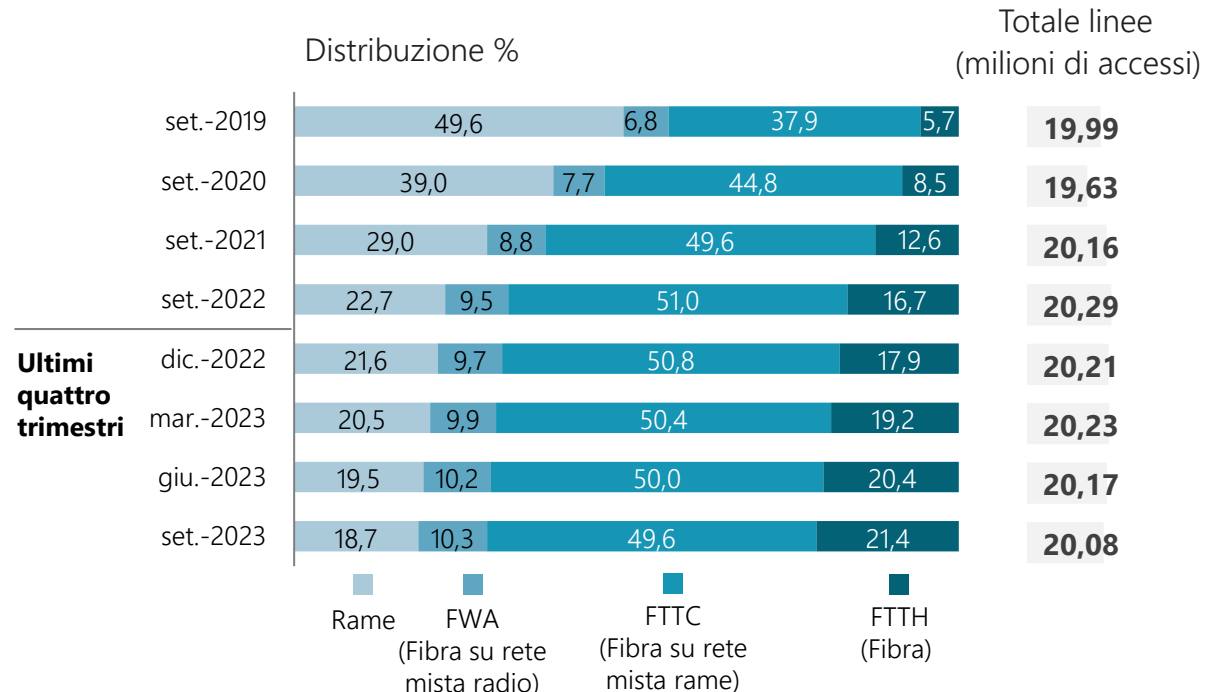
I valori riportati nelle sezioni 1 e 3 dell'Osservatorio, sono stime basate su informazioni fornite dalle principali imprese presenti nei mercati delle comunicazioni elettroniche e dei servizi di corrispondenza e di consegna pacchi. Con riguardo alla sezione dedicata ai media e alle piattaforme (sezione 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 settembre 2023. 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

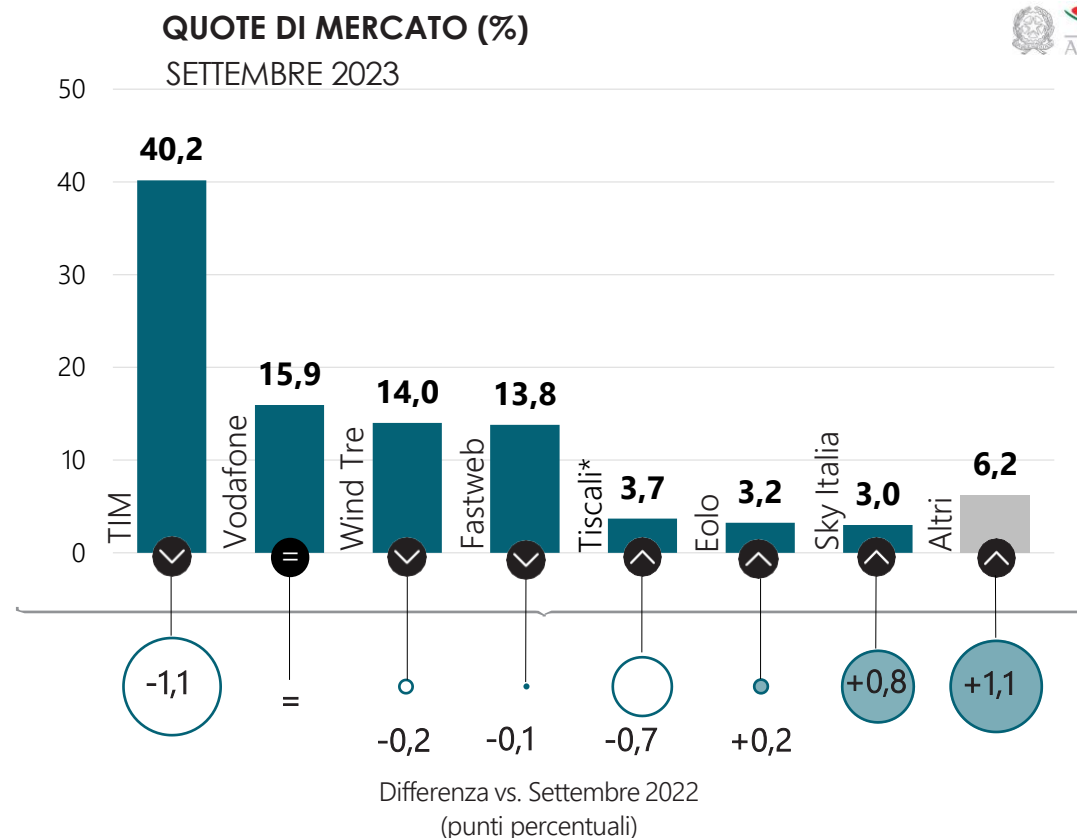
1.1 RETE FISSA: ACCESSI DIRETTI COMPLESSIVI



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 2022-2023 in punti percentuali)
Variazione trimestrale: (Giu. 2023 – Set. 2023)	-91 mila accessi	↓ -0,5	Rame:	-4,0 ↓
Variazione annuale: (Set. 2022 – Set. 2023)	-215 mila accessi	↓ -1,1	FWA:	+0,8 ↑
Variazione periodo: (Set. 2019 – Set. 2023)	+87 mila accessi	↑ +0,4	FTTC:	-1,5 ↓
			FTTH:	+4,7 ↑

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

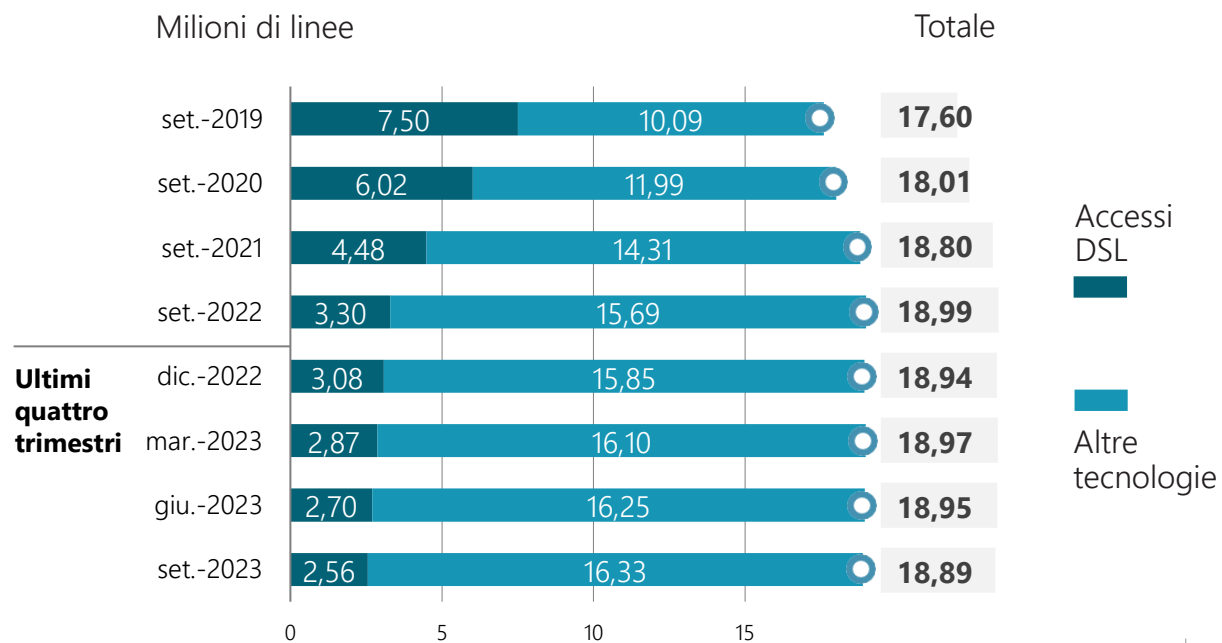


* Il valore esposto - a seguito della fusione intervenuta a partire dal 1° agosto 2022 - include anche la quota in precedenza attribuita a Linkem

Imprese presenti nella raccolta di informazioni di dettaglio: APS Senza fili senza confini, Aruba, BBell, Brennercomm, BT Italia, Colt Technology Services, Compagnia Italia Mobile, Coop Italia (CoopVoce), Convergenze, Daily Telecom Mobile, DIGI Italy, Enel Energia (Enel Fibra), Eolo, FastAlp, Fastweb, Fidoka, Go Internet, Green TLC, Hal Services, Iccom, Iliad, Informatica System, Infranet, Intred, Irideos, Lycamobile, Mavianmax, Misco, Open Fiber, Planetel, PostePay, Retelit, Sky Italia, Stel, Tecno Adsl, Tesselis (Tiscali), TIM, Unidata, Vianova, Virgin Fibra, Vodafone Italia, Wind Tre.

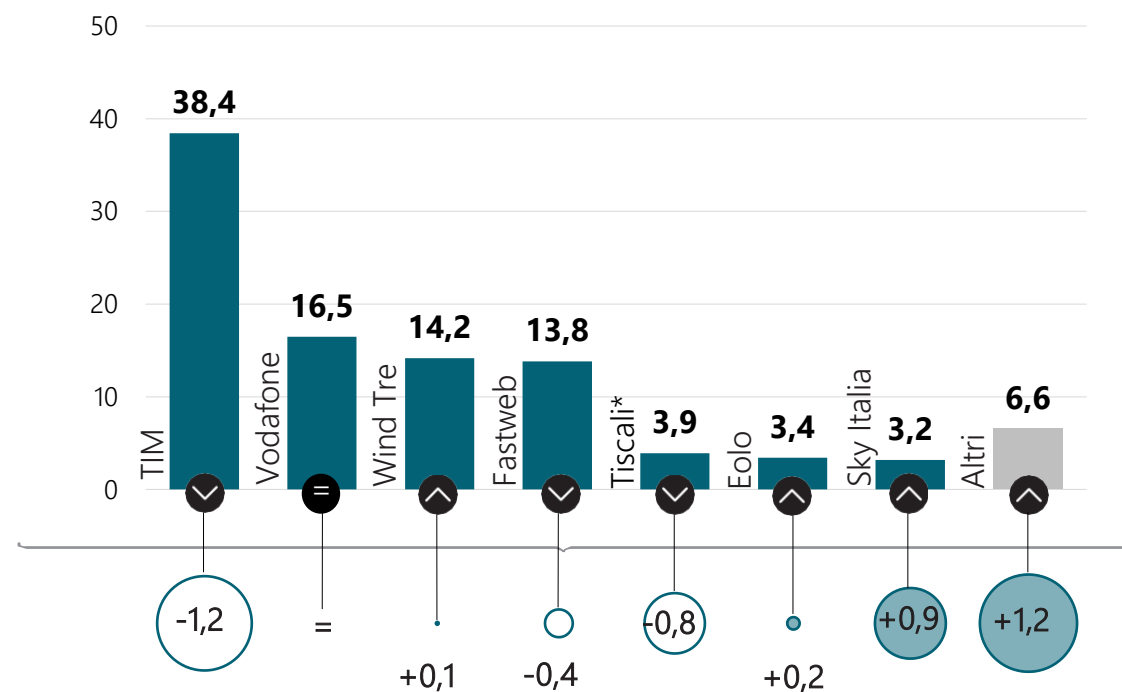
i dati illustrati nella sezione Comunicazioni elettroniche includono anche una stima delle «altre imprese» presenti sul mercato

1.2 RETE FISSA: ACCESSI BROADBAND E ULTRABROADBAND



QUOTE DI MERCATO (%)

Settembre 2023



Variatione trimestrale
(Giu. 2023 – Set. 2023)

Totale linee



-63 mila
accessi
(-0,3%)

Variatione annuale
(Set. 2022 – Set. 2023)

Totale linee



-100 mila
accessi
(-0,5%)

Accessi DSL



-741 mila
accessi
(-22,5%)

Altre tecnologie



+641 mila
accessi
(+4,1%)

Differenza vs. settembre 2022
(punti percentuali)

* Il valore esposto - a seguito della fusione intervenuta a partire dal 1° agosto 2022 - include anche la quota in precedenza attribuita a Linkem

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



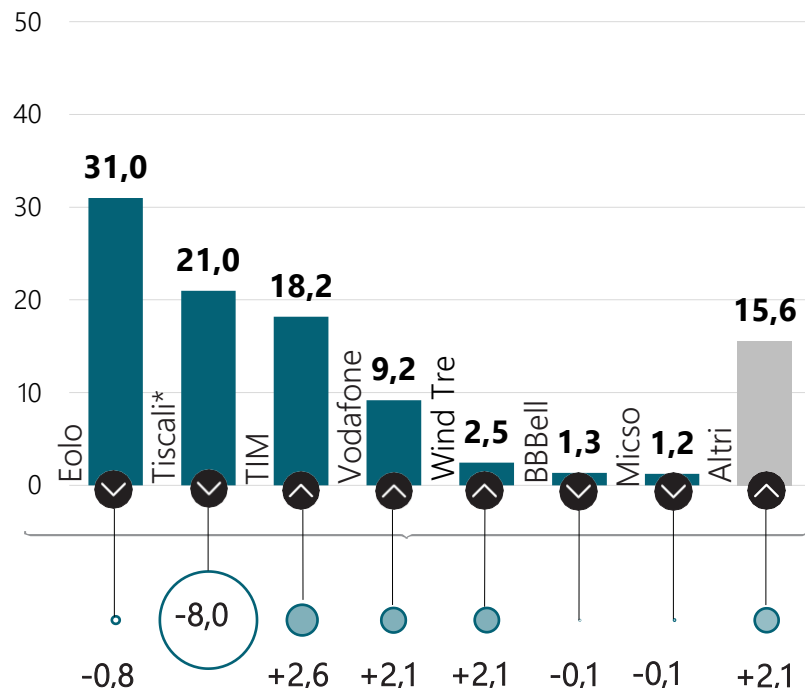
SETTEMBRE 2023

FWA

Totale linee: **2,07** milioni di accessi

Variazione
Set. 2022 – Set. 2023

+7,3% ↑

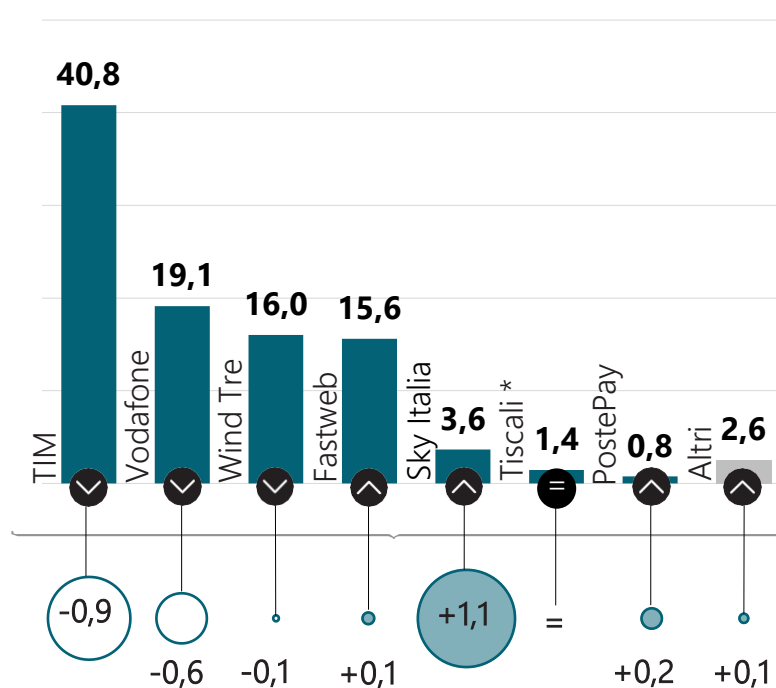


FTTC

Totale linee: **9,95** milioni di accessi

Variazione
Set. 2022 – Set. 2023

-3,9% ↓

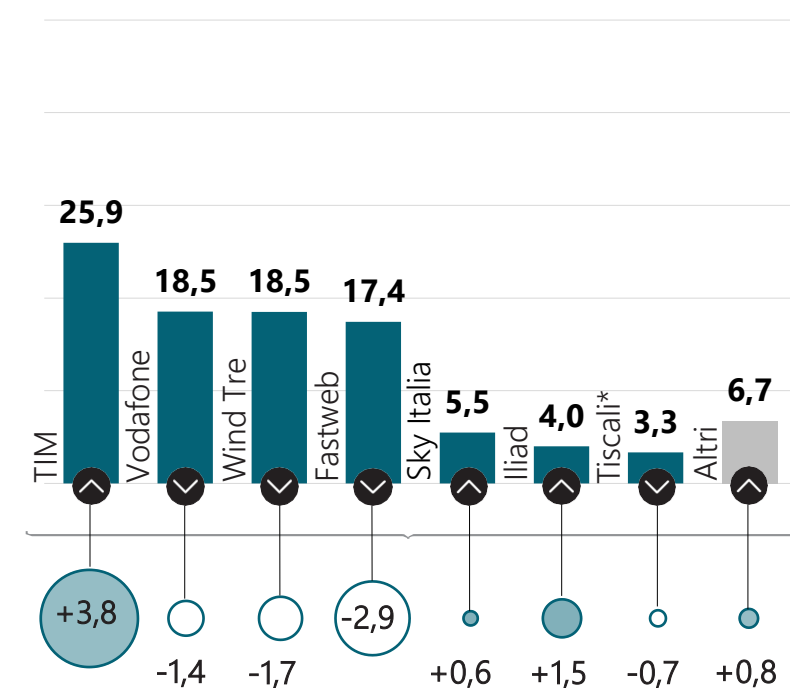


FTTH

Totale linee: **4,30** milioni di accessi

Variazione
Set. 2022 – Set. 2023

+26,7% ↑



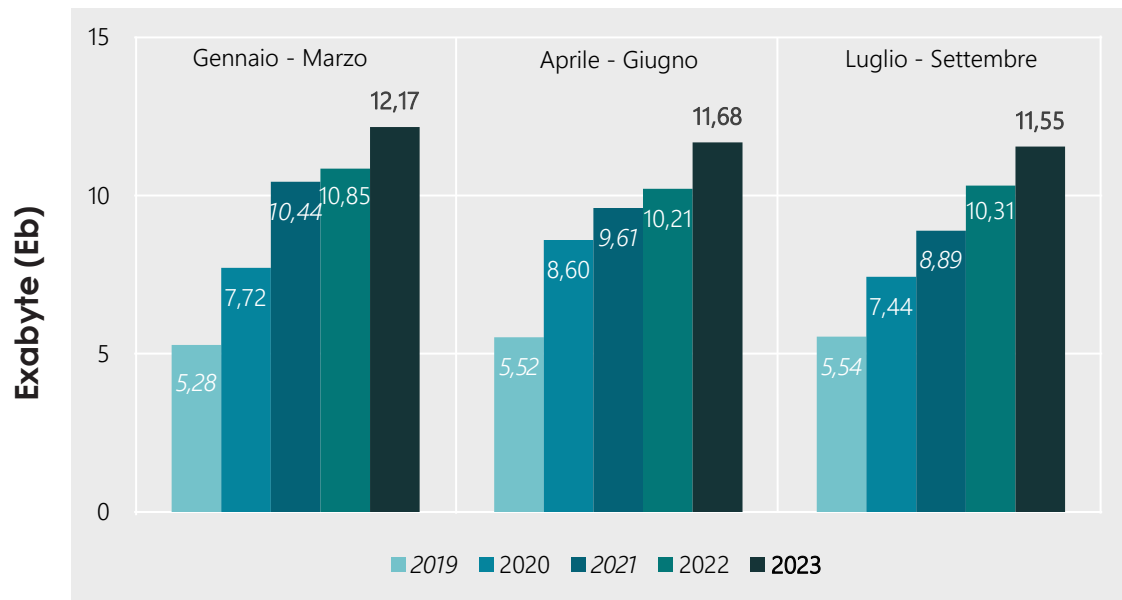
** Il valore esposto - a seguito della fusione intervenuta a partire dal 1° agosto 2022 - include anche la quota in precedenza attribuita a Linkem

Differenza vs. Settembre 2022
(punti percentuali)

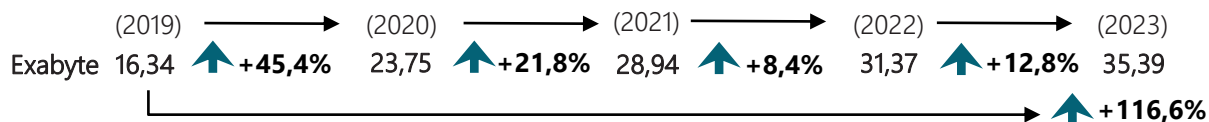
Nota: elaborazioni sulla base dei dati forniti dalle imprese nell'ambito della predisposizione della reportistica europea. Sono escluse dall'analisi alcune migliaia di linee allocate dalle imprese nelle categorie «Other non NGA» e «Other NGA»

1.4 RETE FISSA: TRAFFICO DATI IN DOWNLOAD E UPLOAD

DOWNLOAD (valori cumulati trimestrali)



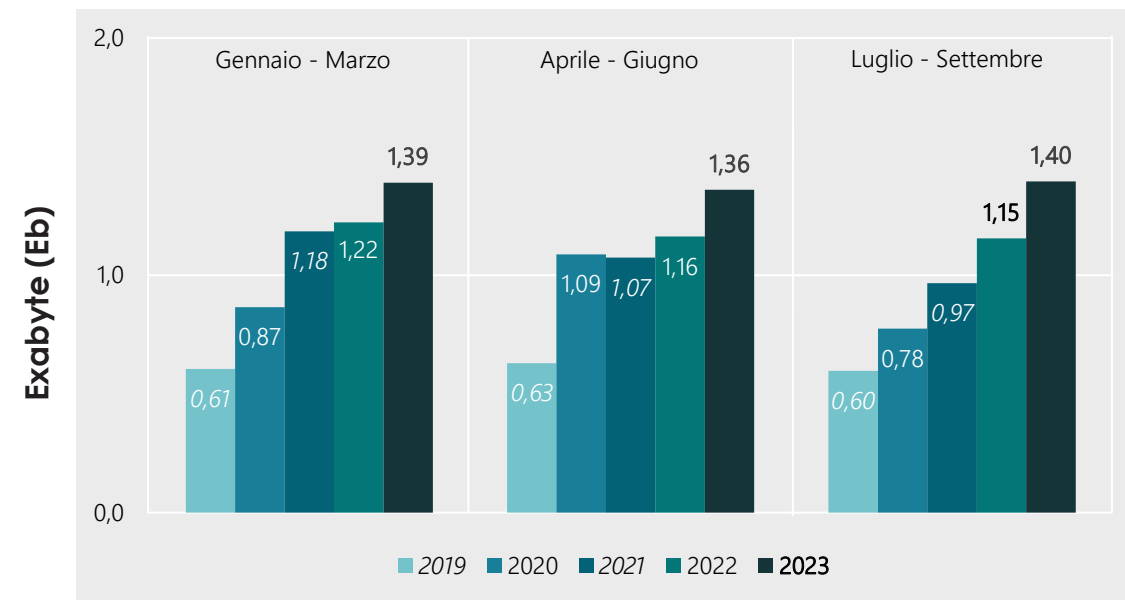
① Valori cumulati da inizio anno (Gen. – Set.)



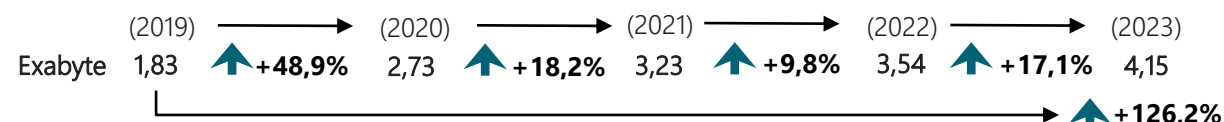
② Confronto valori trimestrali (variazioni %)

	Annuale				Di periodo 2019/2022
	2019/2020	2020/2021	2021/2022	2022/2023	
1° trimestre (Gen. - Mar.)	+46,2	+35,2	+4,0	+12,2	+130,6
2° trimestre (Apr. - Giu.)	+55,8	+11,7	+6,3	+14,4	+111,6
3° trimestre (Lug. - Set.)	+34,2	+19,5	+16,0	+12,0	+108,3

UPLOAD (valori cumulati trimestrali)



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



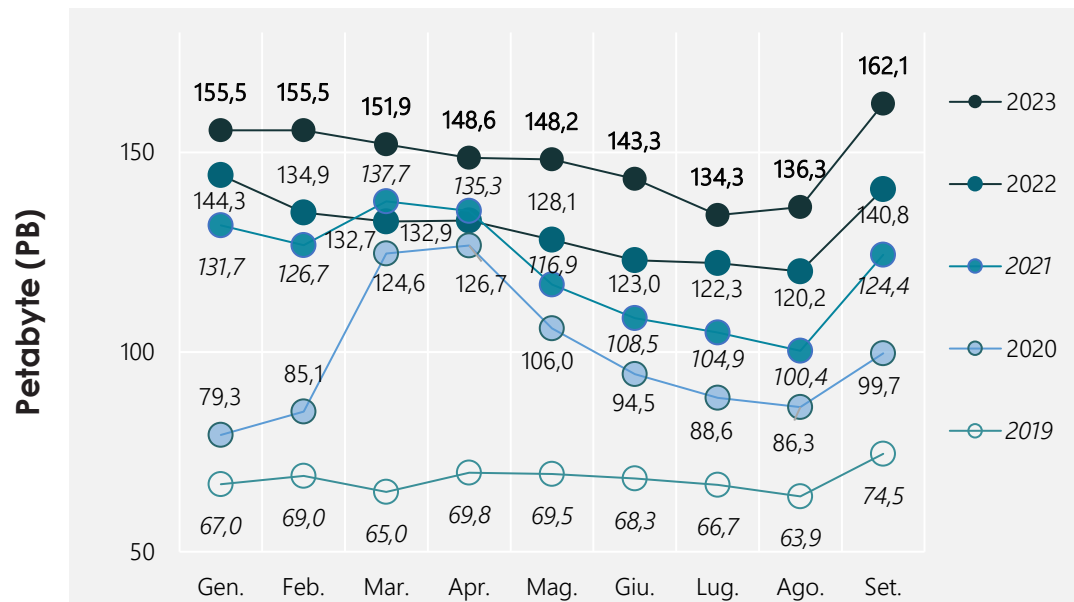
② Confronto valori trimestrali (variazioni %)

	Annuale				Di periodo 2019/2022
	2019/2020	2020/2021	2021/2022	2022/2023	
1° trimestre (Gen. - Mar.)	+43,0	+36,8	+3,2	+13,8	+129,7
2° trimestre (Apr. - Giu.)	+72,7	-1,2	+8,3	+16,8	+115,9
3° trimestre (Lug. - Set.)	+29,8	+24,7	+19,4	+20,8	+133,5

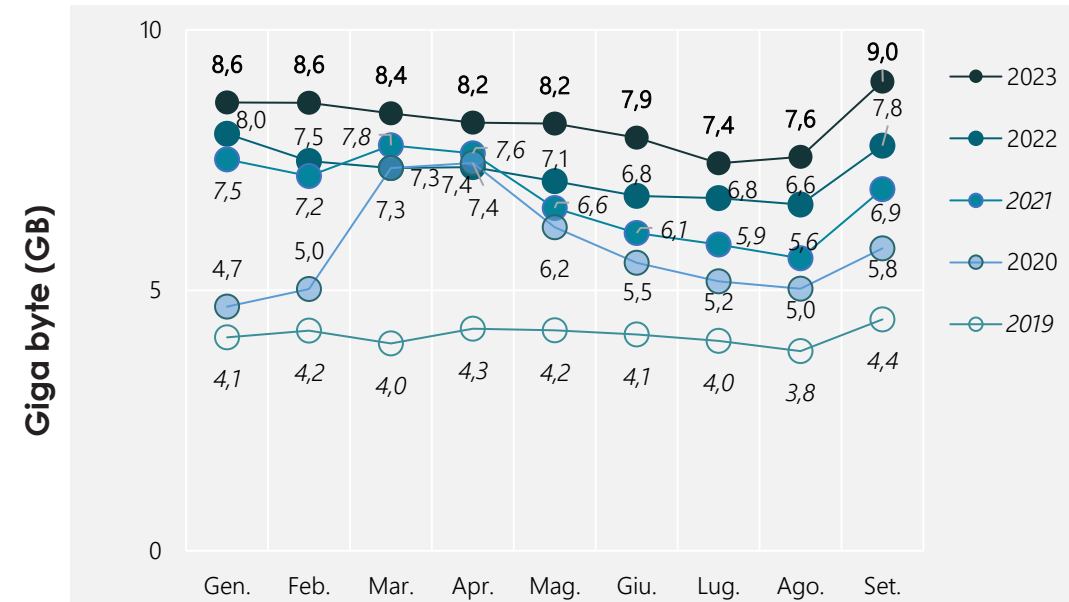
1.5 RETE FISSA: TRAFFICO DATI MEDIO GIORNALIERO (download + upload)



