

# 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

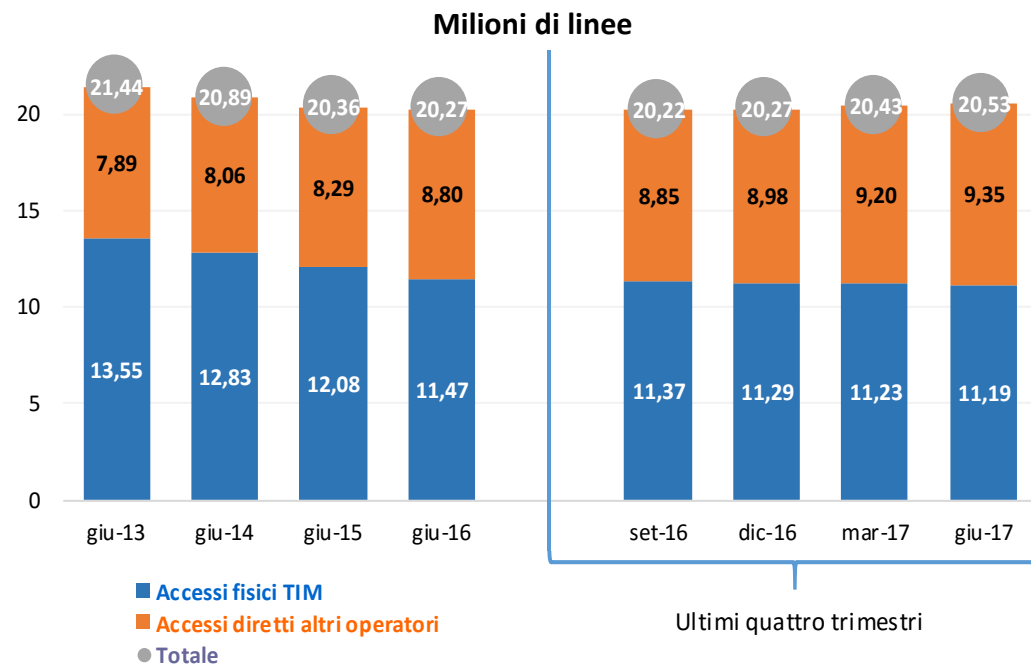
- 3.1 Servizi postali e corrieri espresso: andamento dei ricavi e volumi
- 3.2 Servizi postali e corrieri espresso: il quadro concorrenziale

## 4. I prezzi dei servizi di comunicazione