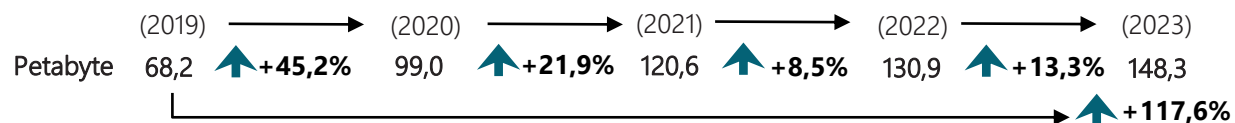
COMPLESSIVO



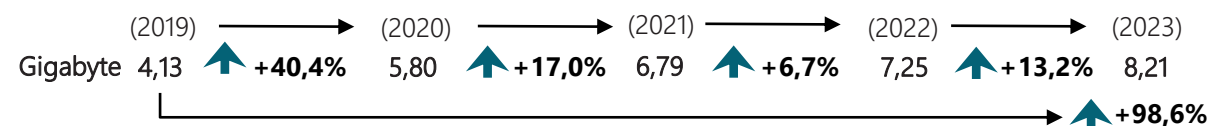
PER LINEA BROADBAND



1 Confronto media mensile da inizio anno (Gen. - Set.)



1 Confronto media mensile da inizio anno (Gen. - Set.)



2 Confronto valori trimestrali (variazioni %)

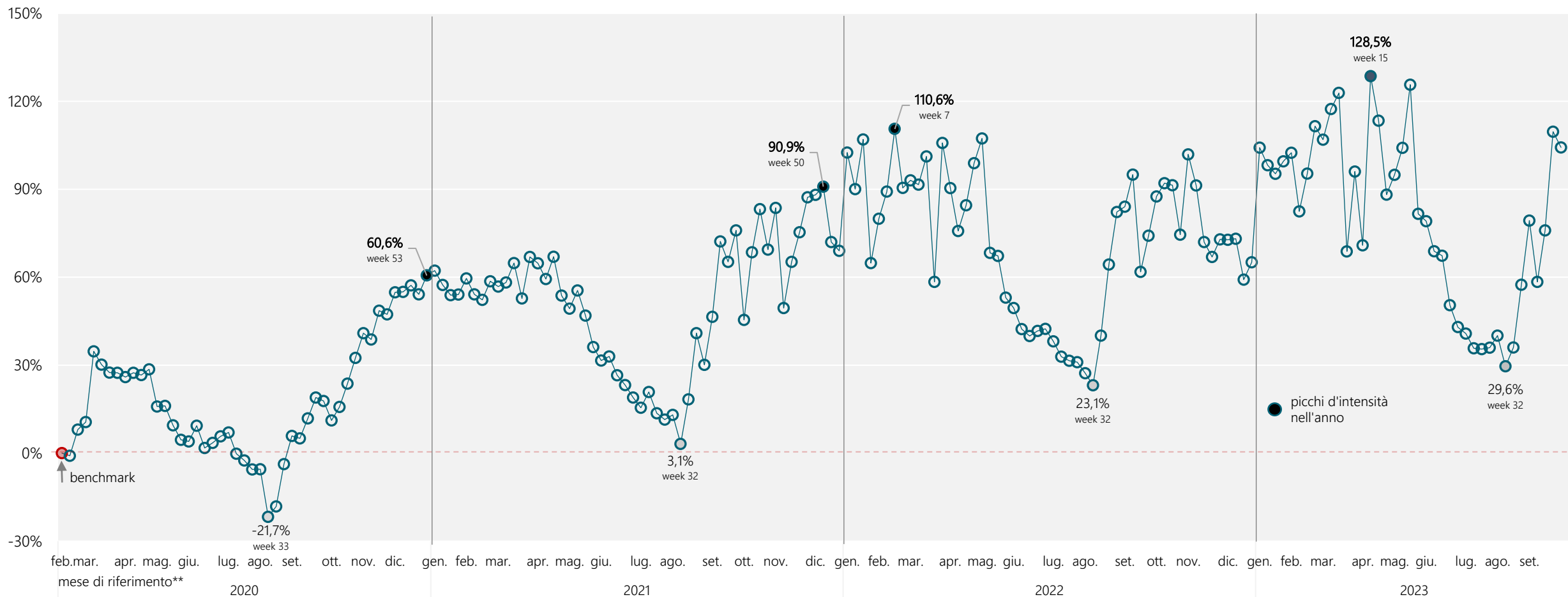
	Annuale				Di periodo 2019/2022
	2019/2020	2020/2021	2021/2022	2022/2023	
1° trimestre (Gen. - Mar.)	+44,3	+36,9	+3,9	+12,3	+130,5
2° trimestre (Apr. - Giu.)	+57,5	+10,3	+6,5	+14,6	+112,0
3° trimestre (Lug. - Set.)	+33,8	+20,0	+16,3	+12,9	+110,8

2 Confronto valori trimestrali (variazioni %)

	Annuale				Di periodo 2019/2022
	2019/2020	2020/2021	2021/2022	2022/2023	
1° trimestre (Gen. - Mar.)	+39,2	+31,7	+1,4	+12,1	+108,4
2° trimestre (Apr. - Giu.)	+51,7	+5,9	+4,8	+14,5	+92,6
3° trimestre (Lug. - Set.)	+30,1	+15,1	+15,0	+13,2	+95,0

1.6 RETE FISSA: TRAFFICO DATI, INTENSITÀ DEI FLUSSI SETTIMANALI

Variazione dell'intensità di traffico (*)



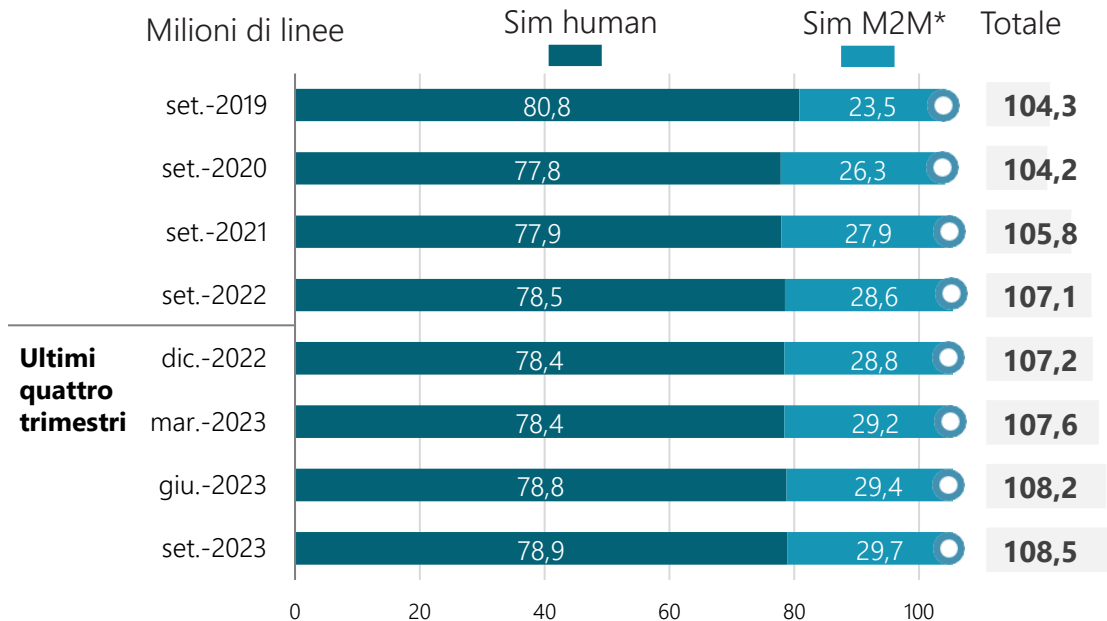
Definizione: per Intensità di traffico (Gbps) si intende il picco del volume di traffico dati in ingresso nella rete dell'operatore misurato in un intervallo temporale compreso tra i 5 e i 60 minuti.

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

1.7 RETE MOBILE: LINEE COMPLESSIVE



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

Variazione trimestrale (Giu. 2023 – Set. 2023)

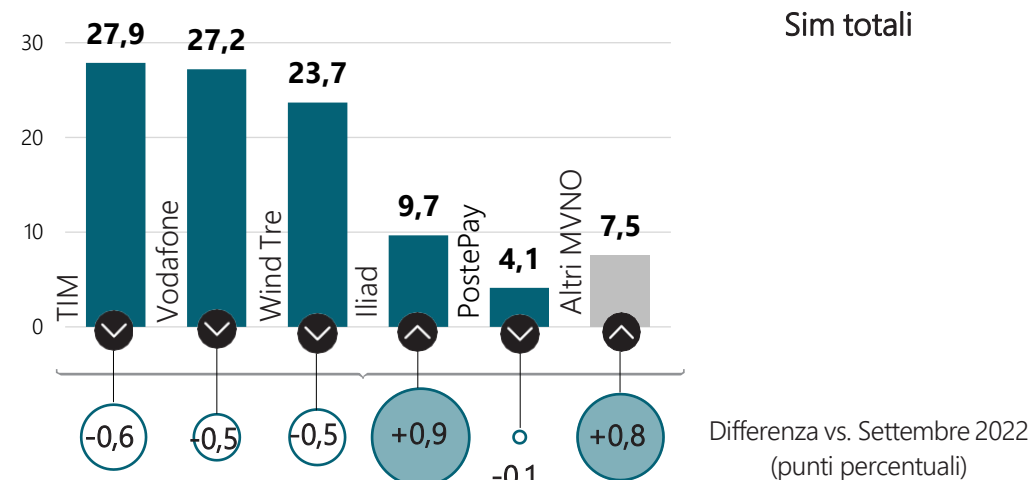
Variazione annuale (Set. 2022 – Set. 2023)

	(n° di sim in migliaia)	(%)	(n° di sim in migliaia)	(%)
Totale sim:	+387	↑ +0,4	+1.401	↑ +1,3
Sim human:	+104	↑ +0,1	+348	↑ +0,4
Sim M2M:	+283	↑ +1,0	+1.053	↑ +3,7

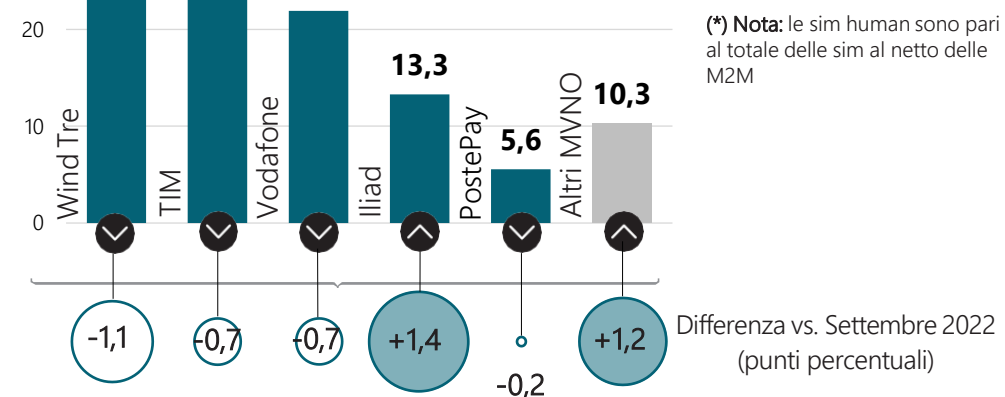
Nota: i dati degli operatori TIM e Vodafone includono le linee delle società controllate, rispettivamente Kena mobile e VEI (che offre servizi di telefonia mobile denominati ho.)

QUOTE DI MERCATO (%)

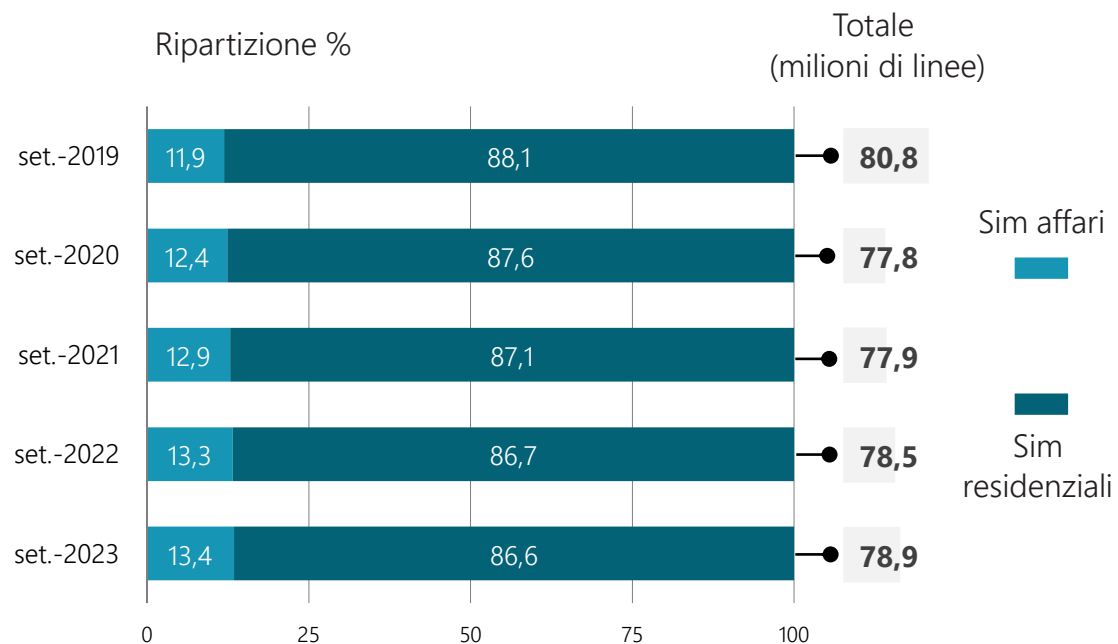
SETTEMBRE 2023



Sim human*



1.8 RETE MOBILE: SIM HUMAN PER TIPOLOGIA DI CLIENTELA



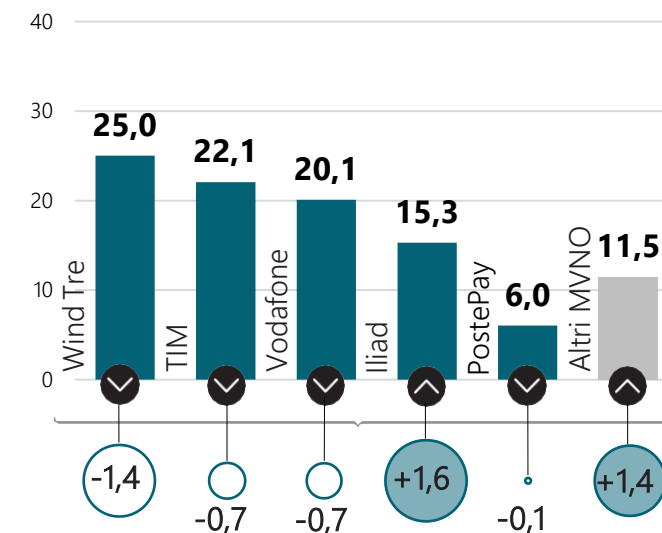
Variazione annuale
(Set. 2022 – Set. 2023)

Variazione di periodo
(Set. 2019 – Set. 2023)

	(n° di sim in migliaia)	(%)	(n° di sim in migliaia)	(%)
Totale sim human:	+348	↑ +0,4	-1.950	↓ -2,4
Sim residenziali:	+166	↑ +0,2	-2.921	↓ -4,1
Sim affari:	+182	↑ +1,7	+971	↑ +10,1

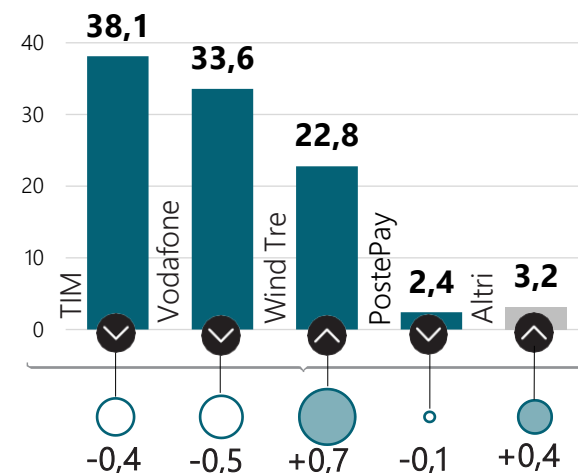
QUOTE DI MERCATO (%)

SETTEMBRE 2023



Sim residenziali

Differenza vs. Settembre 2022
(punti percentuali)

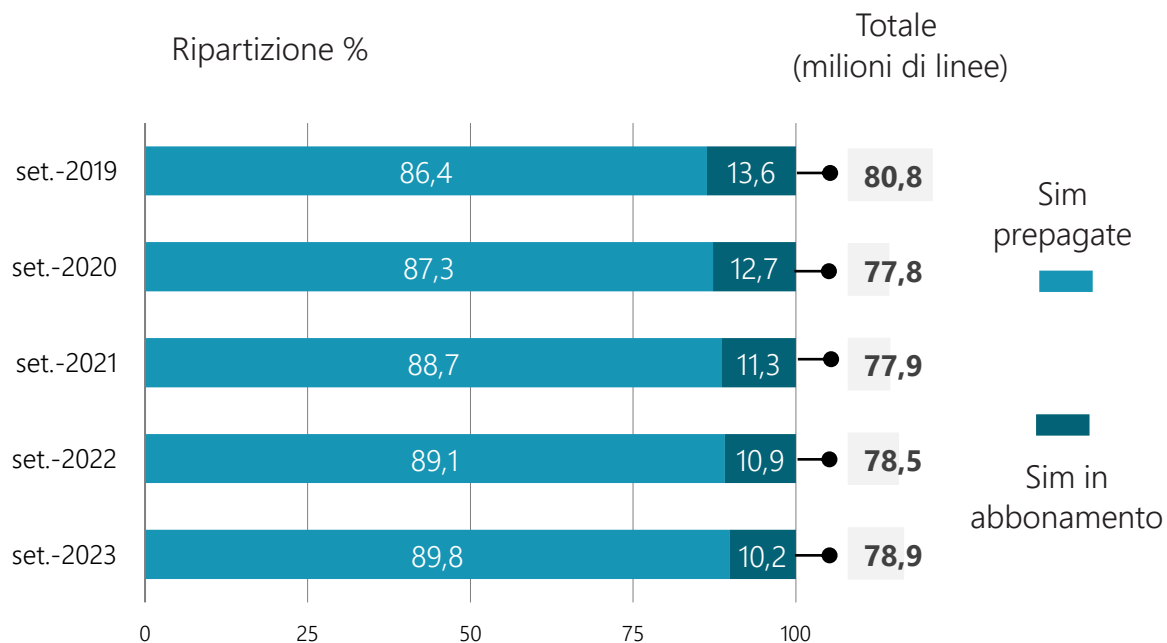


Sim affari

Differenza vs. Settembre 2022
(punti percentuali)

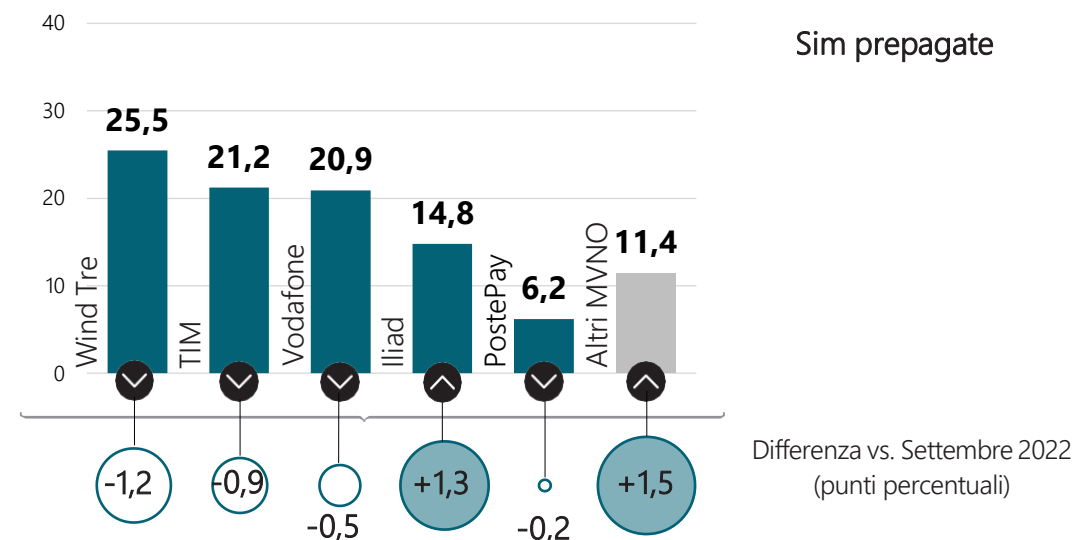
* Include altri MVNO e Iliad

1.9 RETE MOBILE: SIM HUMAN PER TIPOLOGIA DI CONTRATTO



QUOTE DI MERCATO (%)

SETTEMBRE 2023

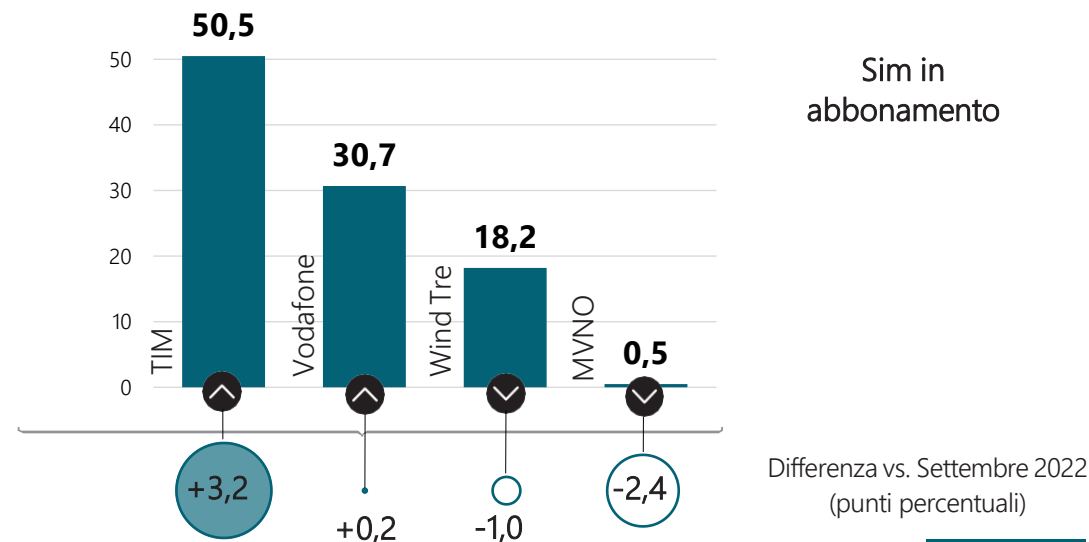


Variazione annuale
(Set. 2022 – Set. 2023)

Variazione di periodo
(Set. 2019 – Set. 2023)

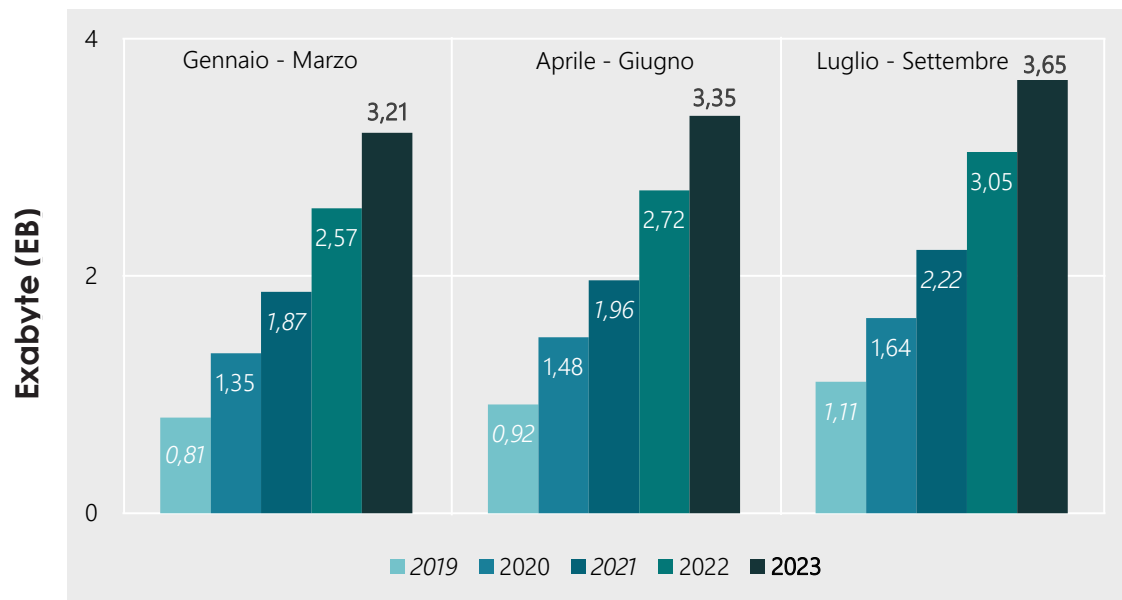
	(n° di sim in migliaia)	(%)
Totale sim human:	+348	+0,4
Sim prepagate:	+853	+1,2
Sim in abbonamento:	-505	-5,9

	(n° di sim in migliaia)	(%)
Totale sim human:	-1.950	-2,4
Sim prepagate:	+1.045	+1,5
Sim in abbonamento:	-2.994	-27,2

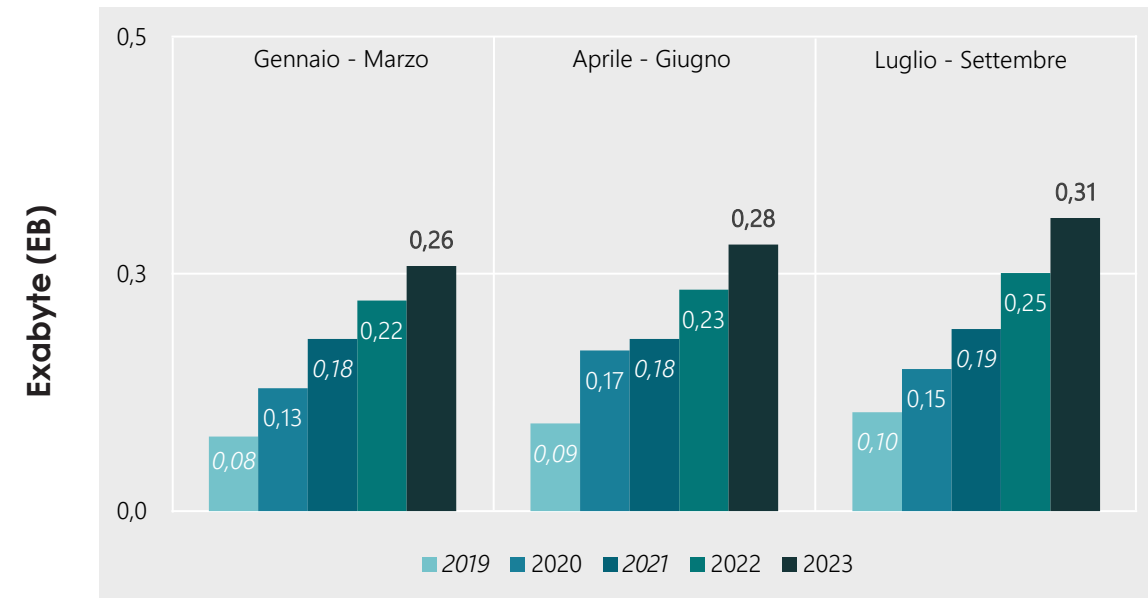


1.10 RETE MOBILE: TRAFFICO DATI IN DOWNLOAD E UPLOAD

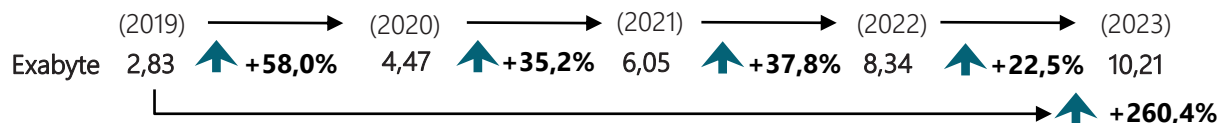
DOWNLOAD (valori cumulati)



UPLOAD (valori cumulati)



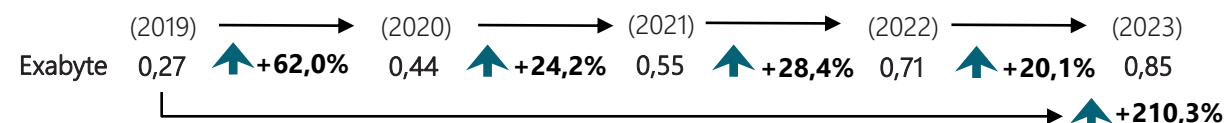
1 Valori cumulati da inizio anno (Gen. - Set.)



2 Confronto valori trimestrali (variazioni %)

	Annuale				Di periodo 2019/2022
	2019/2020	2020/2021	2021/2022	2022/2023	
1° trimestre (Gen. - Mar.)	+67,0	+38,4	+37,7	+24,8	+297,2
2° trimestre (Apr. - Giu.)	+61,5	+32,5	+38,6	+23,1	+265,0
3° trimestre (Lug. - Set.)	+48,5	+35,0	+37,2	+19,9	+229,7

1 Valori cumulati da inizio anno (Gen. - Set.)



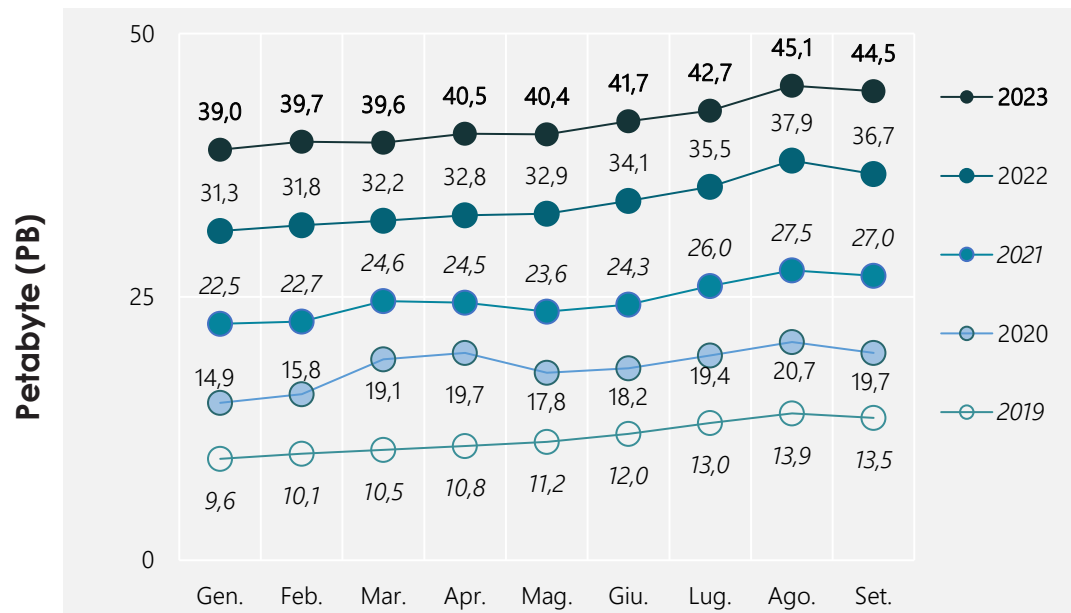
2 Confronto valori trimestrali (variazioni %)

	Annuale				Di periodo 2019/2022
	2019/2020	2020/2021	2021/2022	2022/2023	
1° trimestre (Gen. - Mar.)	+64,5	+39,9	+21,1	+16,4	+232,3
2° trimestre (Apr. - Giu.)	+83,1	+7,1	+30,4	+20,4	+208,0
3° trimestre (Lug. - Set.)	+41,6	+30,0	+30,6	+23,1	+195,9

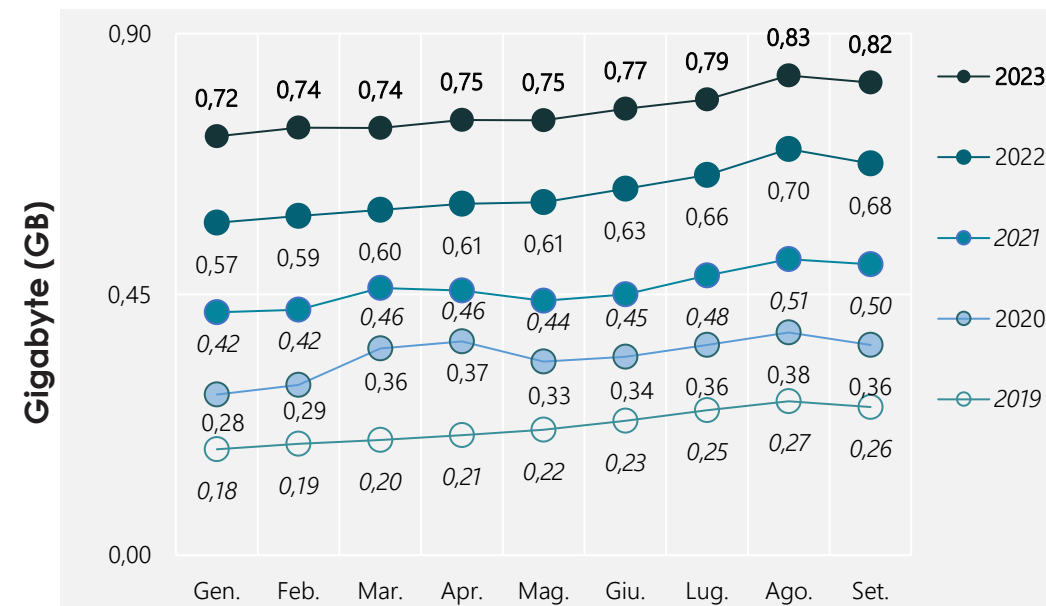
1.11 RETE MOBILE: TRAFFICO DATI MEDIO GIORNALIERO (download + upload) (1/2)



COMPLESSIVO

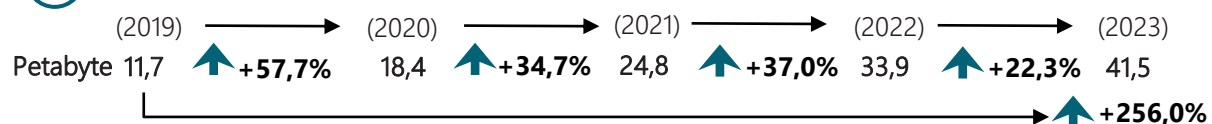


PER SIM CARD «Voce+dati»



1

Confronto media mensile da inizio anno (Gen. – Set.)



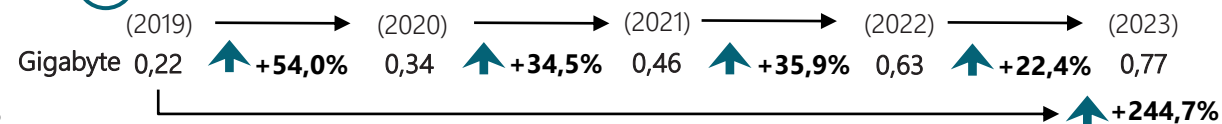
2

Confronto valori trimestrali (variazioni %)

	Annuale				Di periodo 2019/2022
	2019/2020	2020/2021	2021/2022	2022/2023	
1° trimestre (Gen. - Mar.)	+46,2	+35,2	+4,0	+12,2	+130,6
2° trimestre (Apr. - Giu.)	+55,8	+11,7	+6,3	+14,4	+111,6
3° trimestre (Lug. - Set.)	+34,2	+19,5	+16,0	+12,0	+108,3

1

Confronto media mensile da inizio anno (Gen. – Set.)



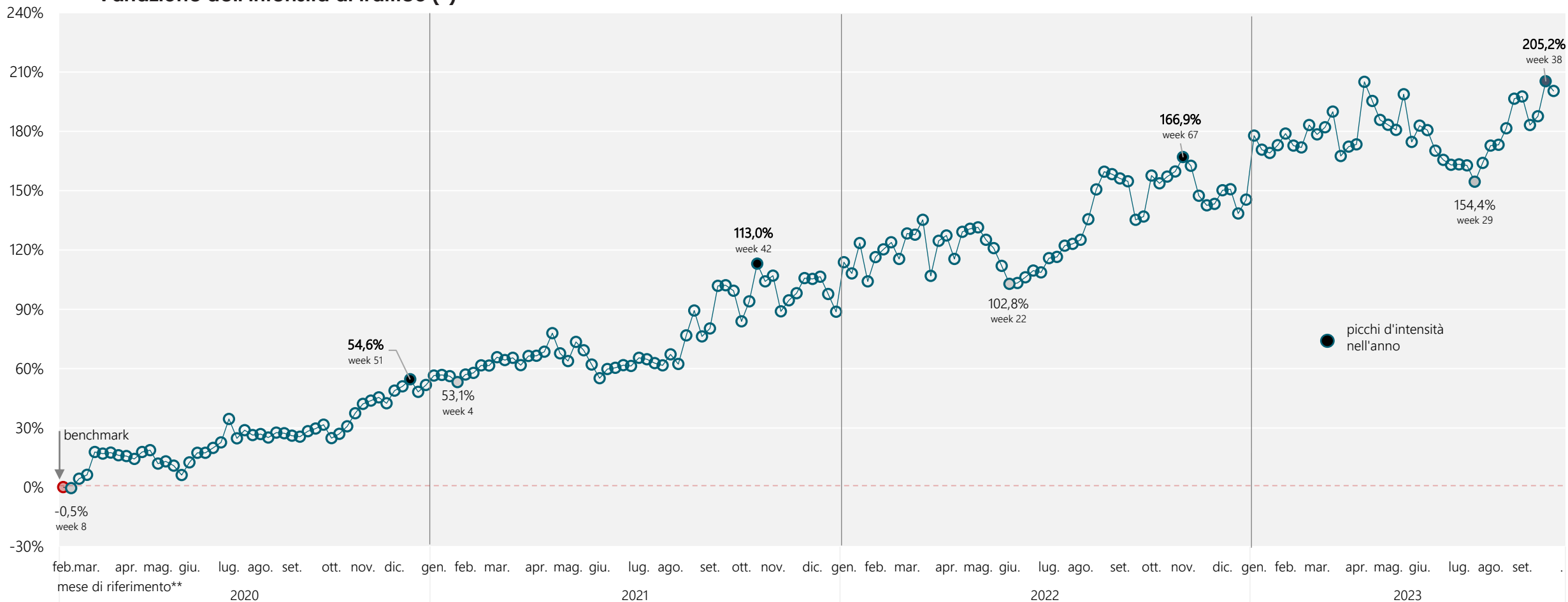
2

Confronto valori trimestrali (variazioni %)

	Annuale				Di periodo 2019/2022
	2019/2020	2020/2021	2021/2022	2022/2023	
1° trimestre (Gen. - Mar.)	+43,0	+36,8	+3,2	+13,8	+129,7
2° trimestre (Apr. - Giu.)	+72,7	-1,2	+8,3	+16,8	+115,9
3° trimestre (Lug. - Set.)	+29,8	+24,7	+19,4	+20,8	+133,5

1.12 RETE MOBILE: TRAFFICO DATI, INTENSITÀ DEI FLUSSI SETTIMANALI

Variazione dell'intensità di traffico (*)



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

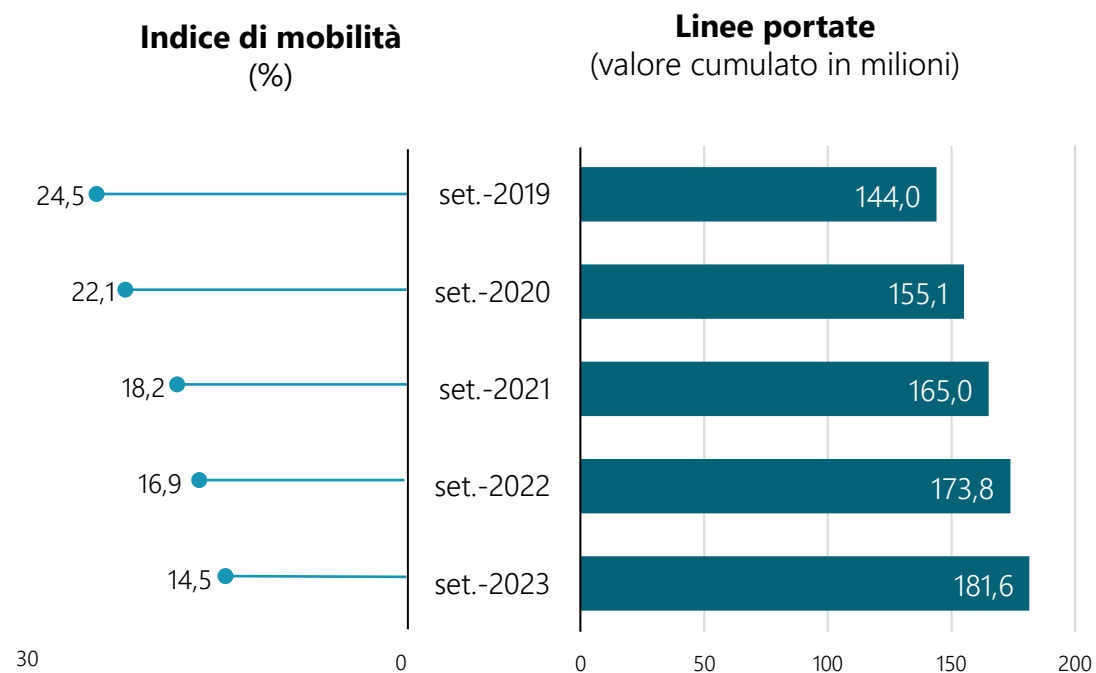
* Per ogni settimana l'indicatore dell'intensità è rappresentato dalla variazione percentuale, rispetto alla 7° settimana del 2020 (dal 10 al 16 febbraio – punto rosso nel grafico), della media ponderata dei dati di traffico calcolata sui dati degli operatori utilizzando come pesi le quote di mercato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

Ad esempio, il dato relativo alla settimana 51 dell'anno 2020 indica un incremento del 54,6% dell'intensità del traffico rispetto alla settimana di benchmark, la numero 7 del 2020.

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

1.13 RETE MOBILE: PORTABILITÀ DEL NUMERO

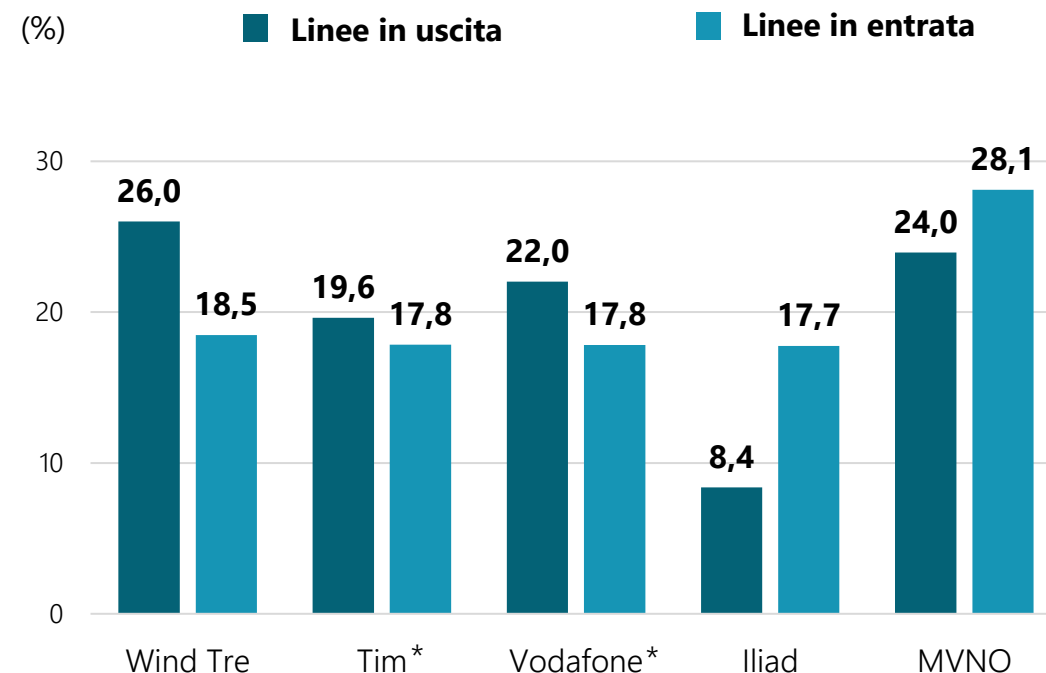
In un anno (Set. 22 – Set. 23), **7,7** mln di operazioni di Mobile Number Portability (MNP)



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)

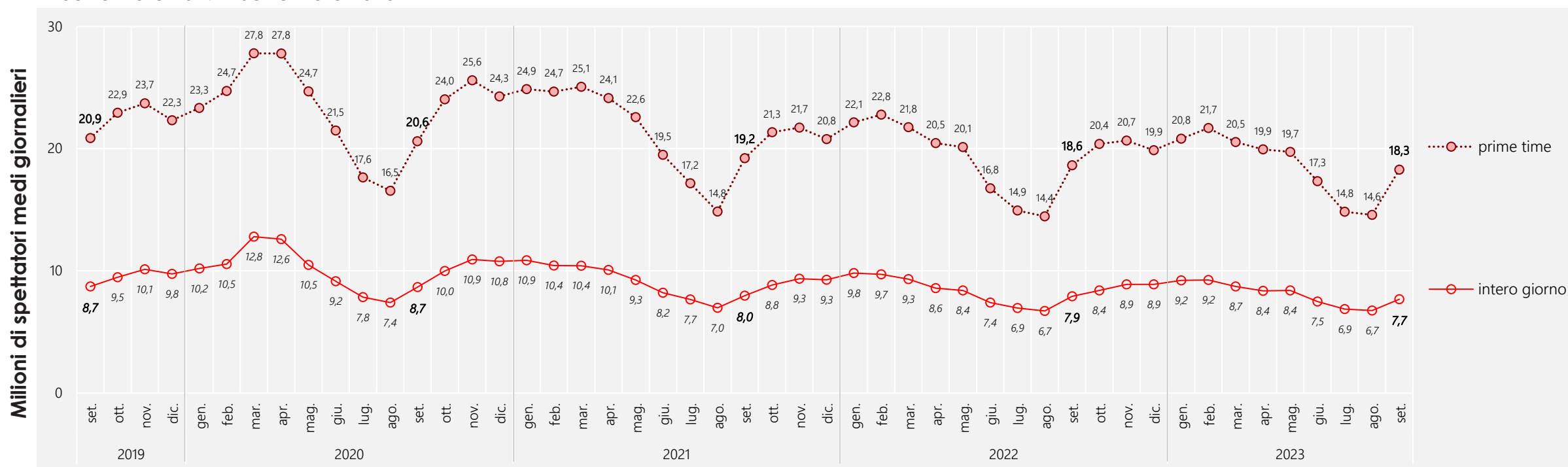
SETTEMBRE 2023



(*) **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

Settembre 2019 – Settembre 2023



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

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

(2019) → (2020) → (2021) → (2022) → (2023)

20,94 ↑ +8,5% 22,73 ↓ -6,1% 21,34 ↓ -10,4% 19,12 ↓ -2,5% 18,64

↓ -11,0%

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

9,01 ↑ +10,5% 9,96 ↓ -8,7% 9,09 ↓ -8,6% 8,31 ↓ -2,8% 8,07

↓ -10,4%

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

GIORNO MEDIO - PRIME TIME

Gruppi televisivi	Spettatori medi giornalieri periodo Gen. – Set. (in milioni)					Var. %	
	2019	2020	2021	2022	2023	'19-'23	'22-'23
RAI	8,30	8,92	8,85	7,53	7,13	-14,1	-5,4
Mediaset	7,20	8,24	7,46	7,19	7,00	-2,8	-2,5
Comcast / Sky	1,78	1,68	1,56	1,36	1,42	-20,5	+4,0
Warner Bros. Discovery	1,38	1,53	1,43	1,29	1,36	-1,6	+5,7
Cairo Comm. / La 7	1,21	1,28	1,14	1,04	0,95	-21,2	-8,5
Altri	1,07	1,09	0,90	0,71	0,78	-27,3	+9,2

Gruppi televisivi	Share in %					Var. punti percentuali	
	2019	2020	2021	2022	2023	'19-'23	'22-'23
RAI	39,6	39,2	41,5	39,4	38,2	-1,4	-1,2
Mediaset	34,4	36,2	35,0	37,6	37,6	+3,2	0,0
Comcast / Sky	8,5	7,4	7,3	7,1	7,6	-0,9	+0,5
Warner Bros. Discovery	6,6	6,7	6,7	6,7	7,3	+0,7	+0,6
Cairo Comm. / La 7	5,8	5,6	5,3	5,4	5,1	-0,7	-0,3
Altri	5,1	4,8	4,2	3,7	4,2	-0,9	+0,4

GIORNO MEDIO – INTERO GIORNO

Gruppi televisivi	Spettatori medi giornalieri periodo Gen. – Set. (in milioni)					Var. %	
	2019	2020	2021	2022	2023	'19-'23	'22-'23
Mediaset	3,04	3,47	3,15	3,07	3,03	-0,4	-1,5
RAI	3,48	3,83	3,66	3,16	3,01	-13,7	-4,9
Warner Bros. Discovery	0,72	0,86	0,75	0,67	0,68	-4,7	1,4
Comcast / Sky	0,71	0,72	0,63	0,61	0,61	-14,7	-0,9
Cairo Comm. / La 7	0,41	0,42	0,37	0,37	0,31	-25,9	-16,2
Altri	0,65	0,66	0,53	0,42	0,44	-31,4	4,6

Gruppi televisivi	Share in %					Var. punti percentuali	
	2019	2020	2021	2022	2023	'19-'23	'22-'23
Mediaset	33,7	34,8	34,7	37,0	37,5	+3,8	+0,5
RAI	38,7	38,5	40,2	38,0	37,2	-1,4	-0,8
Warner Bros. Discovery	7,9	8,6	8,3	8,1	8,4	+0,5	+0,3
Comcast / Sky	7,9	7,2	6,9	7,4	7,5	-0,4	+0,1
Cairo Comm. / La 7	4,6	4,3	4,1	4,4	3,8	-0,8	-0,6
Altri	7,2	6,6	5,8	5,1	5,5	-1,7	+0,4

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

GIORNO MEDIO - PRIME TIME

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

Gruppi televisivi	Canali TV						Var. %	
		2019	2020	2021	2022	2023	'19-'23	'22-'23
RAI	Rai 1	4,18	4,68	4,59	4,07	3,78	-9,5	-6,9
	Rai 2	1,40	1,47	1,30	1,06	0,99	-29,1	-6,1
	Rai 3	1,29	1,23	1,49	1,24	1,22	-5,0	-1,1
Mediaset	Canale 5	3,34	3,63	3,25	3,05	2,99	-10,5	-2,0
	Italia 1	1,17	1,32	1,17	1,14	1,11	-4,5	-2,6
	Rete 4	1,03	1,19	1,09	0,95	0,82	-20,1	-13,5
Cairo Comm.	La7	1,12	1,19	1,06	0,97	0,86	-23,6	-11,4
Comcast / Sky	TV8	0,56	0,52	0,48	0,43	0,49	-12,9	+13,1
Warner Bros. Discovery	Nove	0,36	0,38	0,41	0,35	0,39	+8,0	+10,4

Share in %

Gruppi televisivi	Canali TV						Var. punti percentuali	
		2019	2020	2021	2022	2023	'19-'23	'22-'23
RAI	Rai 1	20,0	20,6	21,5	21,3	20,3	+0,3	-1,0
	Rai 2	6,7	6,5	6,1	5,5	5,3	-1,4	-0,2
	Rai 3	6,1	5,4	7,0	6,5	6,6	+0,4	+0,1
Mediaset	Canale 5	16,0	16,0	15,2	16,0	16,1	+0,1	+0,1
	Italia 1	5,6	5,8	5,5	6,0	6,0	+0,4	=
	Rete 4	4,9	5,2	5,1	5,0	4,4	-0,5	-0,6
Cairo Comm.	La7	5,4	5,2	5,0	5,1	4,6	-0,8	-0,5
Comcast / Sky	TV8	2,7	2,3	2,2	2,3	2,6	-0,1	+0,4
Warner Bros. Discovery	Nove	1,7	1,7	1,9	1,8	2,1	+0,4	+0,2

GIORNO MEDIO – INTERO GIORNO

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

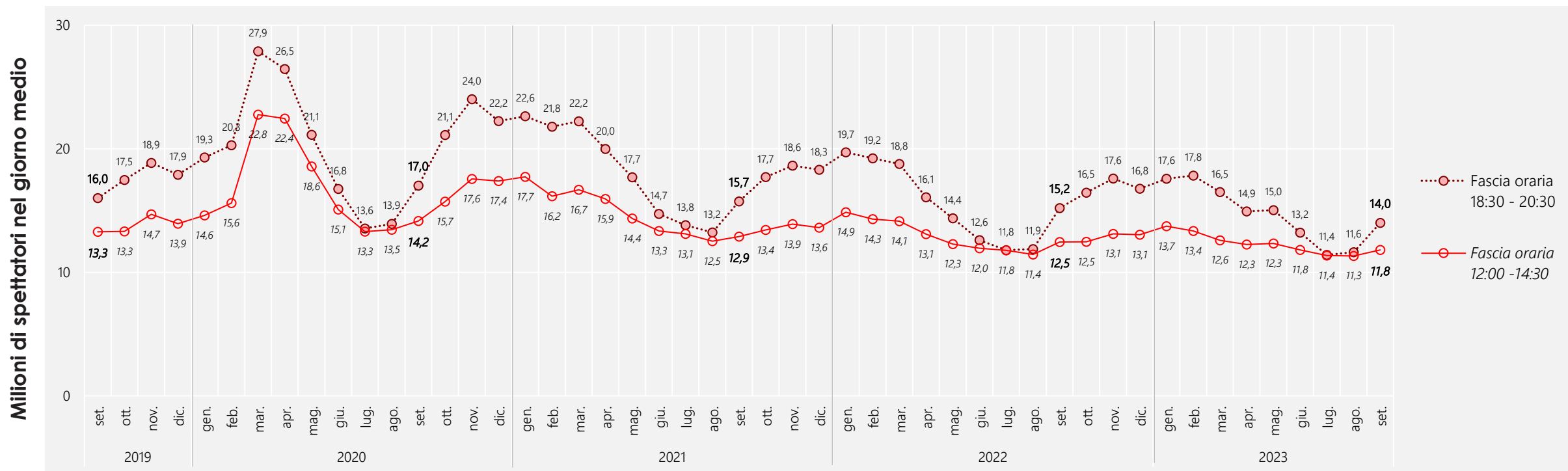
Gruppi televisivi	Canali TV						Var. %	
		2019	2020	2021	2022	2023	'19-'23	'22-'23
RAI	Rai 1	1,59	1,79	1,71	1,57	1,48	-6,6	-5,2
	Rai 2	0,55	0,54	0,54	0,43	0,43	-22,2	=
	Rai 3	0,65	0,73	0,71	0,59	0,55	-15,6	-7,2
Mediaset	Canale 5	1,49	1,60	1,51	1,44	1,41	-5,3	-2,0
	Italia 1	0,46	0,52	0,44	0,40	0,38	-16,7	-5,1
	Rete 4	0,38	0,42	0,38	0,35	0,32	-15,7	-10,3
Cairo Comm.	La7	0,36	0,37	0,32	0,32	0,26	-27,2	-18,4
Comcast / Sky	TV8	0,22	0,23	0,19	0,18	0,20	-10,5	+6,7
Warner Bros. Discovery	Nove	0,15	0,18	0,18	0,16	0,15	-4,7	-5,6

Share in %

Gruppi televisivi	Canali TV						Var. punti percentuali	
		2019	2020	2021	2022	2023	'19-'23	'22-'23
RAI	Rai 1	17,6	18,0	18,8	18,8	18,4	+0,7	-0,5
	Rai 2	6,1	5,5	5,9	5,2	5,3	-0,8	+0,1
	Rai 3	7,2	7,3	7,8	7,1	6,8	-0,4	-0,3
Mediaset	Canale 5	16,6	16,1	16,6	17,4	17,5	+1,0	+0,1
	Italia 1	5,1	5,2	4,9	4,8	4,7	-0,4	-0,1
	Rete 4	4,2	4,2	4,2	4,3	3,9	-0,2	-0,3
Cairo Comm.	La7	4,0	3,7	3,6	3,9	3,3	-0,8	-0,6
Comcast / Sky	TV8	2,4	2,4	2,1	2,2	2,4	=	+0,2
Warner Bros. Discovery	Nove	1,7	1,8	1,9	1,9	1,8	+0,1	-0,1

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

Settembre 2019 – Settembre 2023



Variazione numero di spettatori (Giorno medio del periodo Gen. – Set. in milioni)	(2019)	→	(2020)	→	(2021)	→	(2022)	→	(2023)
Fascia oraria: 18:30 – 20:30	16,29	↑ +20,2%	19,59	↓ -8,2%	17,98	↓ -13,7%	15,52	↓ -5,4%	14,68
									↓ -9,9%
Fascia oraria: 12:00 – 14:30	13,65	↑ +22,1%	16,67	↓ -11,5%	14,75	↓ -12,4%	12,93	↓ -5,0%	12,28
									↓ -10,0%

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

2.5 TELEVISIONE (DVB-T E SAT): ASCOLTI DEI PRINCIPALI TG NAZIONALI NEL GIORNO MEDIO DA INIZIO ANNO

**FASCIA ORARIA:
12:00 – 14:30**

Spettatori medi giornalieri periodo Gen. – Set. (in milioni)						Variazione in migliaia		Variazione in %		
TG Nazionali	2019	2020	2021	2022	2023	'19 – '23	'22 – '23	'19 – '23	'22 – '23	
RAI	Tg 1 (ore 13:30)	3,28	4,00	3,72	3,40	3,23	-43	-166	-1,3	-4,9
	Tg 2 (ore 13:00)	2,01	2,33	2,01	1,74	1,56	-445	-177	-22,2	-10,2
	Tg 3 (ore 12:00)	0,90	1,11	0,96	0,78	0,69	-211	-86	-23,4	-11,0
	Tg 3 Regionale (ore 14:00)	2,34	3,03	2,76	2,24	2,07	-267	-170	-11,4	-7,6
Mediaset	Tg 4 (ore 12:00)	0,38	0,41	0,33	0,29	0,29	-86	+8	-22,6	+2,9
	Tg 5 (ore 13:00)	2,76	3,34	2,94	2,77	2,84	+83	+72	+3,0	+2,6
	Studio Aperto (ore 12:25)	1,36	1,76	1,45	1,17	1,10	-266	-73	-19,5	-6,2
La 7	Tg La 7 (ore 13:30)	0,62	0,68	0,58	0,54	0,49	-131	-52	-21,0	-5,0

**FASCIA ORARIA:
18:30 – 20:30**

Spettatori medi giornalieri periodo Gen. – Setr (in milioni)						Variazione in migliaia		Variazione in %		
TG Nazionali	2019	2020	2021	2022	2023	'19 – '23	'22 – '23	'19 – '23	'22 – '23	
RAI	Tg 1 (ore 20:00)	4,60	5,47	5,14	4,61	4,24	-357	-371	-7,8	-8,0
	Tg 2 (ore 20:30)	1,59	1,83	1,63	1,25	1,11	-486	-142	-30,5	-11,4
	Tg 3 (ore 19:00)	1,68	2,16	2,05	1,70	1,64	-46	-60	-2,8	-3,5
	Tg 3 Regionale (ore 19:30)	2,21	2,99	2,75	2,19	2,15	-58	-44	-2,6	-2,0
Mediaset	Tg 4 (ore 19:00)	0,55	0,65	0,61	0,59	0,54	-9	-43	-1,5	-7,3
	Tg 5 (ore 20:00)	3,78	4,42	3,97	3,64	3,54	-243	-98	-6,4	-2,7
	Studio Aperto (ore 18:30)	0,70	0,88	0,71	0,54	0,50	-201	-34	-28,6	-6,4
La 7	Tg La 7 (ore 20:00)	1,17	1,18	1,11	1,00	0,96	-212	-46	-18,1	-4,6

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

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

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

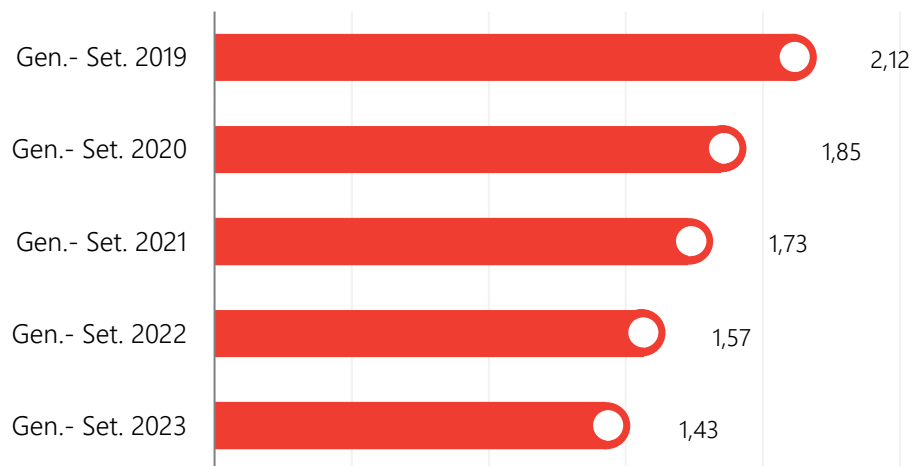
	Anno	Intero giorno	07:00 09:00	12:00 15:00	18:00 20:30
Totale canali «all news»	2019	140	241	195	162
	2020	193	292	275	305
	2021	160	288	223	227
	2022	139	244	200	192
	2023	118	224	173	155
Variazioni %	2023/2022	-15,3	-8,5	-13,8	-19,3
	2023/2019	-15,6	-7,3	-11,3	-4,3
	2023/2020	-39,0	-23,3	-37,2	-49,3

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

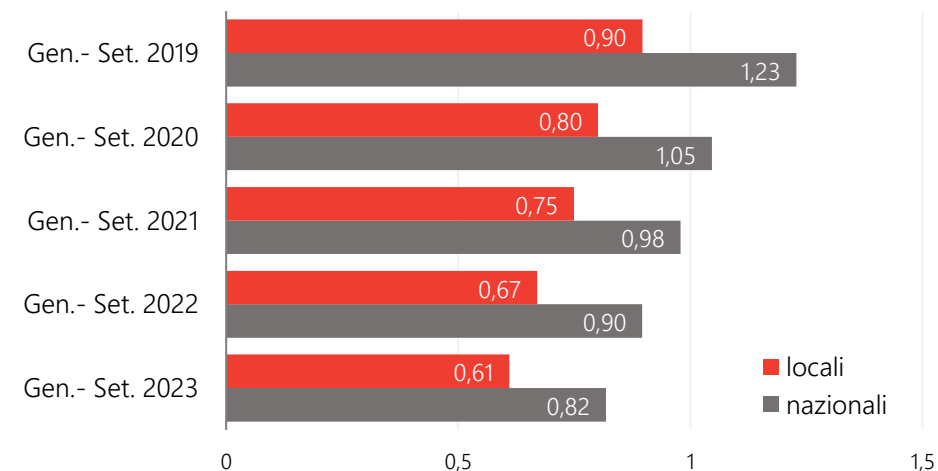
	Anno	Intero giorno	07:00 09:00	12:00 15:00	18:00 20:30
Rai News 24	2019	65	127	71	60
	2020	90	161	109	123
	2021	73	149	91	79
	2022	61	116	74	67
	2023	50	97	60	48
Variazioni %	2023/2022	-17,3	-16,3	-18,2	-28,3
	2023/2019	-22,4	-23,6	-15,4	-20,8
	2023/2020	-44,4	-39,3	-44,7	-61,1
Sky Tg24	2019	37	51	60	55
	2020	52	57	84	105
	2021	38	52	61	71
	2022	34	52	57	52
	2023	28	50	44	42
Variazioni %	2023/2022	-19,5	-4,4	-21,8	-19,6
	2023/2019	-25,2	-2,3	-26,1	-23,4
	2023/2020	-46,5	-12,8	-47,5	-60,1
TgCom 24	2019	38	63	64	46
	2020	51	74	82	77
	2021	49	87	72	77
	2022	44	76	70	73
	2023	40	77	68	65
Variazioni %	2023/2022	-9,1	0,6	-2,6	-10,7
	2023/2019	5,1	21,6	7,2	39,7
	2023/2020	-22,1	3,3	-16,8	-15,6

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

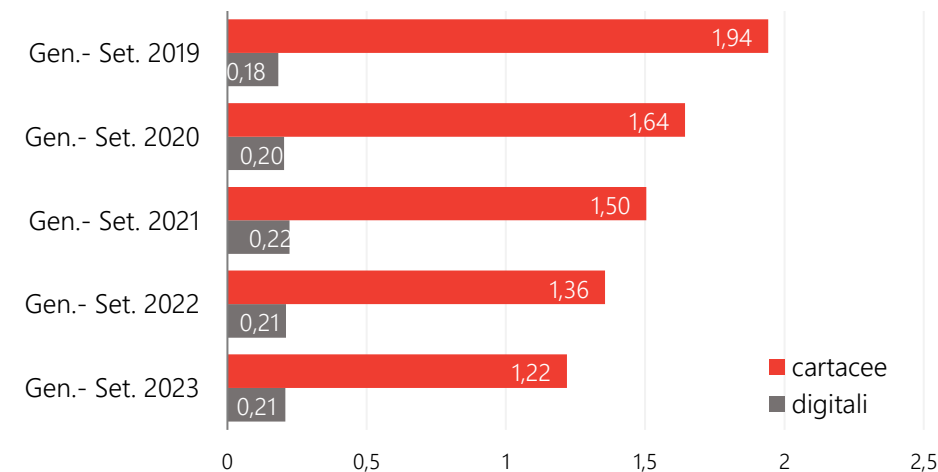
VENDITE GIORNALIERE
(milioni di copie vendute)



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



COPIE CARTACEE vs. DIGITALI



Variazione in %
Periodo Gennaio - Settembre
(2022 – 2023) | (2019 -2023)

Copie complessive:	-8,8 ↓	-32,8 ↓
Copie cartacee:	-10,0 ↓	-37,2 ↓
Copie digitali:	-1,0 ↓	+13,9 ↑
Copie quotidiani nazionali:	-8,7 ↓	-33,4 ↓
Copie quotidiani locali:	-9,0 ↓	-32,0 ↓

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

COPIE CARTACEE PER MACRO CATEGORIA

(migliaia di copie)

	Gen. – Set.	2019	2020	2021	2022	2023
Testate nazionali	Generaliste Top 5	617	533	480	428	378
	Generaliste Altre	138	134	122	111	102
	Economici	81	69	59	52	46
	Sportivi	251	159	155	153	141
Testate locali	Top 10	397	357	335	300	269
	Altre testate	457	391	353	311	284

	Variazione in %	Gen. – Set.	('19 – '23)	('22 – '23)
Testate nazionali		Generaliste Top 5	-38,8 ↓	-11,8 ↓
		Generaliste Altre	-26,3 ↓	-8,1 ↓
		Economici	-43,1 ↓	-11,2 ↓
		Sportivi	-43,9 ↓	-7,9 ↓
Testate locali		Top 10	-32,2 ↓	-10,3 ↓
		Altre testate	-37,9 ↓	-8,9 ↓

COPIE DIGITALI PER MACRO CATEGORIA

(migliaia di copie)

	Gen. – Set.	2019	2020	2021	2022	2023
Testate nazionali	Generaliste Top 5	75	82	95	88	92
	Generaliste Altre	17	25	31	30	27
	Economici	40	37	29	28	28
	Sportivi	8	7	7	6	5
Testate locali	Top 10	17	22	26	24	23
	Altre testate	25	31	36	34	34

	Variazione in %	Gen. – Set.	('19 – '23)	('22 – '23)
Testate nazionali		Generaliste Top 5	+22,4 ↑	+4,6 ↑
		Generaliste Altre	+57,2 ↑	-11,3 ↓
		Economici	-30,7 ↓	-1,8 ↓
		Sportivi	-36,8 ↓	-12,0 ↓
Testate locali		Top 10	+30,6 ↑	-7,4 ↓
		Altre testate	+35,0 ↑	+1,2 ↑

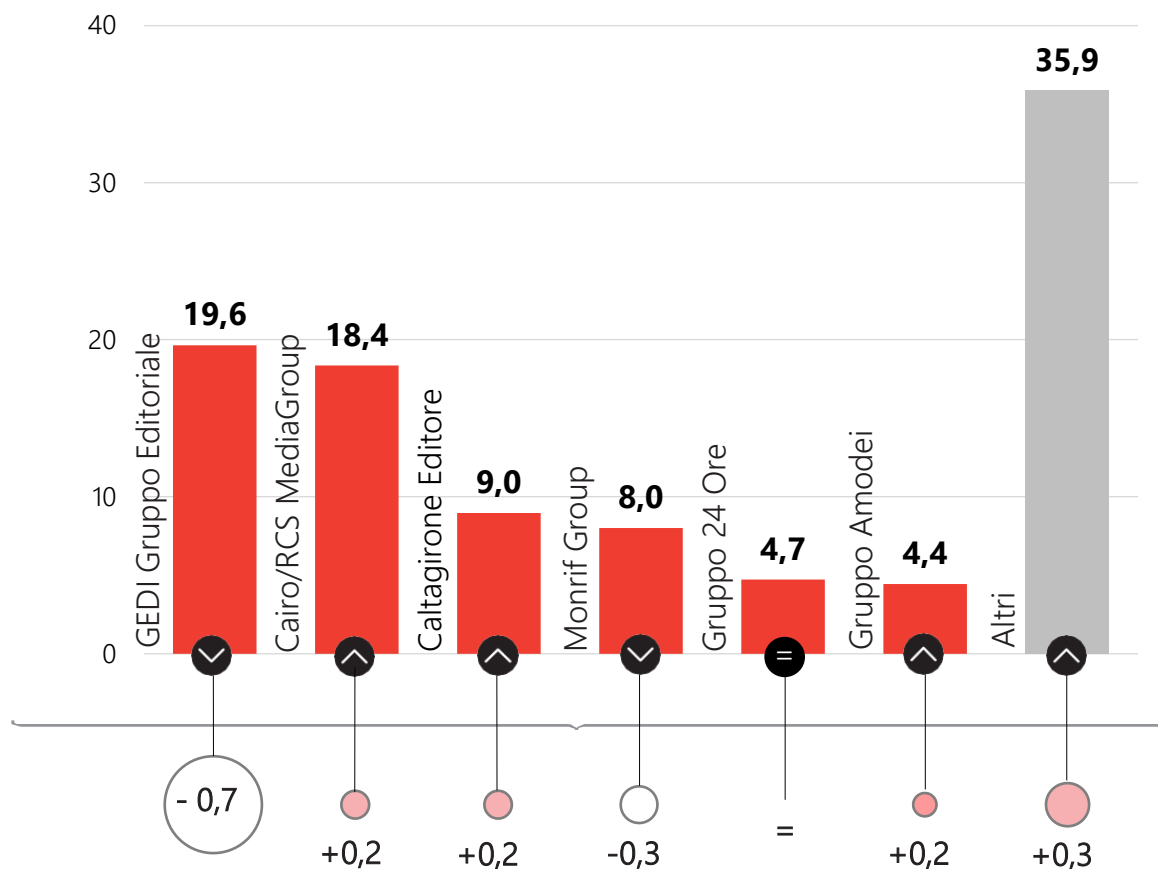
Ripartizione delle testate

- **Nazionali generaliste - Top 5:** in termini di vendite complessive nel 2023: Avvenire, Corriere della sera, Messaggero, La Repubblica, La Stampa
- **Nazionali generaliste - Altri:** Il Fatto quotidiano, Il Giornale, Libero, Il Manifesto, Il Tempo, La Verità
- **Nazionali sport:** Corriere dello Sport, Gazzetta dello sport, Tuttosport
- **Nazionali economia:** Italia Oggi, Il Sole 24 Ore
- **Locali-Top 10:** in termini di vendite complessive nel 2023: L'Arena, Dolomiten, L'Eco di Bergamo, Il Gazzettino, Il Giornale di Brescia, Il Messaggero Veneto, La Nazione, Il Resto del Carlino, Il Tirreno, L'Unione Sarda
- **Locali-altre:** rimanenti testate ADS

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

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

GENNAIO - SETTEMBRE 2023

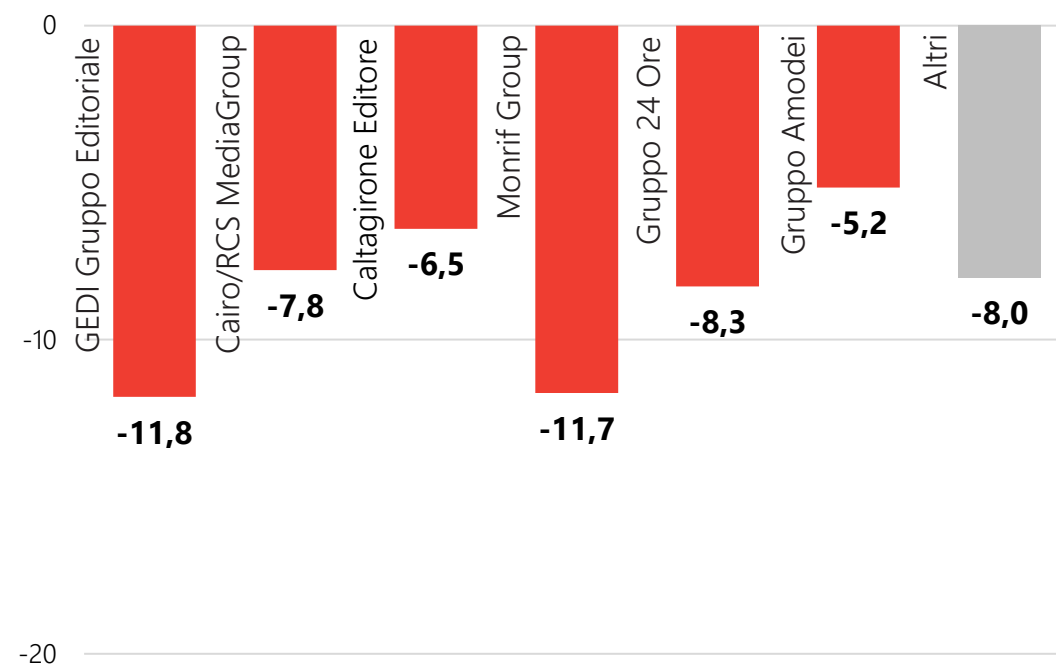


Differenza vs. Gen. - Set. 2022
(punti percentuali)

Fonte: elaborazioni Autorità su dati ADS

VARIAZIONE DELLE COPIE VENDUTE (%)

DIFFERENZA VS. GEN. - SET. 2022



2.10 EDITORIA QUOTIDIANA: DISTRIBUZIONE DELLE VENDITE PER PRINCIPALI TESTATE

DISTRIBUZIONE DELLE COPIE VENDUTE NEGLI ULTIMI 12 MESI (%)

(Rank decrescente $\geq 2\%$ sulla base del periodo Ottobre 2022 – Settembre 2023)

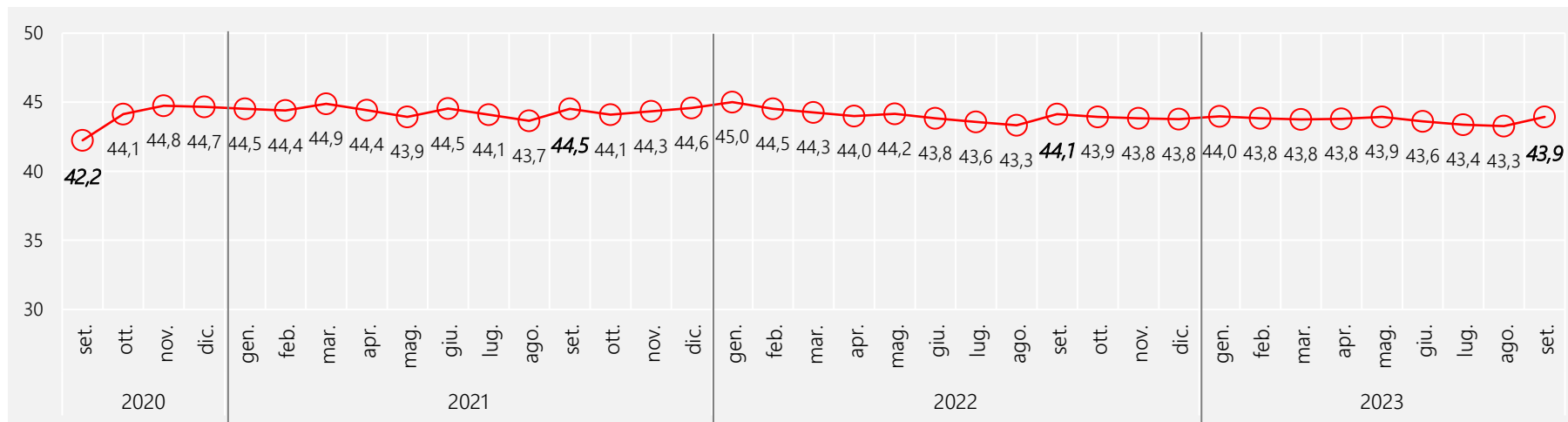
Principali testate	COPIE COMPLESSIVE							COPIE CARTACEE			COPIE DIGITALI		
	18/19	19/20	20/21	21/22	22/23	Var. p.p. 21/22 vs 22/23	Var. p.p. 18/19 vs 22/23	22/23	Var. p.p. 21/22 vs 22/23	Var. p.p. 18/19 vs 22/23	22/23	Var. p.p. 21/22 vs 22/23	Var. p.p. 18/19 vs 22/23
Corriere della sera	10,71	11,30	11,32	12,05	12,45	+0,40	+1,74	11,02	-0,14	+0,99	20,91	+3,19	+2,91
Repubblica (La)	8,33	8,73	8,69	7,86	7,25	-0,61	-1,09	6,20	-0,49	-1,42	13,43	-1,90	-2,52
Gazzetta dello sport (La) (*)	6,76	5,23	5,08	5,72	5,73	+0,02	-1,03	6,46	+0,12	-0,62	1,45	-0,27	-1,94
Stampa (La)	5,68	5,44	5,45	5,36	5,17	-0,18	-0,51	5,25	-0,17	-0,57	4,70	-0,23	+0,51
Sole 24 Ore (Il)	5,09	5,10	4,65	4,72	4,77	+0,04	-0,33	3,40	-0,07	-0,13	12,87	+0,08	-8,95
Avvenire	3,94	4,08	4,24	4,01	4,09	+0,08	+0,15	4,56	+0,11	+0,29	1,29	+0,11	+0,94
QN – Il Resto del Carlino	4,09	4,08	4,21	4,20	4,07	-0,13	-0,02	4,65	-0,05	+0,28	0,66	-0,31	-0,41
Messaggero (Il)	3,90	3,66	3,61	3,80	3,85	+0,05	-0,05	3,97	+0,04	-0,08	3,17	+0,19	+0,83
Corriere dello sport (*)	3,15	2,55	2,48	2,70	2,83	+0,13	-0,32	3,21	+0,17	-0,19	0,55	+0,04	+0,04
QN - La Nazione	2,97	2,86	2,89	2,76	2,68	-0,08	-0,29	3,06	-0,05	-0,12	0,43	-0,13	-0,28
Gazzettino (Il)	2,23	2,34	2,47	2,51	2,57	+0,06	+0,33	2,49	+0,06	+0,27	3,05	+0,03	+0,62
Fatto quotidiano (Il)	1,67	2,03	2,59	2,52	2,50	-0,02	+0,83	1,54	+0,03	+0,26	8,21	-0,80	+2,33
Giornale (Il)	2,16	2,34	2,34	2,03	1,99	-0,04	-0,16	2,22	-0,02	-0,07	0,65	-0,02	-0,04

(*) – include edizione del lunedì

Fonte: elaborazioni Autorità su dati ADS

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

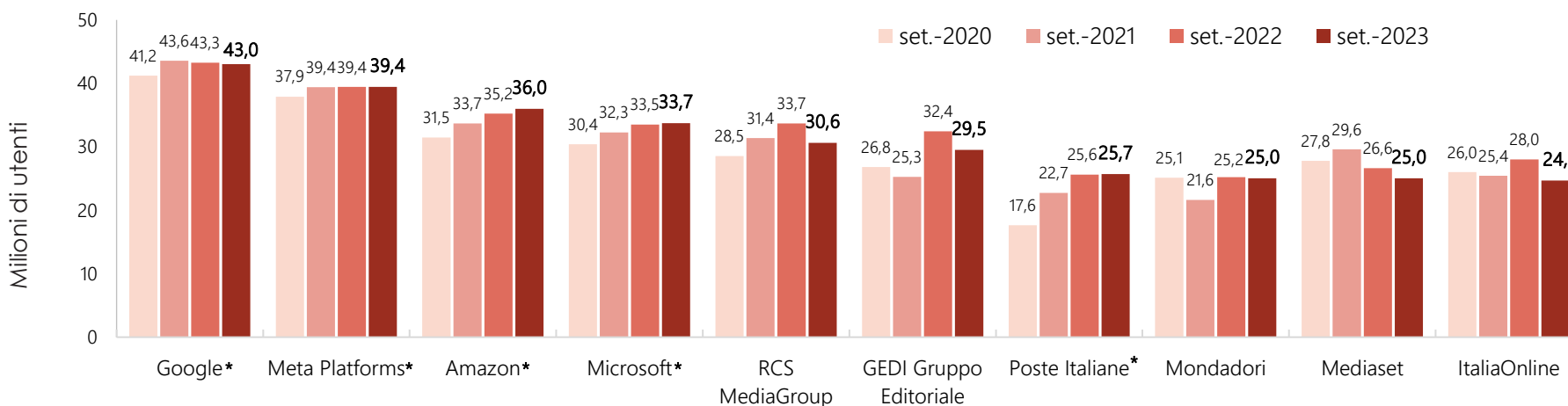
MILIONI DI UTENTI UNICI MENSILI (Settembre 2020 – Settembre 2023)



43 milioni e 934 mila utenti unici si sono collegati a internet nel mese di settembre 2023 (-204 mila utenti rispetto a settembre 2022)

Oltre **64 ore e 49 minuti** complessive trascorse, in media, da ciascun utente navigando su internet nel mese di settembre 2023

UTENTI UNICI MENSILI DEI PRINCIPALI OPERATORI (Parent)



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

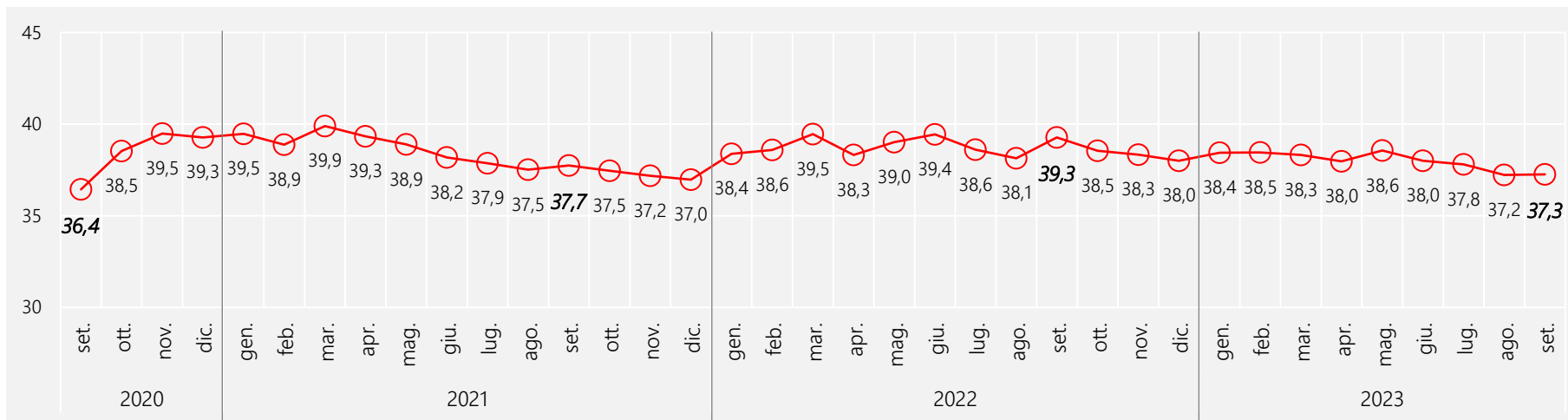
* Il **Parent** è definito come un gruppo di domini e di URL che sono di proprietà di una specifica società, delle sue sussidiarie o unità operative. Inoltre, un Parent può essere anche rappresentato da un'organizzazione, ente governativo, gruppo privato, società o altra istituzione, che ha partecipazioni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

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

Fonte: elaborazioni Autorità su dati Audicom – sistema Audiweb

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

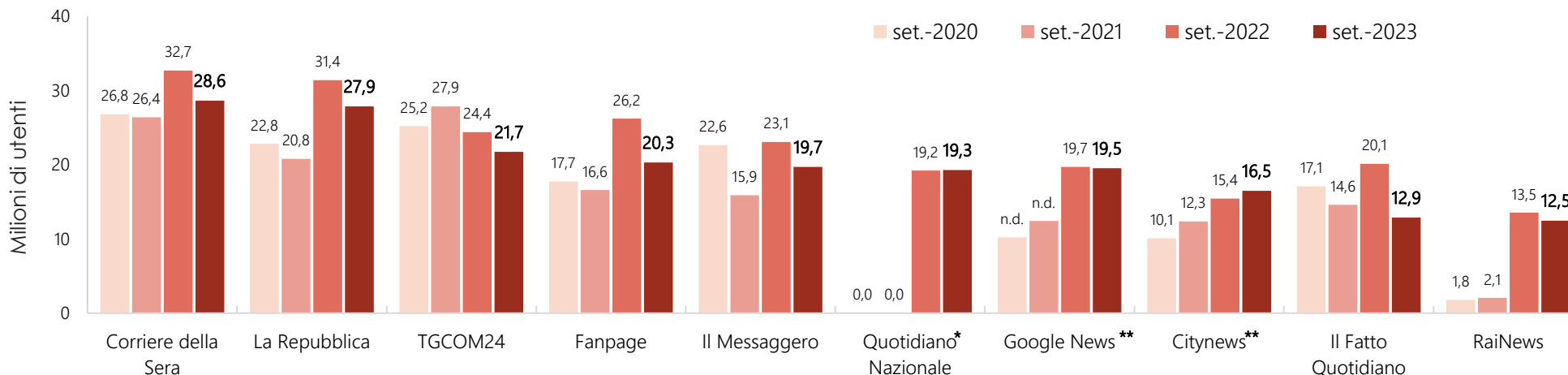
MILIONI DI UTENTI UNICI MENSILI (Settembre 2020 – Settembre 2023)



37 milioni e 258 mila di utenti unici si sono collegati a siti/APP di informazione generalista nel mese di settembre 2023 (oltre **2 milioni** di utenti in meno rispetto a settembre 2022)

Poco più di **1 ora e 5 minuti** trascorsi, in media, da ciascun utente navigando su siti/APP di informazione generalista nel mese di settembre 2023

UTENTI UNICI MENSILI DEI PRINCIPALI SITI



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

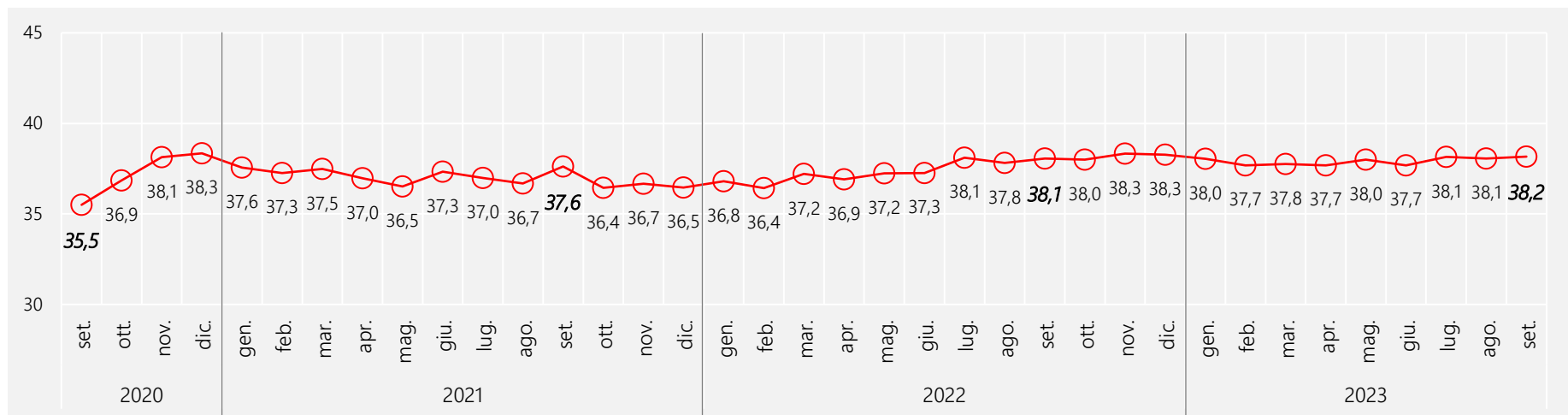
* Nota: a partire da aprile 2022 il gruppo Monrif è entrato nel sistema di rilevazione Audiweb. Ciò ha comportato una modifica del perimetro di classificazione e della modalità di rilevazione che – oltre ad *Audiweb Panel* – utilizza ora anche la componente censuaria, *Audiweb Census*. Per questa ragione i valori relativi ai mesi di settembre 2022 e settembre 2023 non sono direttamente confrontabili con quelli degli anni precedenti.

** Google News e Citynews sono rilevati solo attraverso *Audiweb Panel*.

Fonte: elaborazioni Autorità su dati Audicom – sistema Audiweb (Valori riferiti alla sub-categoria: «Current Event & Global News»)

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

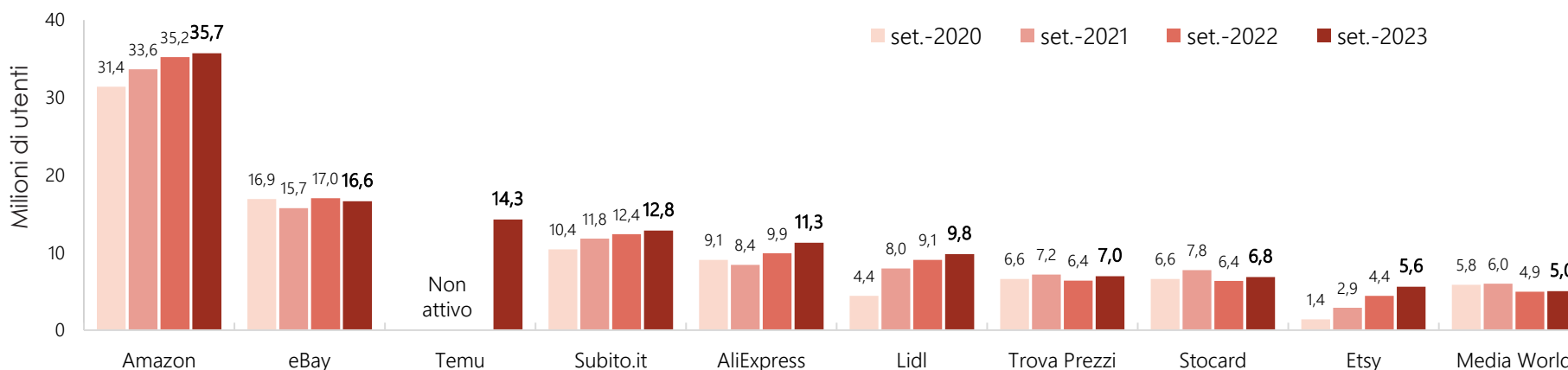
MILIONI DI UTENTI UNICI MENSILI (Settembre 2020 – Settembre 2023)



38 milioni e 172 mila utenti unici si sono collegati a siti/APP di e-commerce nel mese di settembre 2023 (+108 mila utenti rispetto a settembre 2022)

2 ore e 38 minuti, in media, trascorse da ciascun utente navigando su siti/APP di e-commerce nel mese di settembre 2023

UTENTI UNICI MENSILI DEI PRINCIPALI SITI*



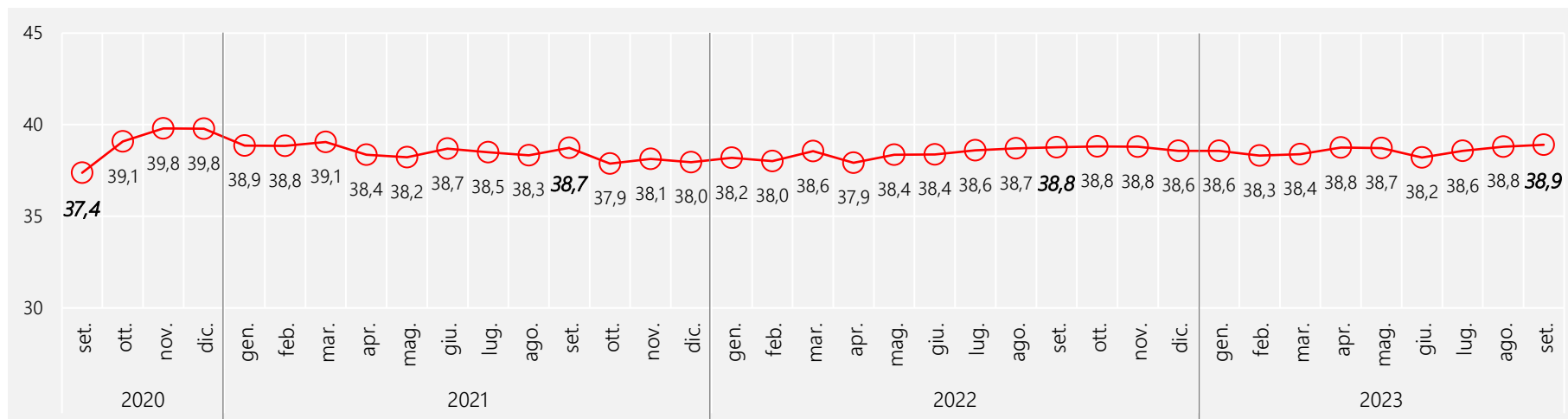
Utenti unici: numero di utenti/persone diverse che hanno visitato qualsiasi contenuto di un sito Web, una categoria, un canale o un'applicazione durante il periodo di riferimento.

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

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

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

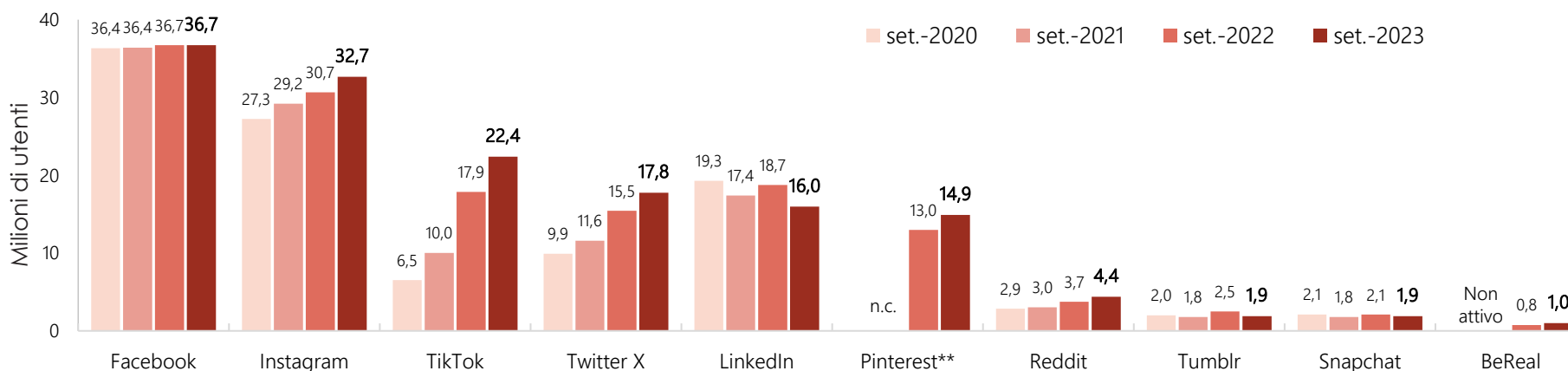
MILIONI DI UTENTI UNICI MENSILI (Settembre 2020 – Settembre 2023)



38 milioni e 909 mila utenti unici si sono collegati a siti/APP di portali e *communities* che mostrano prevalentemente contenuti dei propri membri, fra cui i social network, nel mese di settembre 2023 (+142 mila utenti rispetto a settembre 2022)

22 ore e 26 minuti, in media, trascorse da ciascun utente navigando su tali siti/nel mese di settembre 2023

UTENTI UNICI MENSILI DEI PRINCIPALI SITI*



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

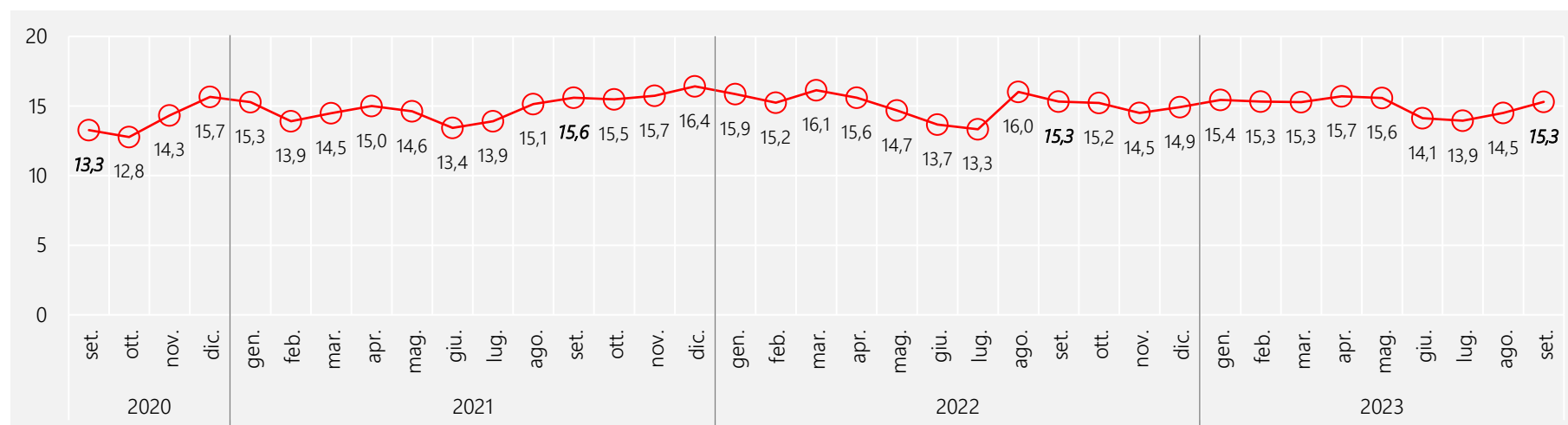
* Nota: nel grafico si riportano gli utenti unici dei primi 10 Brand che appartengono alla sub-categoria "Member Communities" ed offrono servizi di Social Networking in Italia.

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

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

2.15 PIATTAFORME: UTENTI UNICI DELLE PIATTAFORME DI VIDEO ON DEMAND A PAGAMENTO

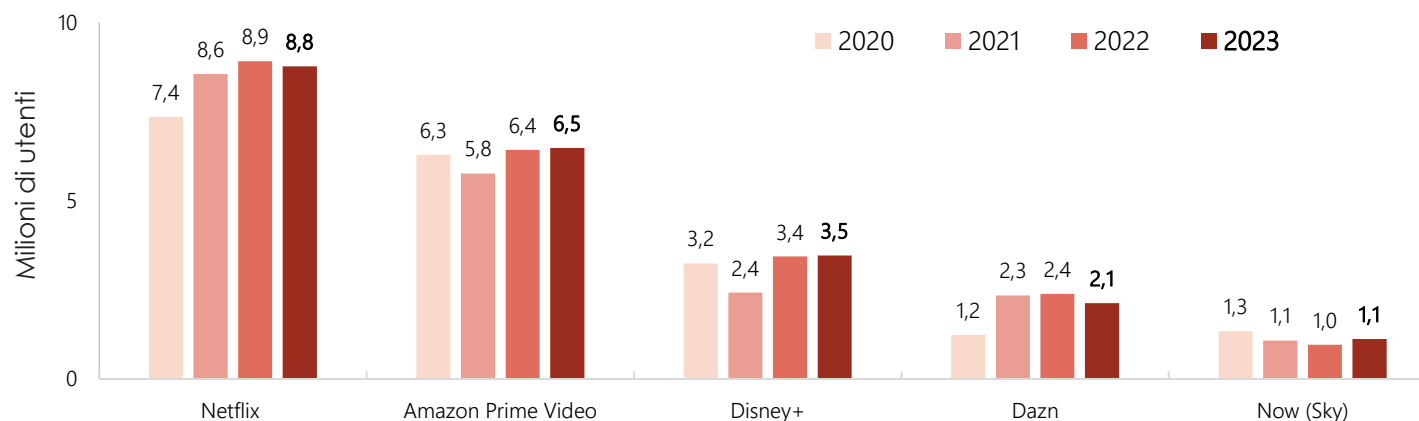
MILIONI DI UTENTI UNICI MENSILI (Settembre 2020 – Settembre 2023)



15 milioni e 299 mila utenti unici si sono collegati a siti/APP di video on demand nel mese di settembre 2023 (**23 mila** utenti in meno rispetto a settembre 2022)

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

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



* Nota: sono rappresentati gli operatori con minuti medi spesi per utente negli ultimi nove mesi superiori a 1 milione

Fonte: elaborazioni Autorità su dati Comscore

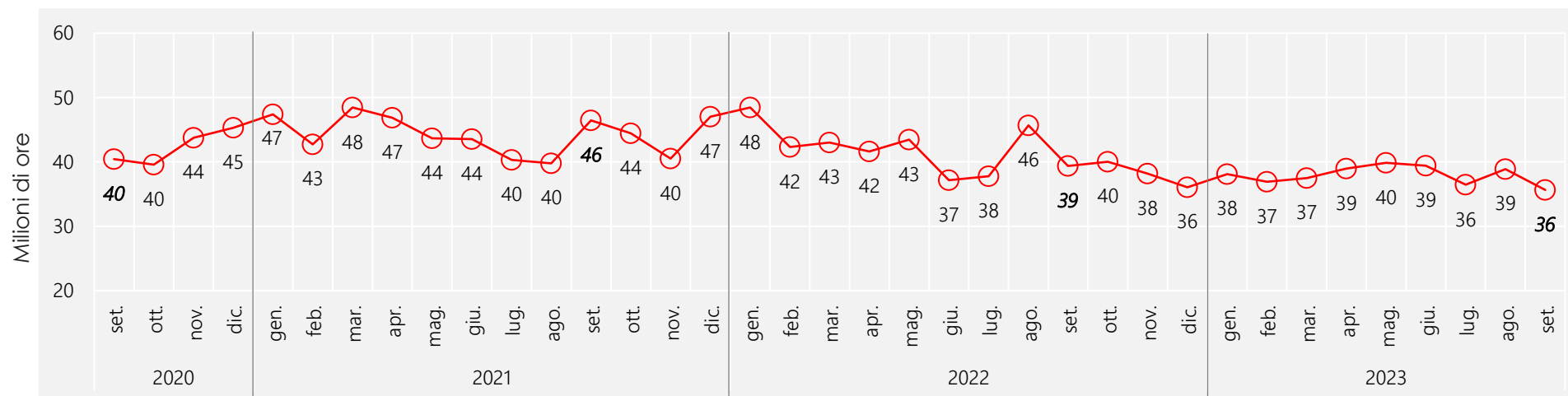
Nel grafico si riportano gli utenti unici della categoria costituita dai principali operatori che offrono in Italia servizi di video on demand a pagamento, in particolare: Alphabet/Google (Google Play Movies & TV); Amazon (Primevideo.com set. 20 - lug. 23); Amazon Streaming da ago. 23); Apple (Apple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

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

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

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

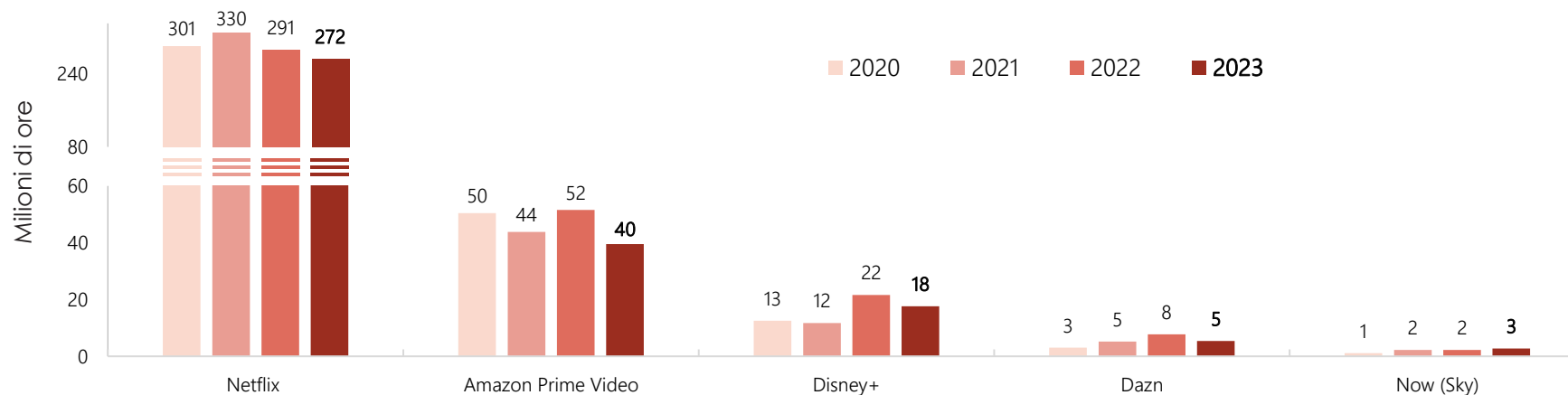
ORE COMPLESSIVE DI NAVIGAZIONE (in milioni) (Settembre 2020 – Settembre 2023)



A settembre 2023, il tempo trascorso sui siti/APP di servizi video on demand a pagamento supera le **36 milioni di ore**

Il tempo trascorso in media da ciascun visitatore nel mese di settembre 2023 è pari a **2 ore e 20 minuti**

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



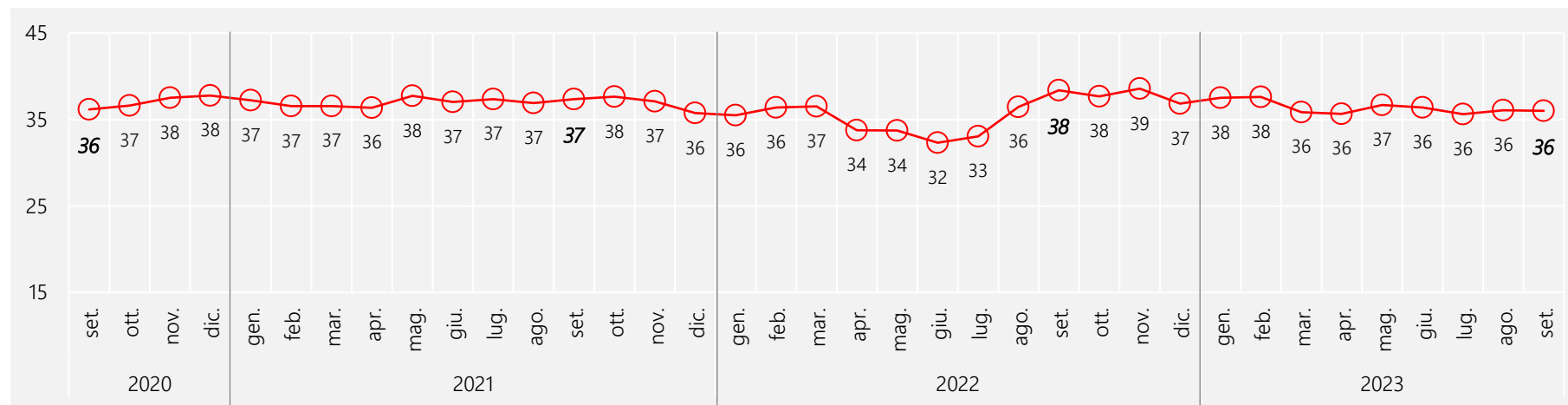
Fonte: elaborazioni Autorità su dati Comscore
 Nel grafico si riportano gli utenti unici della categoria costituita dai principali operatori che offrono in Italia servizi di video on demand a pagamento, in particolare: Alphabet/Google (Google Play Movies & TV); Amazon (Primevideo.com set. 20 - lug. 23;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

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

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

2.17 PIATTAFORME: UTENTI UNICI DELLE PIATTAFORME DI SERVIZI VIDEO ON DEMAND GRATUITI

MILIONI DI UTENTI UNICI MENSILI (Settembre 2020 – Settembre 2023)



36 milioni di utenti unici si sono collegati a siti/APP di video on demand gratuiti nel mese di settembre 2023 (circa **2,4** milioni di utenti in meno rispetto a settembre 2022)

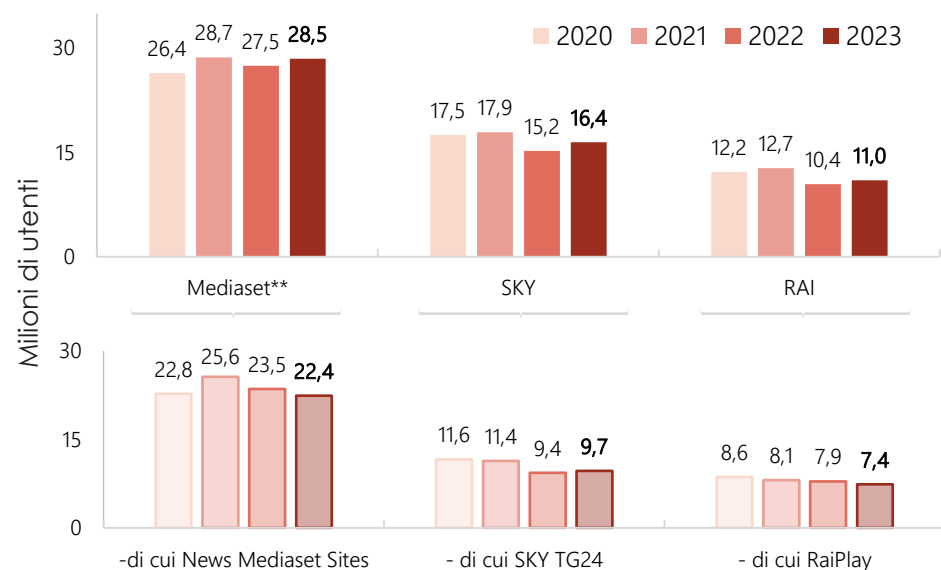
Nel grafico si riportano gli utenti unici della categoria costituita dai principali operatori che offrono in Italia servizi di video on demand prevalentemente gratuiti: MFE/Mediaset (Mediaset Infinity Sites e TGC0M 24 Sites gen. 20 - apr. 22; Mediaset.it Sites da mag. 22); Rai (RaiPlay; Rai News, Rai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

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

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

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

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



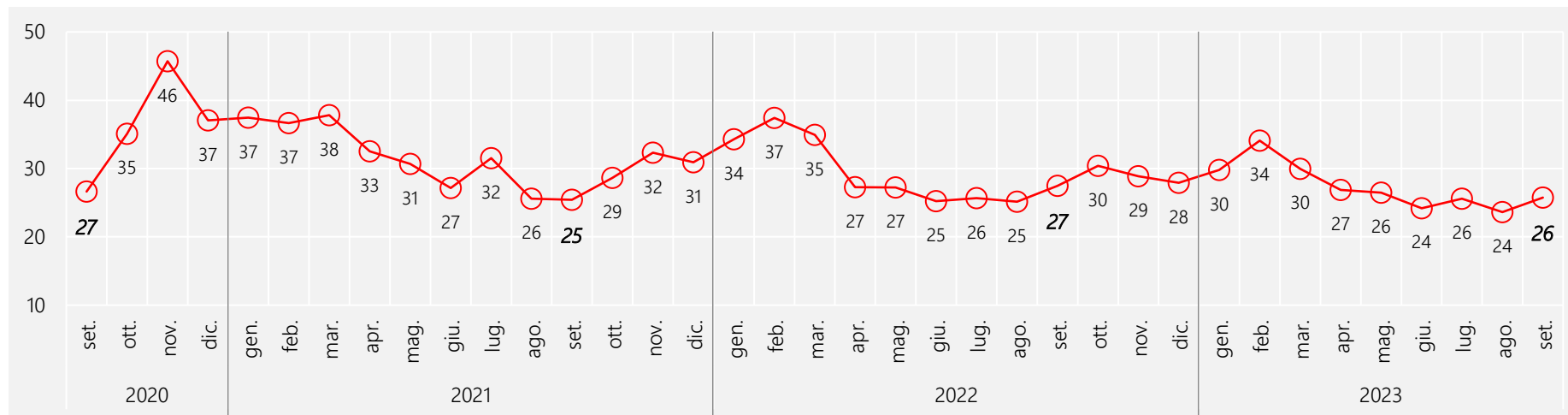
* Sono rappresentati i primi operatori per utenti unici e la loro componente - fra quelle considerate che comprendono news, sport e intrattenimento - più rilevante in termini di utenti unici.

** Gli utenti unici per Mediaset.it Sites non consentono di scorporare il traffico dei servizi VOD a pagamento incluso in Mediaset Infinity Sites. Quest'ultima componente ammonta da inizio anno in media a circa 12 milioni e 656 mila utenti unici a fronte di Mediaset.it Sites che nello stesso periodo (Gennaio - Settembre 2023) raggiunge 28 milioni e 478 mila utenti unici medi mensili.

Fonte: elaborazioni Autorità su dati ComScore

2.18 PIATTAFORME: TEMPO SPESO SULLE PIATTAFORME DI SERVIZI VIDEO ON DEMAND GRATUITI

ORE COMPLESSIVE DI NAVIGAZIONE (in milioni) (Settembre 2020 – Settembre 2023)



A settembre 2023, il tempo trascorso sui siti/APP di servizi video on demand gratuiti è stato di circa **26 milioni di ore**

Il tempo trascorso in media da ciascun visitatore nel mese di settembre 2023 è di quasi **43 minuti**

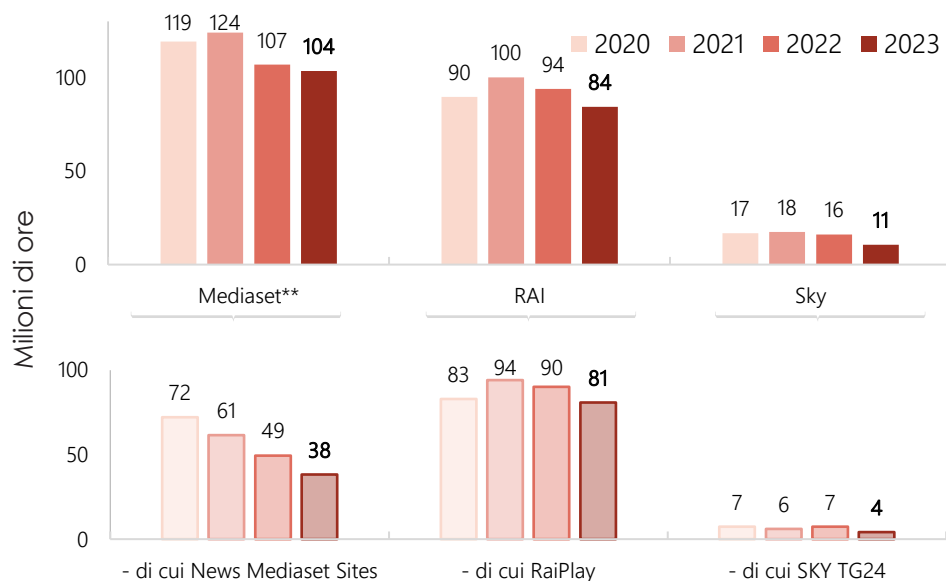
Nel grafico si riportano gli utenti unici della categoria costituita dai principali operatori che offrono in Italia servizi di video on demand prevalentemente gratuiti: MFE/Mediaset (Mediaset Infinity Sites e TGC0M 24 Sites gen.20 - apr.22; Mediaset.it Sites da mag. 22); Rai (RaiPlay; Rai News, Rai Sport);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

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

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

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

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



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

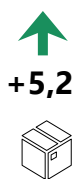
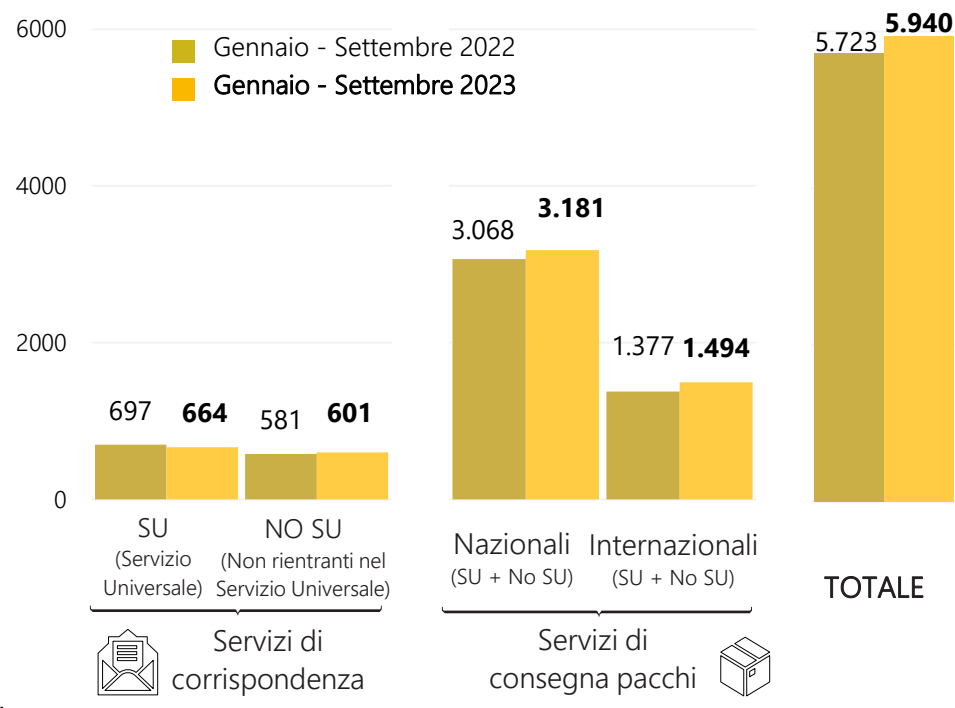
** Le ore complessive per Mediaset.it Sites non consentono di scorporare il traffico dei servizi VOD a pagamento incluso in Mediaset Infinity Sites. Tenendo conto di questa componente (che da inizio anno ammonta in media a poco meno di 51 milioni di ore), nel complesso Mediaset Sites nel periodo Gennaio – Settembre 2023 raggiunge 104 milioni di ore di navigazione.

Fonte: elaborazioni Autorità su dati ComScore

3.1 SERVIZI POSTALI: ANDAMENTO DEI RICAVI

RICAVI CUMULATI DA INIZIO ANNO

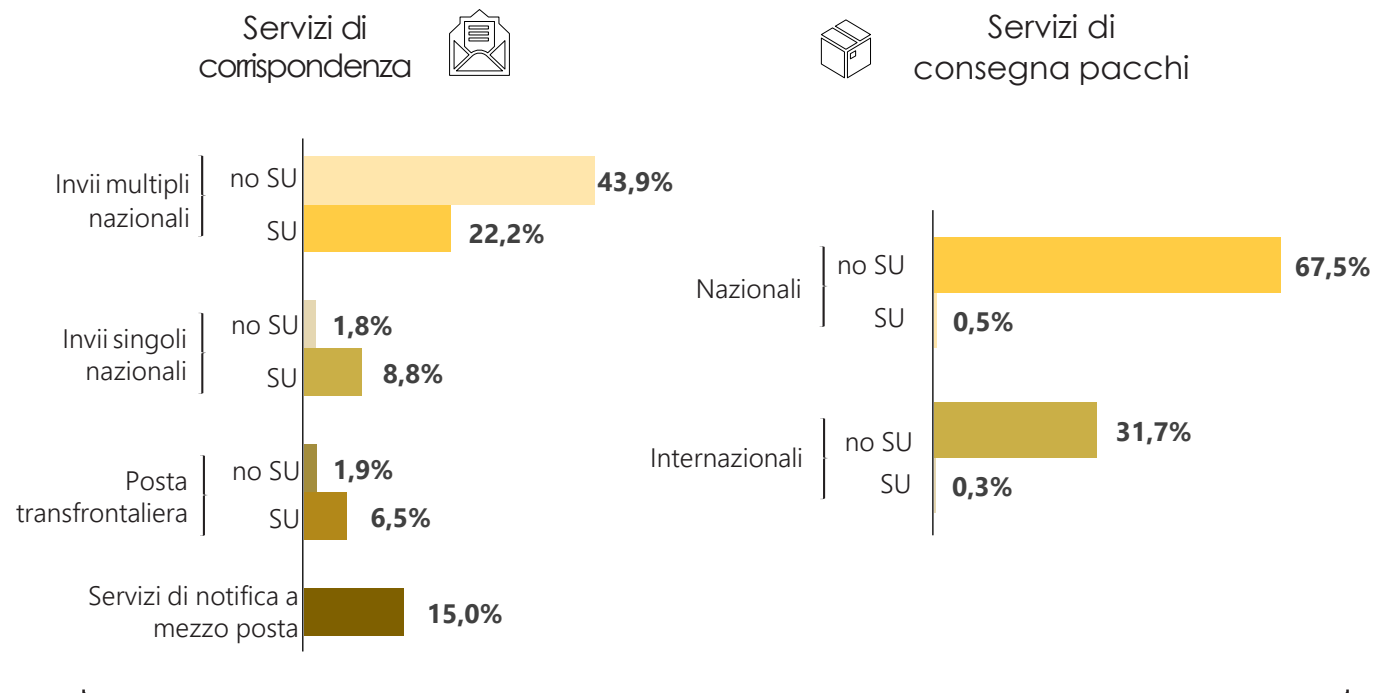
MILIONI DI €



Variazione annuale in %
(Gen. - Giu. 2022) - (Gen. - Giu. 2023)

RIPARTIZIONE DEI RICAVI DA INIZIO ANNO (%)

(Gennaio - Settembre 2023)



Variazione annuale in %
(Gen. - Set. 2022) - (Gen. - Set. 2023)



Invii multipli nazionali

Invii singoli nazionali

Posta transfrontaliera

Servizi di notifica a mezzo posta

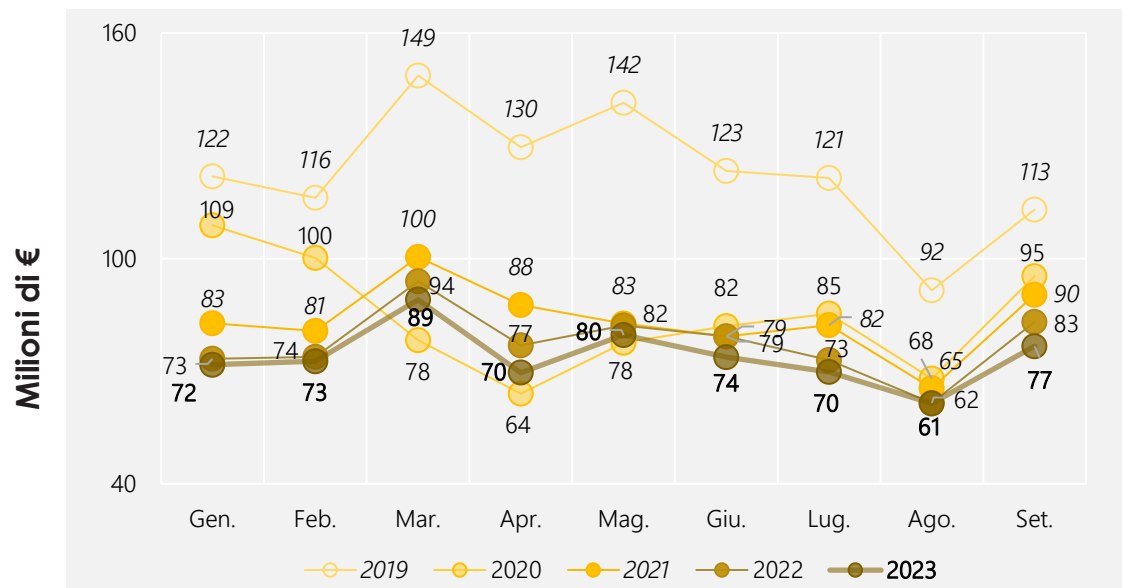
Nazionali

Internazionali

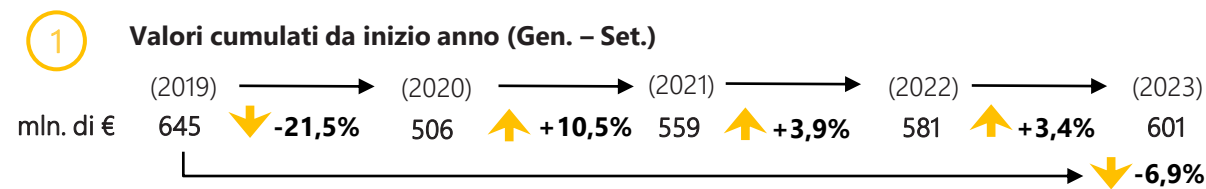
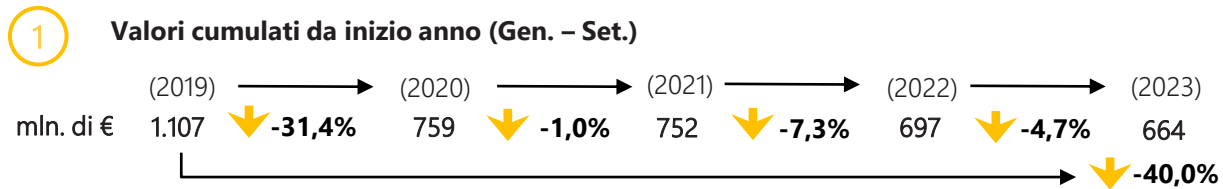
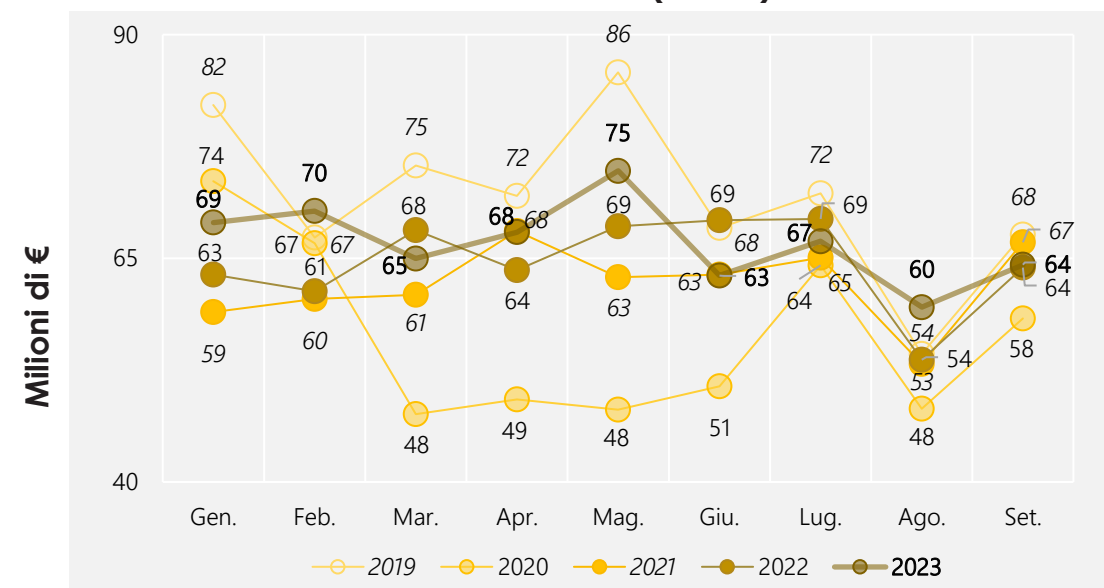
Nota: a seguito di riclassifiche effettuate dalle imprese i valori esposti non sono confrontabili con quanto corrispondentemente illustrato nelle precedenti versioni dell'Osservatorio. I dati esposti fanno riferimento ai seguenti operatori: Amazon Italia Transport S.r.l., BRT S.p.A., DHL Express Italy 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)



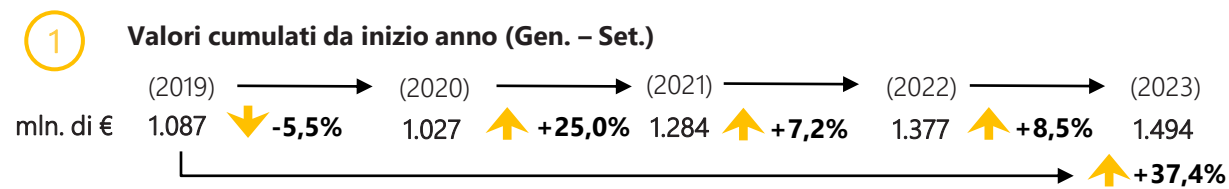
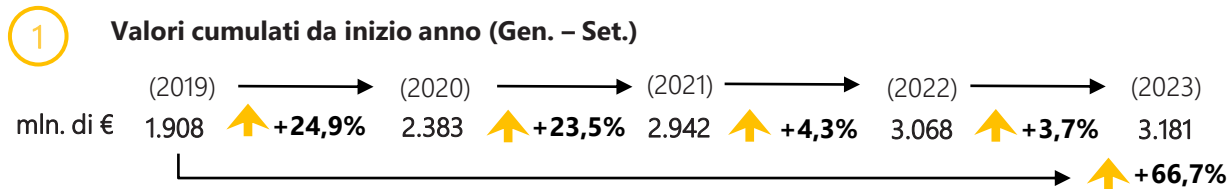
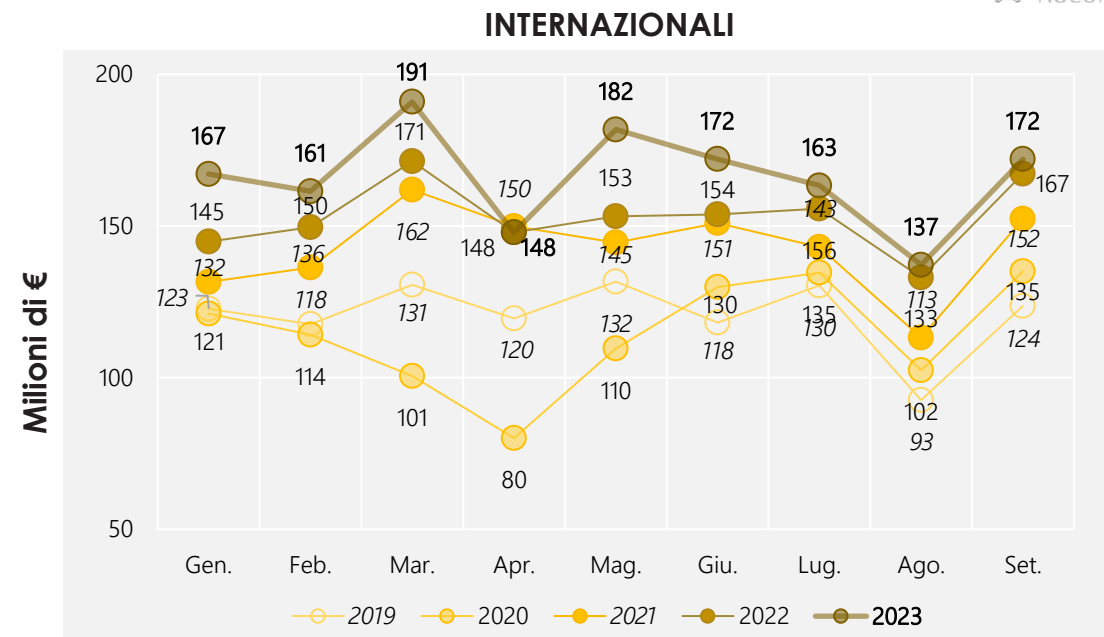
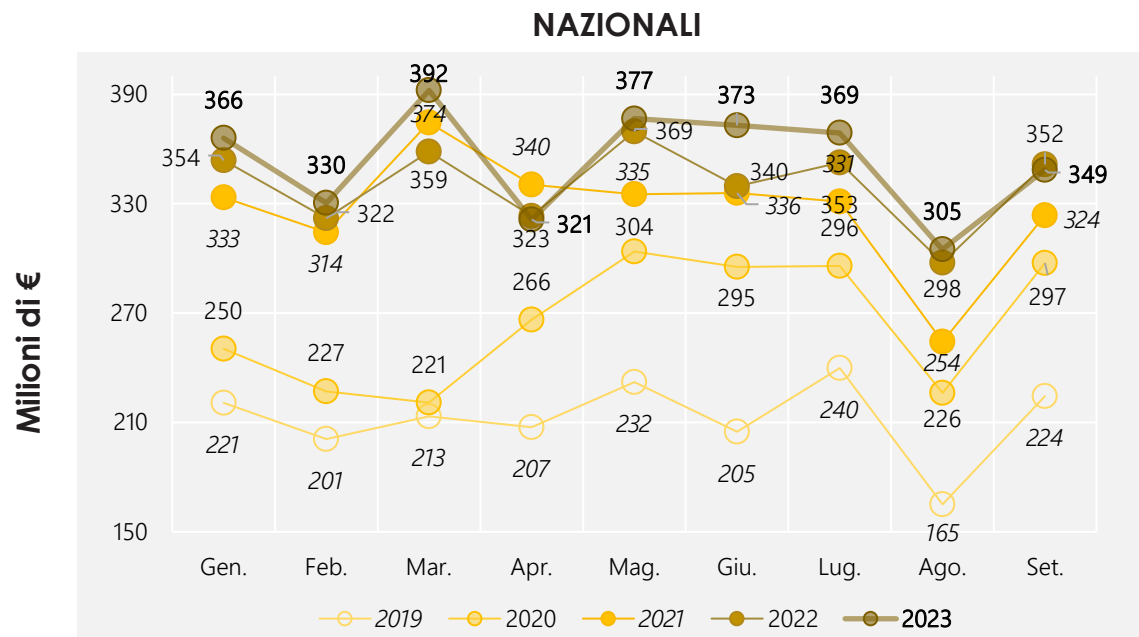
2 Confronto valori trimestrali (variazioni %)

	Annuale				Di periodo 2019/2023
	2019/2020	2020/2021	2021/2022	2022/2023	
1° trimestre (Gen. - Mar.)	-25,8	-8,1	-8,7	-3,1	-39,7
2° trimestre (Apr. - Giu.)	-43,3	+11,6	-4,5	-6,4	-43,5
3° trimestre (Lug. - Set.)	-23,7	-4,2	-8,6	-4,5	-36,2

2 Confronto valori trimestrali (variazioni %)

	Annuale				Di periodo 2019/2023
	2019/2020	2020/2021	2021/2022	2022/2023	
1° trimestre (Gen. - Mar.)	-16,4	-4,0	+6,8	+6,0	-9,1
2° trimestre (Apr. - Giu.)	-34,6	+31,1	+3,8	+2,1	-9,0
3° trimestre (Lug. - Set.)	-12,1	+8,4	+1,1	+2,0	-1,8

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



2 Confronto valori trimestrali (variazioni %)

	Annuale				Di periodo 2019/2023
	2019/2020	2020/2021	2021/2022	2022/2023	
1° trimestre (Gen. - Mar.)	+10,0	+46,4	+1,2	+5,2	+71,5
2° trimestre (Apr. - Giu.)	+34,3	+16,9	+2,1	+3,7	+66,2
3° trimestre (Lug. - Set.)	+30,2	+10,9	+10,2	+2,1	+62,4

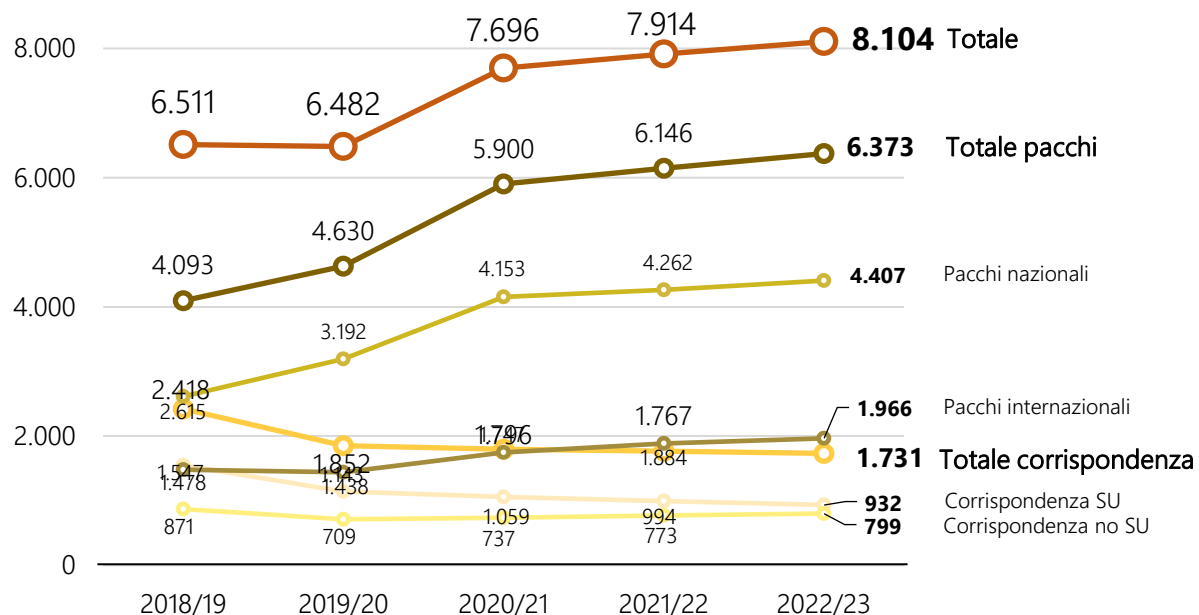
2 Confronto valori trimestrali (variazioni %)

	Annuale				Di periodo 2019/2023
	2019/2020	2020/2021	2021/2022	2022/2023	
1° trimestre (Gen. - Mar.)	-9,5	+28,0	+8,4	+11,5	+40,1
2° trimestre (Apr. - Giu.)	-13,5	+39,4	+2,2	+10,3	+35,9
3° trimestre (Lug. - Set.)	+7,3	+9,8	+11,6	+3,6	+36,3

3.4 SERVIZI POSTALI: TREND STORICO DEI RICAVI

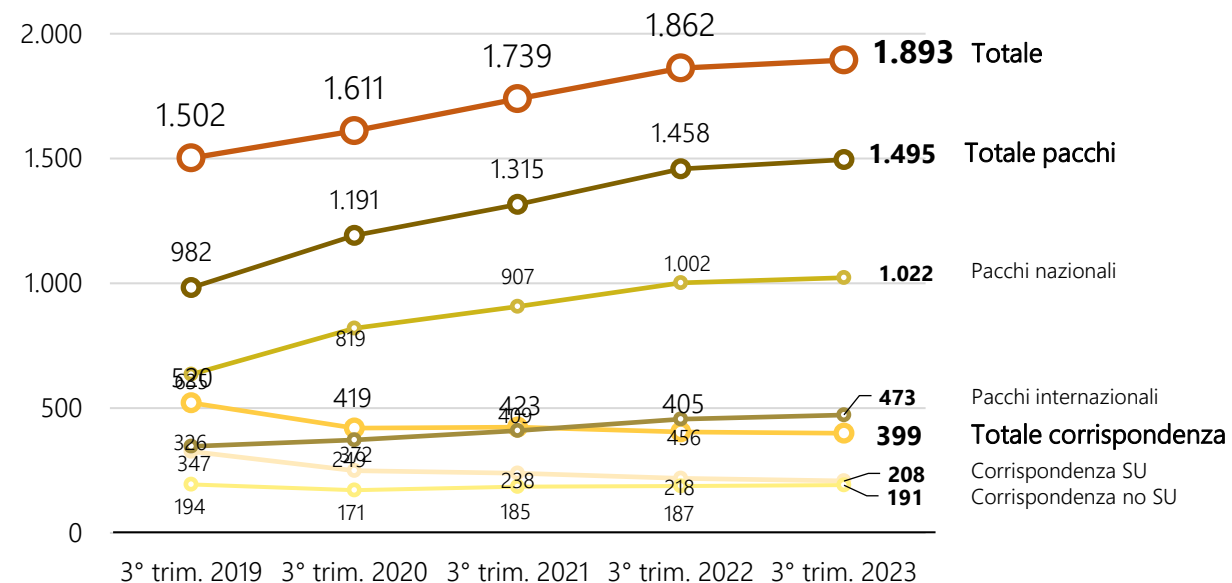
BASE ANNUALE (VALORI CUMULATI 12 MESI)

MILIONI DI €



BASE TRIMESTRALE

MILIONI DI €



Variazione in %

(2018/19 – 2022/23)

(2021/22 – 2022/23)

Totale:	+24,5	↑	+2,4	↑
Servizi di corrispondenza:	-28,4	↓	-2,0	↓
- Servizio Universale:	-39,8	↓	-6,3	↓
- No Servizio Universale:	-8,2	↓	+3,4	↑
Servizi di consegna pacchi:	+55,7	↑	+3,7	↑
- Pacchi nazionali:	+68,5	↑	+3,4	↑
- Pacchi internazionali:	+33,0	↑	+4,3	↑

Variazione in %

(3° trim. 2019 – 3° trim. 2023)

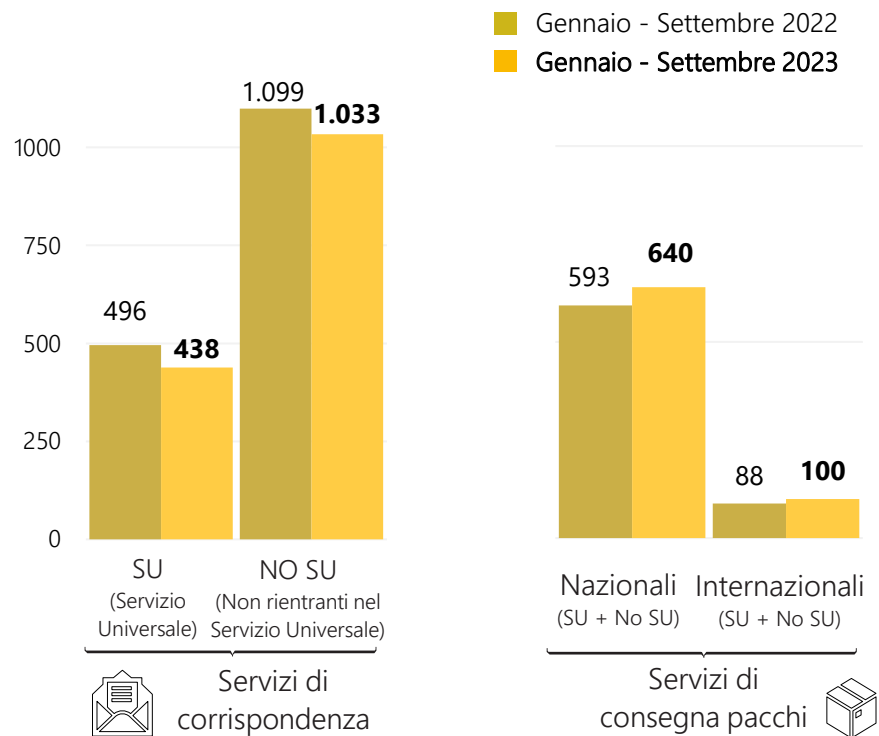
(3° trim. 2022 – 3° trim. 2023)

Totale:	+26,1	↑	+1,7	↑
Servizi di corrispondenza:	-23,4	↓	-1,5	↓
- Servizio Universale:	-36,2	↓	-4,5	↓
- No Servizio Universale:	-1,8	↓	+2,0	↑
Servizi di consegna pacchi:	+52,3	↑	+2,5	↑
- Pacchi nazionali:	+61,0	↑	+2,1	↑
- Pacchi internazionali:	+36,3	↑	+3,6	↑

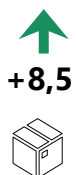
3.5 SERVIZI POSTALI: ANDAMENTO DEI VOLUMI

VOLUMI COMPLESSIVI DA INIZIO ANNO

MILIONI DI INVII

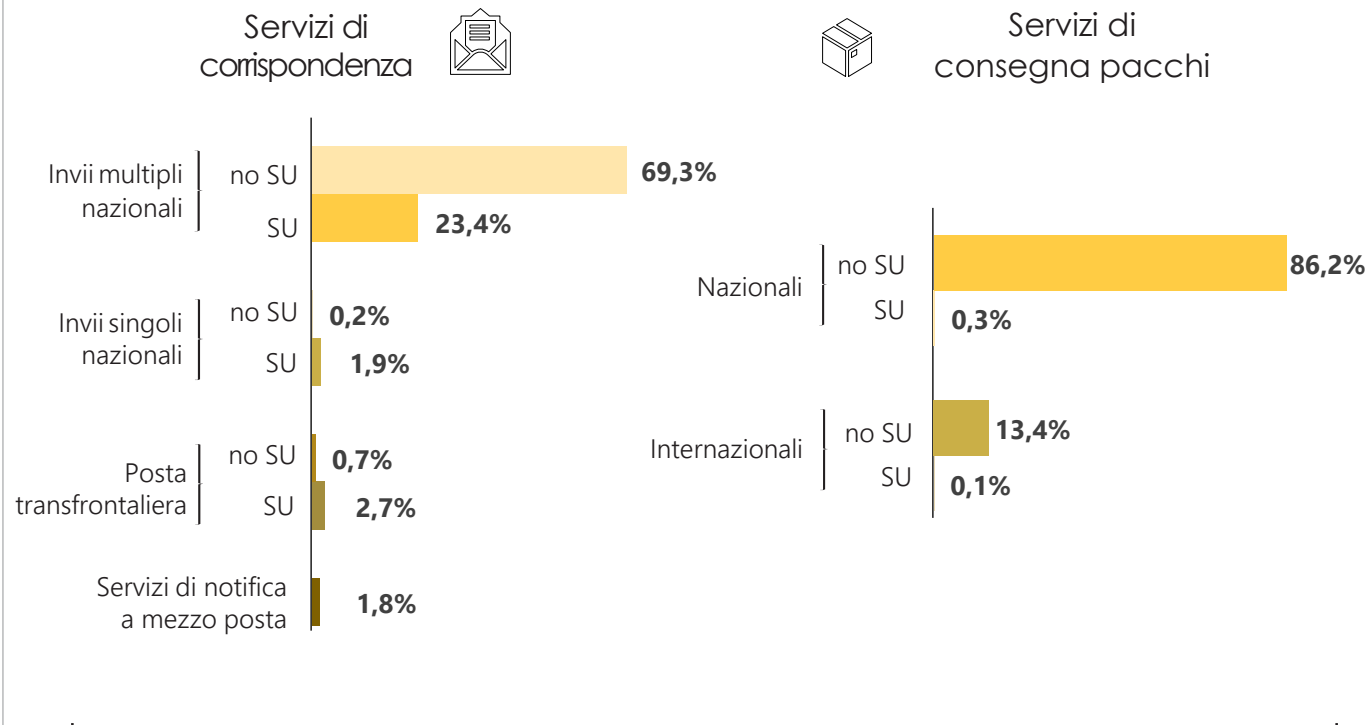


Variazione annuale in %
(Gen.- Set. 2022) – (Gen.- Set. 2023)



RIPARTIZIONE DEI VOLUMI DA INIZIO ANNO (%)

(Gennaio – Settembre 2023)



Variazione annuale in %
(Gen. - Set. 2022) – (Gen. -Set. 2023)



Invii multipli nazionali



Invii singoli nazionali



Posta transfrontaliera



Servizi di notifica a mezzo posta



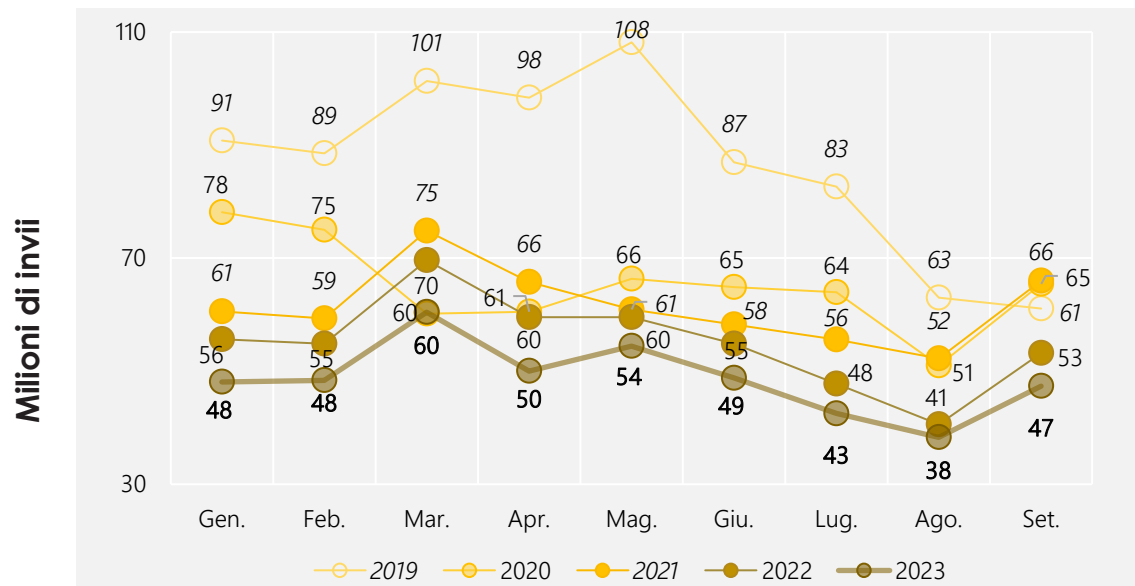
Nazionali



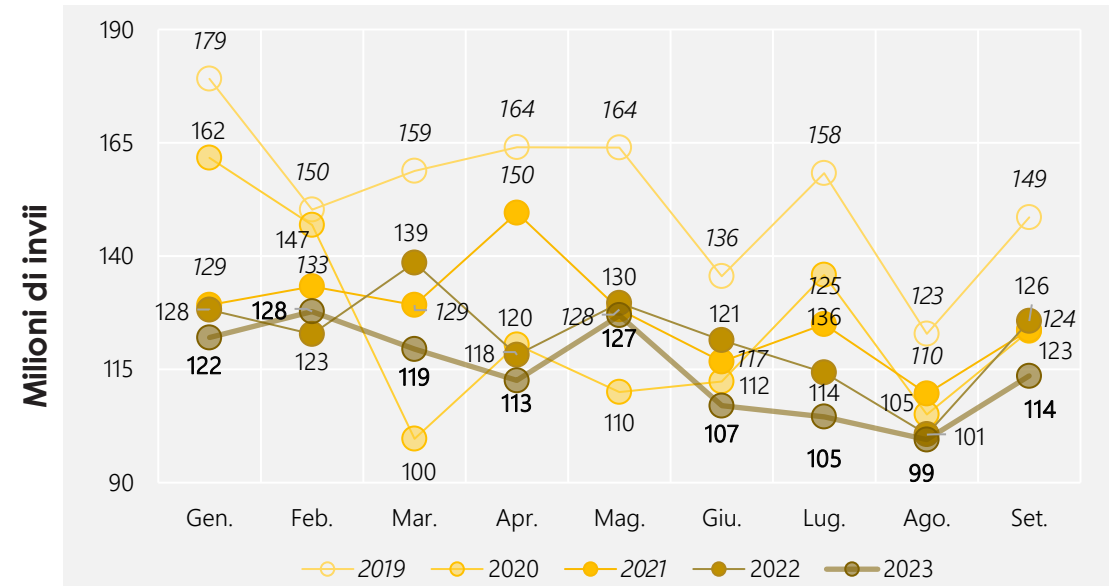
Internazionali

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

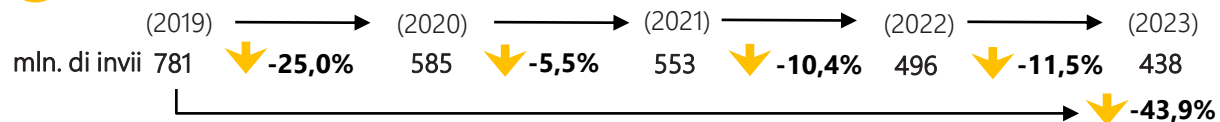
SERVIZIO UNIVERSALE



ALTRI SERVIZI (NO SU)



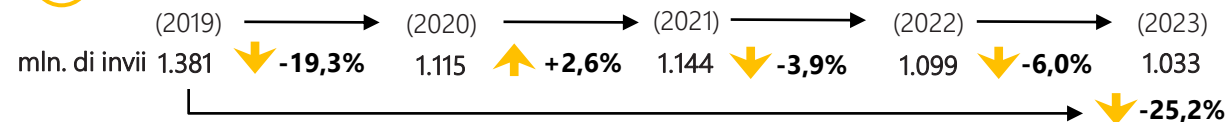
1 Valori cumulati da inizio anno (Gen. - Set.)



2 Confronto valori trimestrali (variazioni %)

	Annuale				Di periodo 2019/2023
	2019/2020	2020/2021	2021/2022	2022/2023	
1° trimestre (Gen. - Mar.)	-24,0	-8,7	-7,5	-12,9	-44,1
2° trimestre (Apr. - Giu.)	-34,7	-3,6	-5,9	-11,9	-47,8
3° trimestre (Lug. - Set.)	-12,7	-3,7	-18,5	-9,4	-38,0

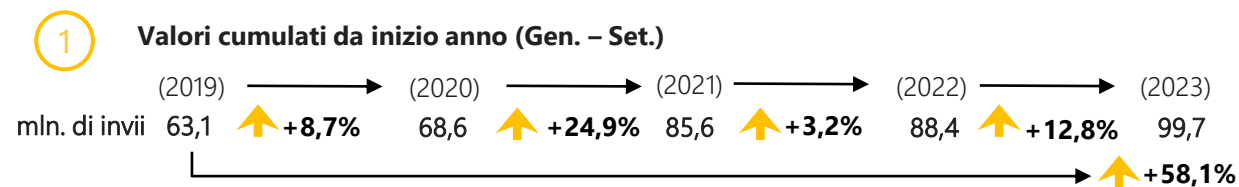
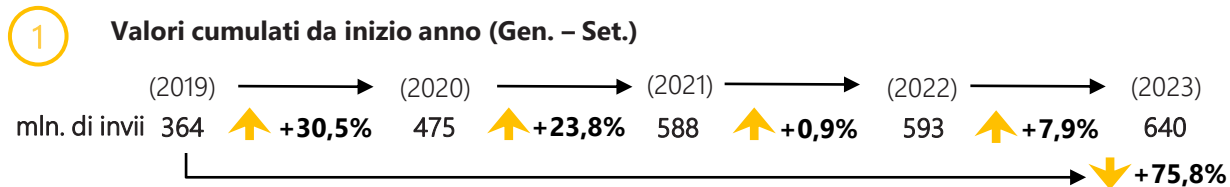
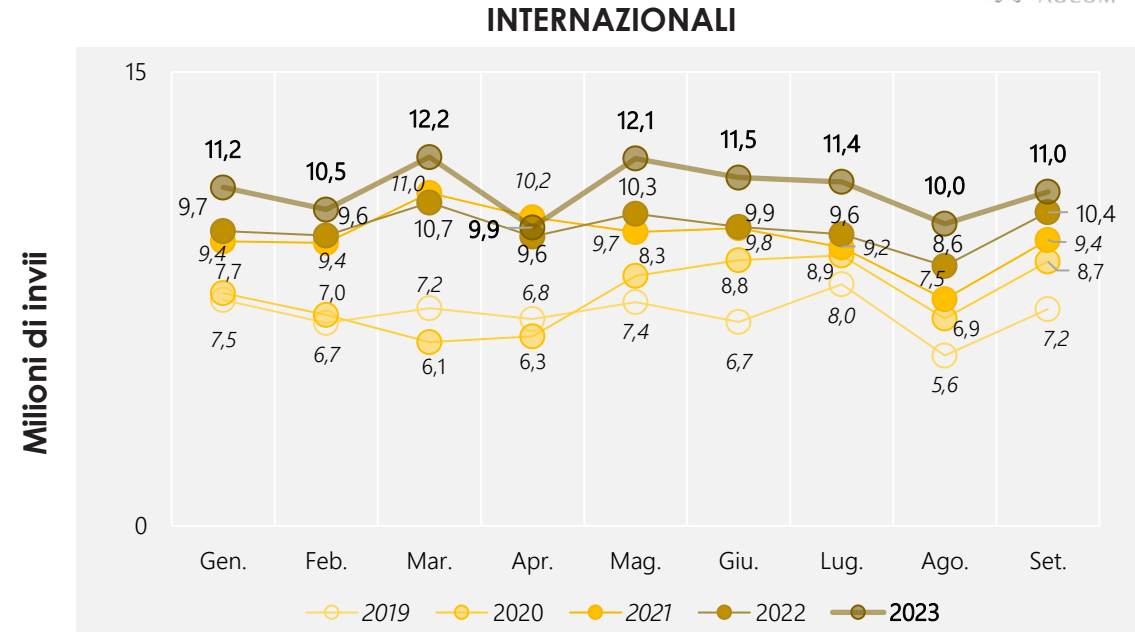
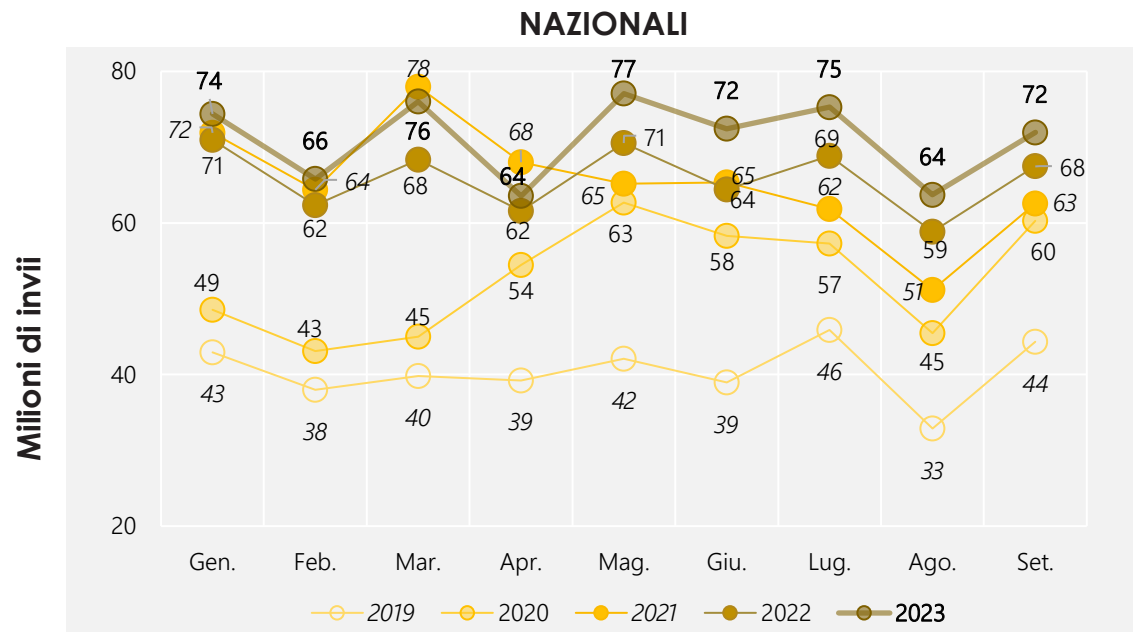
1 Valori cumulati da inizio anno (Gen. - Set.)



2 Confronto valori trimestrali (variazioni %)

	Annuale				Di periodo 2019/2023
	2019/2020	2020/2021	2021/2022	2022/2023	
1° trimestre (Gen. - Mar.)	-16,4	-4,0	-0,6	-5,2	-24,4
2° trimestre (Apr. - Giu.)	-26,1	+15,1	-6,4	-6,2	-25,3
3° trimestre (Lug. - Set.)	-15,2	-1,7	-4,9	-6,8	-26,1

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



2 Confronto valori trimestrali (variazioni %)

	Annuale				Di periodo 2019/2023
	2019/2020	2020/2021	2021/2022	2022/2023	
1° trimestre (Gen. - Mar.)	+13,2	+56,8	-5,9	+7,2	+79,1
2° trimestre (Apr. - Giu.)	+45,9	+13,2	-1,0	+8,4	+77,2
3° trimestre (Lug. - Set.)	+32,4	+7,7	+11,2	+8,1	+71,3

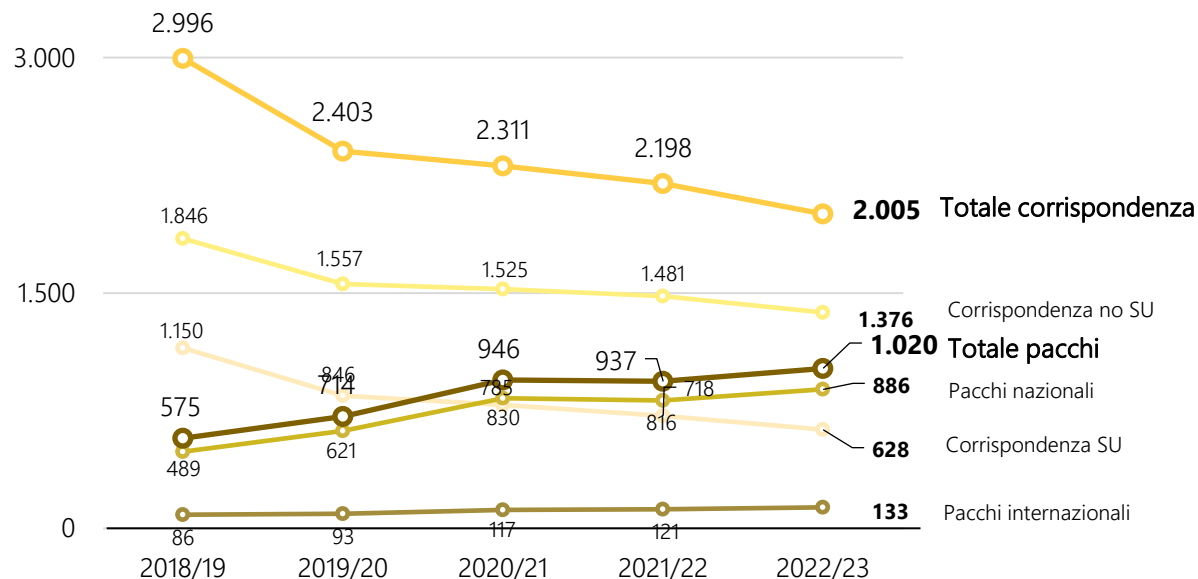
2 Confronto valori trimestrali (variazioni %)

	Annuale				Di periodo 2019/2023
	2019/2020	2020/2021	2021/2022	2022/2023	
1° trimestre (Gen. - Mar.)	-3,0	+43,5	+0,9	+12,7	+58,3
2° trimestre (Apr. - Giu.)	+11,2	+27,7	=	+12,6	+59,9
3° trimestre (Lug. - Set.)	+18,1	+6,6	+9,4	+13,3	+56,0

3.8 SERVIZI POSTALI: TREND STORICO DEI VOLUMI

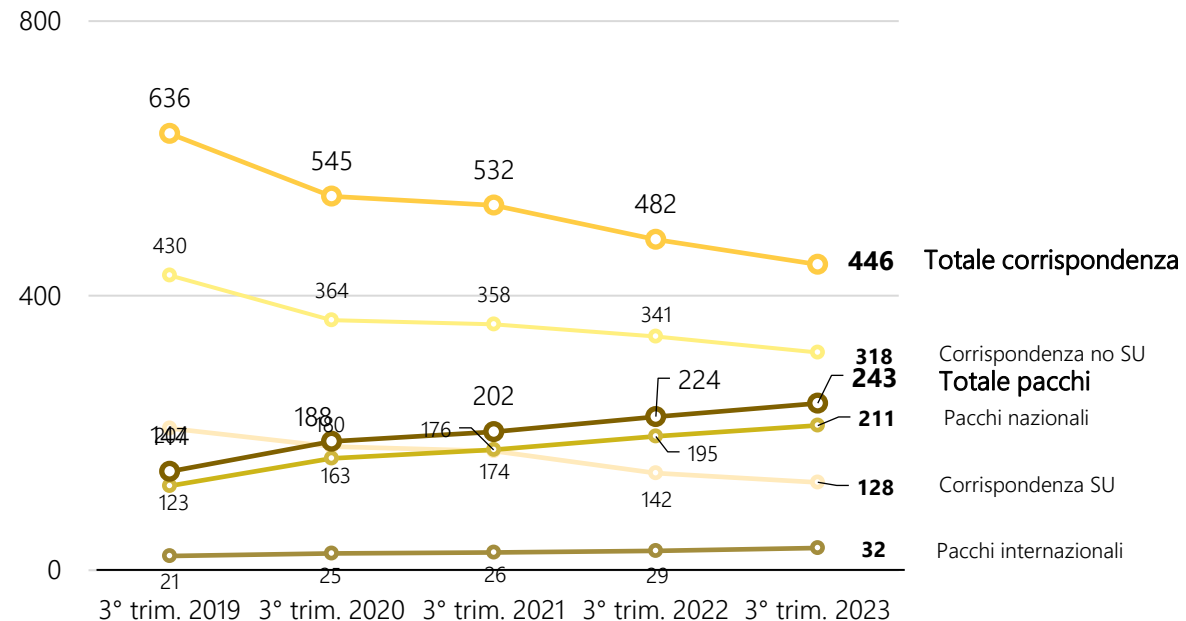
BASE ANNUALE (VALORI CUMULATI 12 MESI)

MILIONI DI INVII



BASE TRIMESTRALE

MILIONI DI INVII



Variazione in %

(2018/19 – 2022/23) (2021/22 – 2022/23)

Servizi di corrispondenza:	-33,1 ↓	-8,8 ↓
- Servizio Universale:	-45,3 ↓	-12,4 ↓
- No Servizio Universale:	-25,4 ↓	-7,0 ↓
Servizi di consegna pacchi:	+77,3 ↑	+8,8 ↑
- Pacchi nazionali:	+81,3 ↑	+8,6 ↑
- Pacchi internazionali:	+54,4 ↑	+9,9 ↑

Variazione in %

(3° trim. 2019 – 3° trim 2023) (3° trim. 2022 – 3° trim 2023)

Servizi di corrispondenza:	-30,0 ↓	-7,5 ↓
- Servizio Universale:	-38,0 ↓	-9,4 ↓
- No Servizio Universale:	-26,1 ↓	-6,8 ↓
Servizi di consegna pacchi:	+69,1 ↑	+8,7 ↑
- Pacchi nazionali:	+71,3 ↑	+8,1 ↑
- Pacchi internazionali:	+56,0 ↑	+13,3 ↑

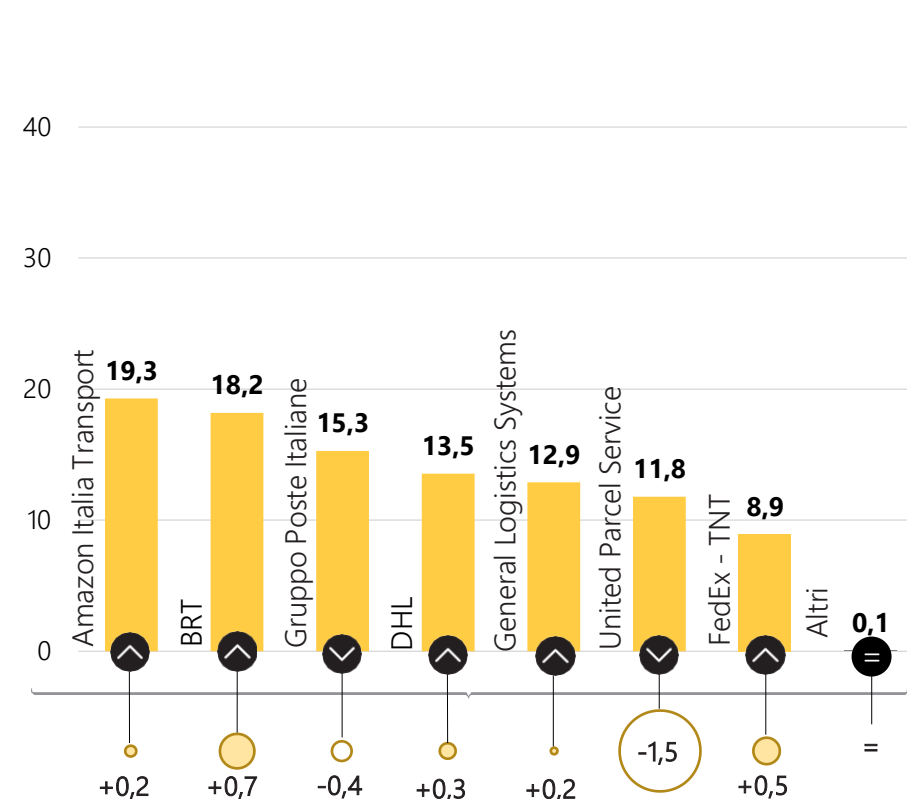
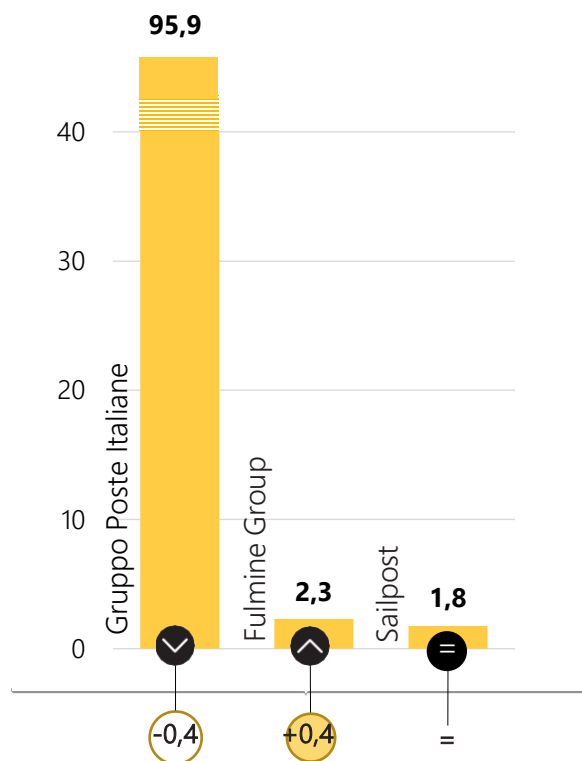
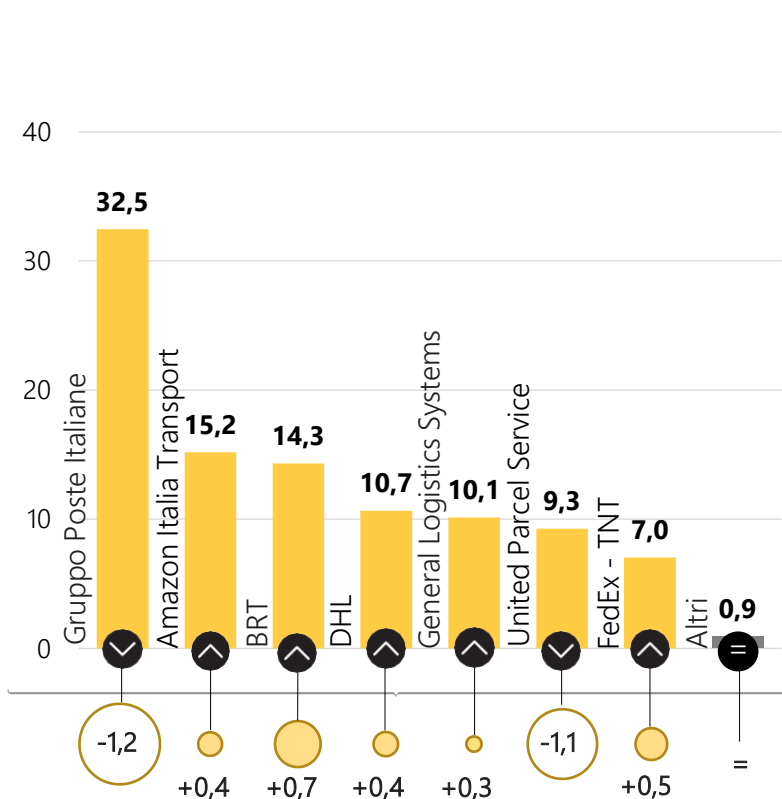
3.9 SERVIZI POSTALI: IL QUADRO CONCORRENZIALE

GENNAIO – SETTEMBRE 2023, 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

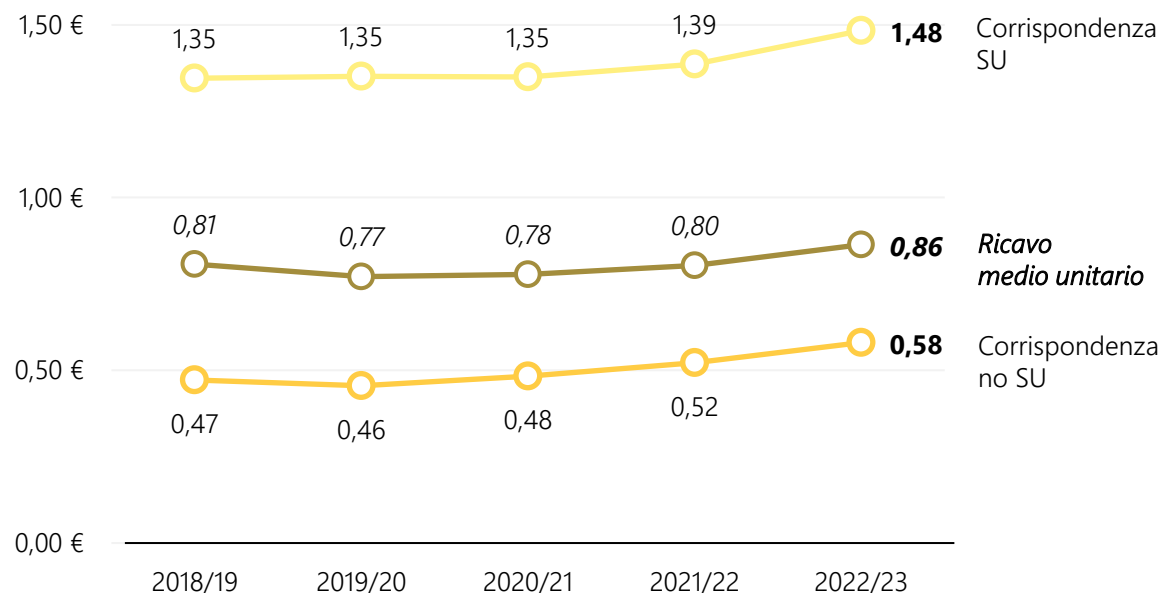


Differenza vs. Gen. – Set. 2022
(punti percentuali)

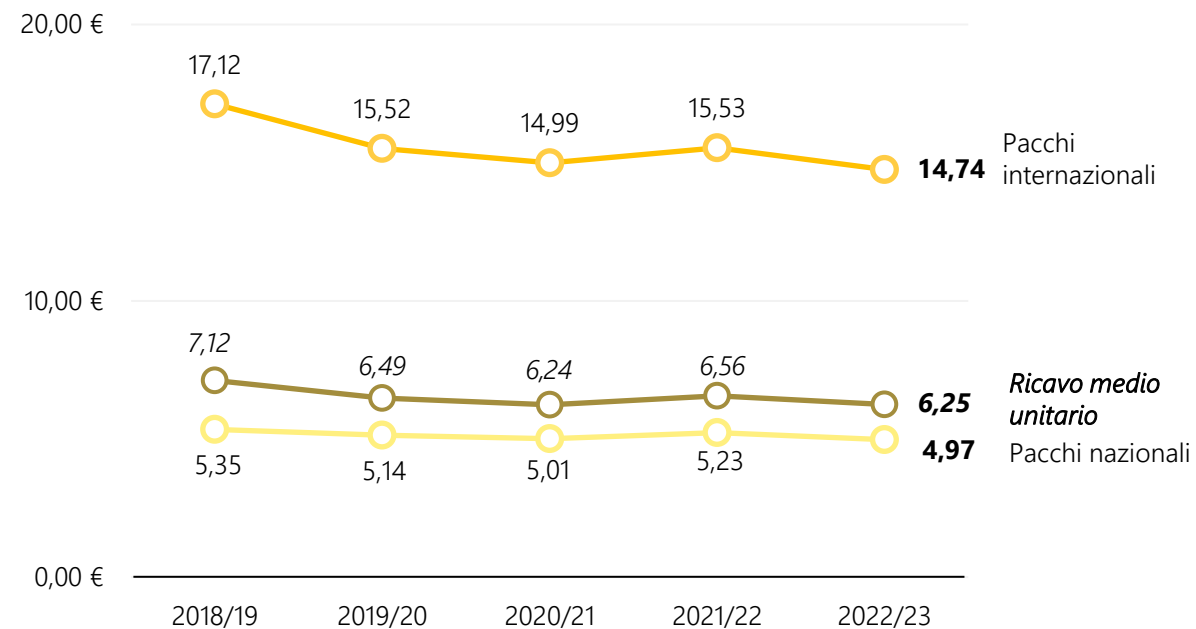
Nota: i dati del Gruppo Poste Italiane comprendono quelli di Poste Italiane S.p.a e delle società appartenenti al gruppo, Nexive Group S.r.l. e SDA Express Courier S.p.A.

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

SERVIZI DI CORRISPONDENZA



SERVIZI DI CONSEGNA PACCHI



Variazione in %

(2018/19 – 2022/23) (2021/22 – 2022/23)

Ricavo medio unitario:	+7,0	↑	+7,4	↑
Corrispondenza SU:	+10,2	↑	+7,1	↑
Corrispondenza no SU:	+23,1	↑	+11,2	↑

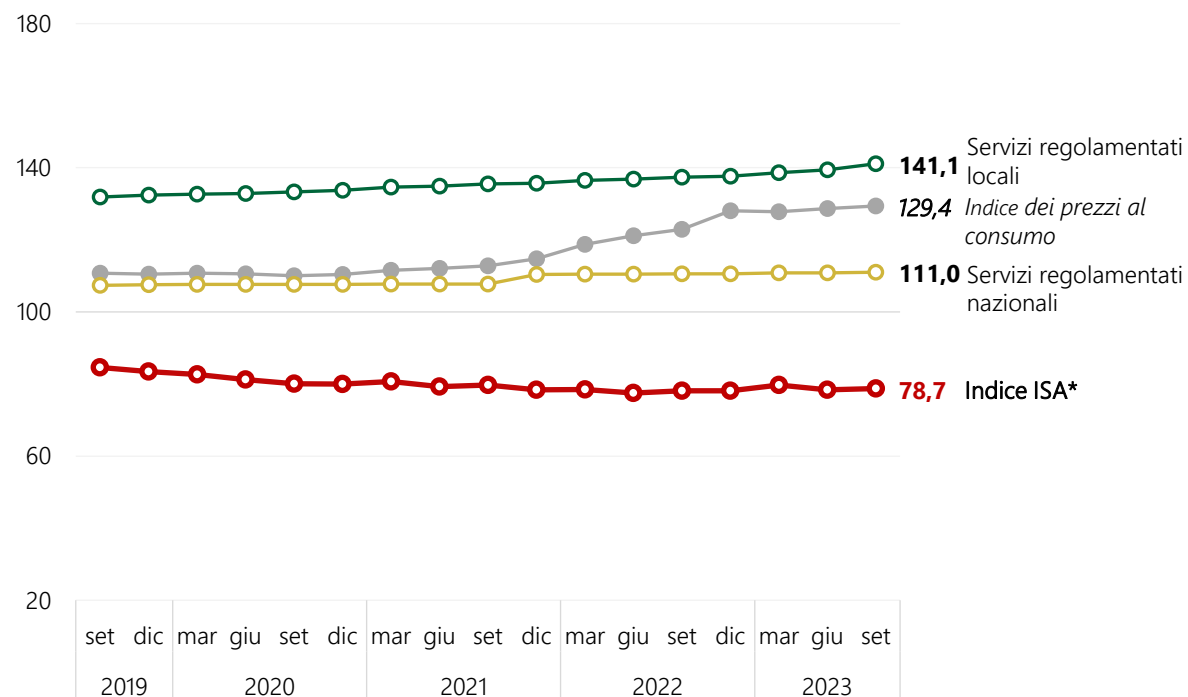
Variazione in %

(2018/19 – 2022/23) (2021/22 – 2022/23)

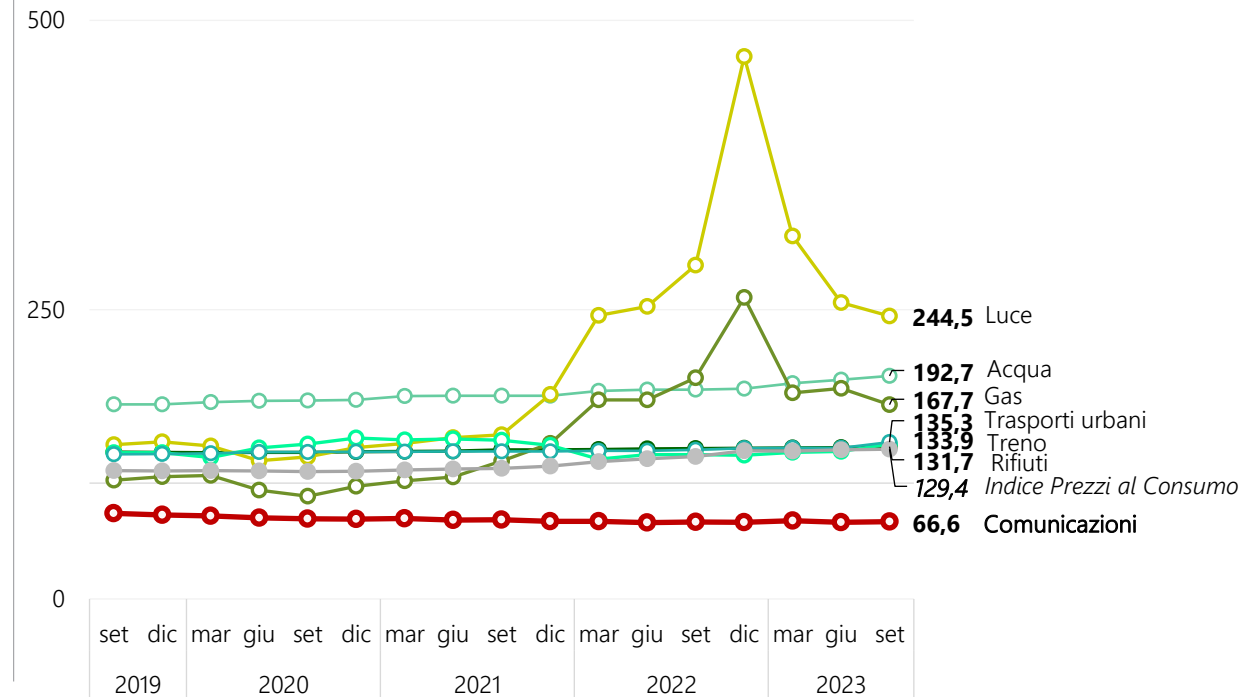
Ricavo medio unitario:	-12,2	↓	-4,7	↓
Pacchi internazionali:	-13,9	↓	-5,1	↓
- SU:	+11,3	↑	+0,2	↑
- No SU:	-13,9	↓	-5,1	↓
Pacchi nazionali:	-7,1	↓	-4,8	↓
- SU:	+5,6	↑	+8,1	↑
- No SU:	-7,0	↓	-4,9	↓

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

INDICI PREZZI GENERALI



INDICI PREZZI UTILITIES



Fonte: Istat ed elaborazioni Agcom

	Variazione in %	
	(2019 – 2023)	(2022 – 2023)
ISA (Indice Sintetico Agcom):	-7,0 ▼	+0,8 ▲
Indice dei prezzi al consumo:	+16,9 ▲	+5,3 ▲
Servizi regolamentati locali:	+7,0 ▲	+2,7 ▲
Servizi regolamentati nazionali:	+3,4 ▲	+0,4 ▲

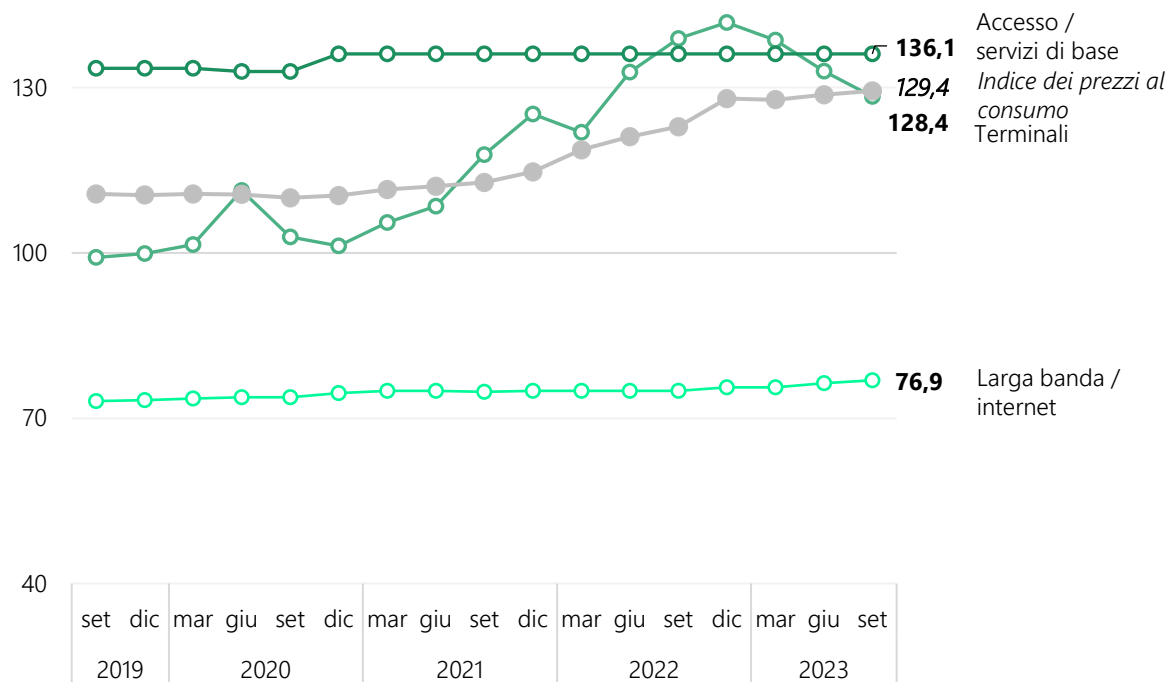
	Variazione in %		Variazione in %	
	(2019 – 2023)	(2022 – 2023)	(2019 – 2023)	(2022 – 2023)
Acqua (04.4.1):	+14,7 ▲	+6,6 ▲	Treno (07.3.1):	+5,9 ▲
Rifiuti (04.4.2):	+3,9 ▲	+1,3 ▲	Trasporti urbani (07.3.2.1.1):	+8,4 ▲
Luce (04.5.1):	+83,4 ▲	-15,2 ▼	Comunicazioni (08):	-9,8 ▼
Gas (04.5.2):	+63,8 ▲	-12,2 ▼		+0,2 ▲

(*) 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.

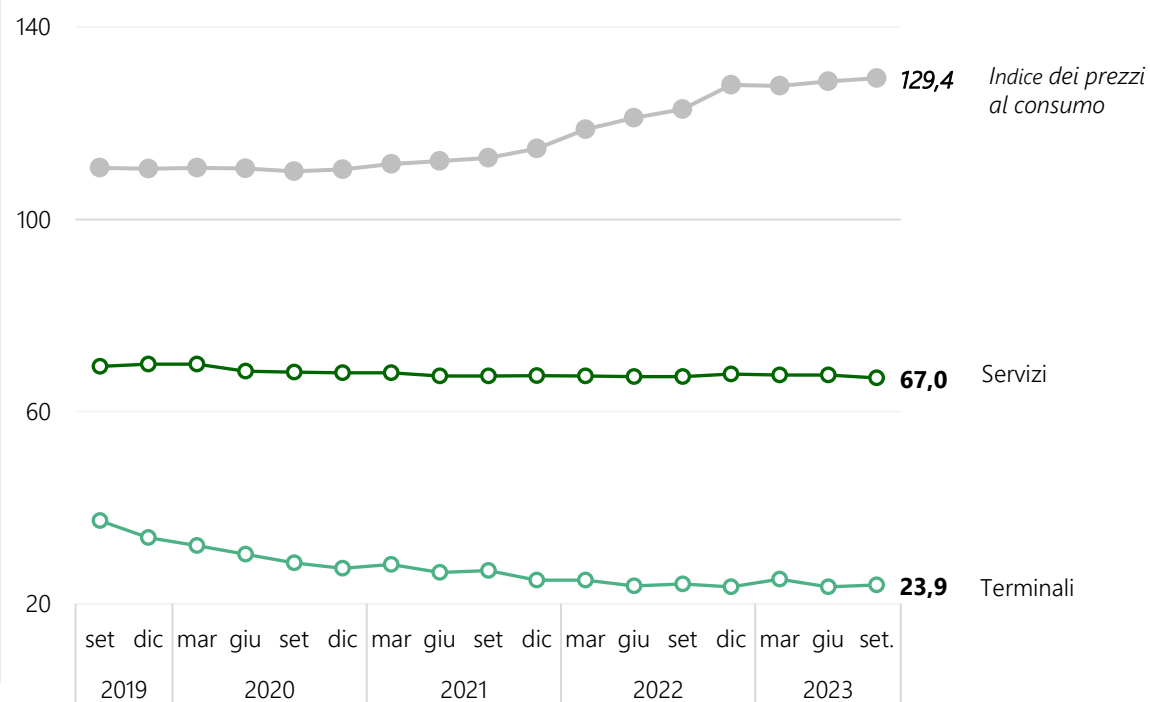
(Codice COICOP - Classification of Individual Consumption by Purpose)

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

INDICI PREZZI TELEFONIA FISSA



INDICI PREZZI TELEFONIA MOBILE



Fonte: Istat ed elaborazioni Agcom

Variazione in %

	(2019 – 2023)	(2022 – 2023)
Accesso / servizi di base (08.3.0.1):	+1,9 ▲	=
Terminali (08.2.0.1):	+29,4 ▲	-7,6 ▼
Larga banda / internet (08.3.0.3.0.01):	+5,2 ▲	+2,5 ▲

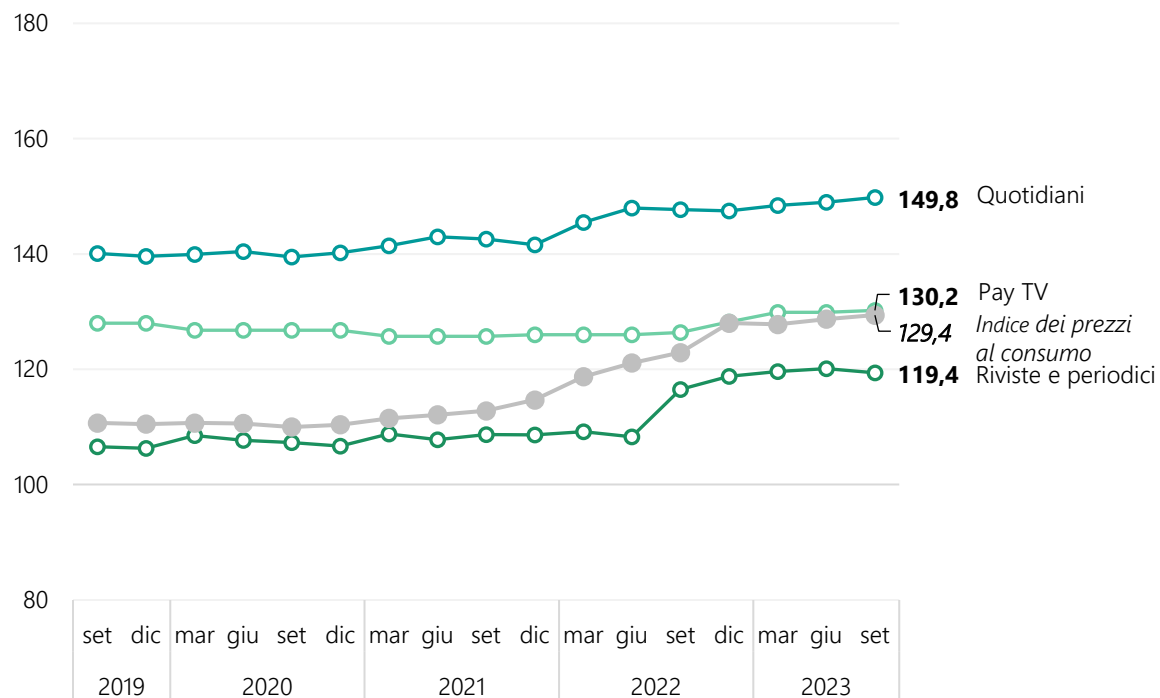
Variazione in %

	(2019 – 2023)	(2022 – 2023)
Servizi (08.3.0.2):	-3,5 ▼	-0,4 ▼
Terminali (08.2.0.2):	-35,9 ▼	-0,8 ▼

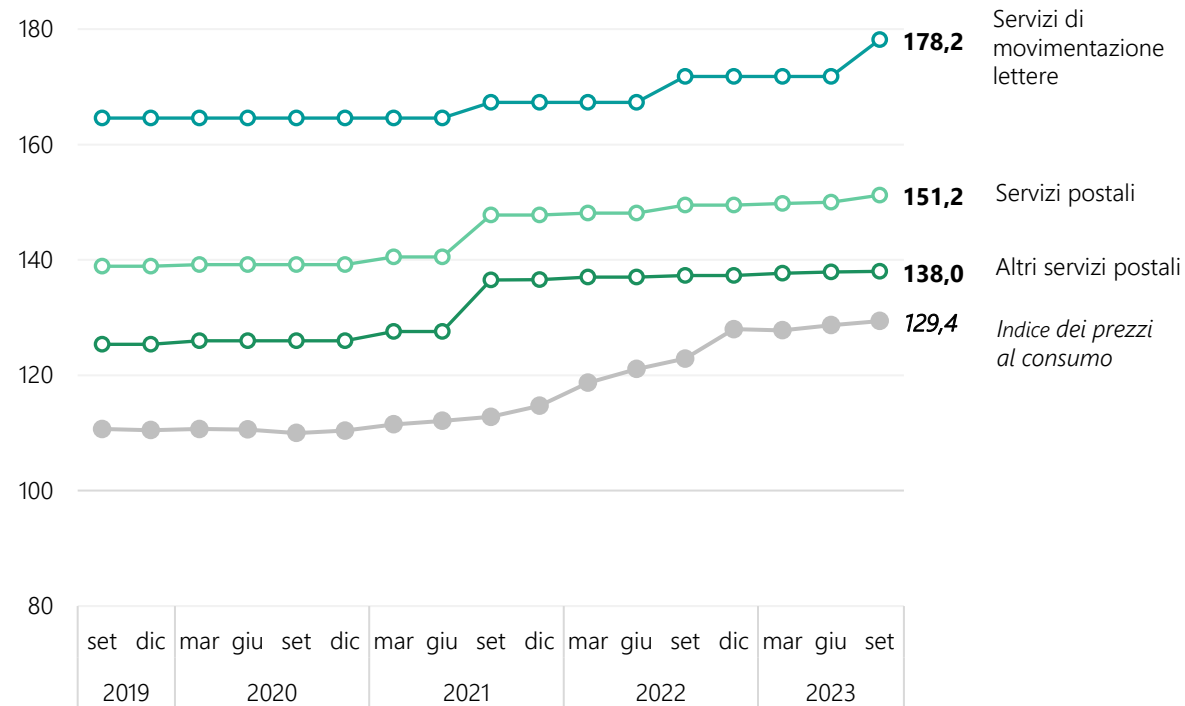
(Codice COICOP - Classification of Individual Consumption by Purpose)

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 %

	(2019 – 2023)	(2022 – 2023)
Quotidiani (09.5.2.1.0):	+6,9 ↑	+1,4 ↑
Pay TV (09.4.2.3.0.02):	+1,7 ↑	+3,0 ↑
Riviste e periodici (09.5.2.2.0):	+12,0 ↑	+2,5 ↑

Variazione in %

	(2019 – 2023)	(2022 – 2023)
Servizi postali (08.1):	+8,9 ↑	+1,1 ↑
Servizi di movimentazione lettere (08.1.0.1.0.00):	+8,3 ↑	+3,7 ↑
Altri servizi postali (08.1.0.9.0.00):	+10,0 ↑	+0,5 ↑

(Codice COICOP - Classification of Individual Consumption by Purpose)

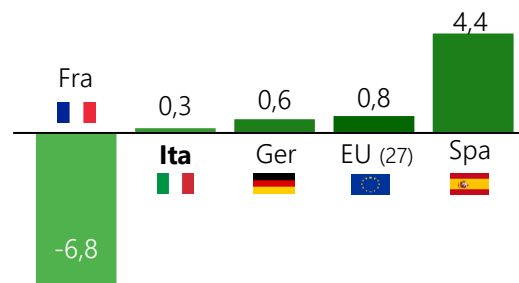
4.4 PREZZI: DINAMICHE IN EUROPA

COMUNICAZIONI ELETTRONICHE

(COICOP 08.2 - 08.3)

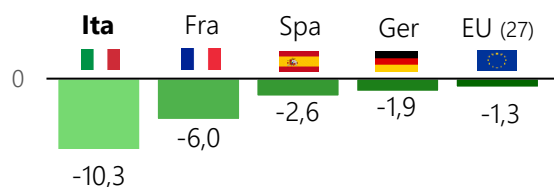
Variazione % (1 anno)

Set. 2022
-
Set. 2023



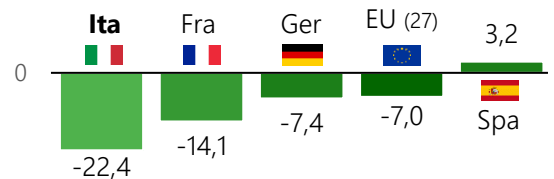
Variazione % (5 anni)

Set. 2019
-
Set. 2023



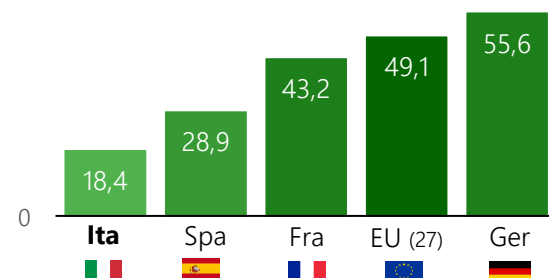
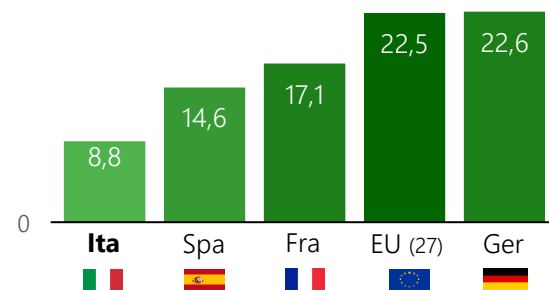
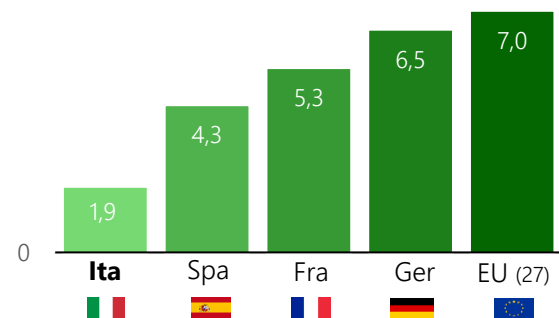
Variazione % (10 anni)

Set. 2013
-
Set. 2023



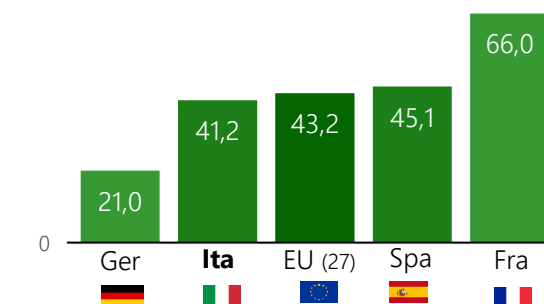
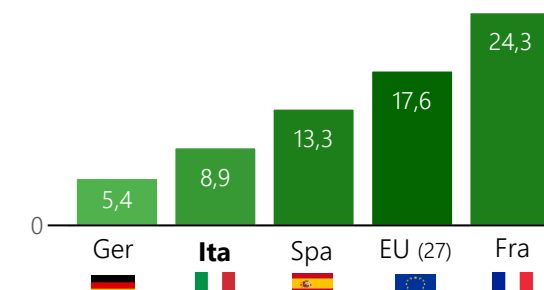
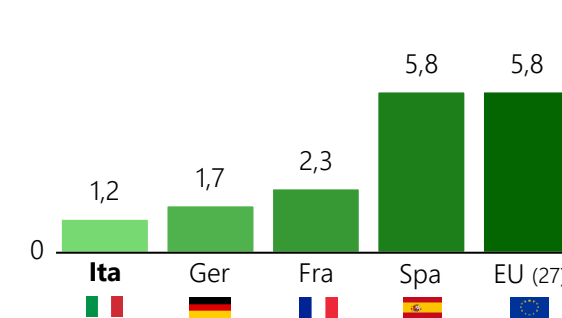
QUOTIDIANI E PERIODICI

(COICOP 09.5.2)



SERVIZI POSTALI

(COICOP 08.1)





OSSERVATORIO SULLE COMUNICAZIONI

N.4/2023

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

Roma

Via Isonzo 21/b -00198

Napoli

Centro Direzionale Isola B5 -80143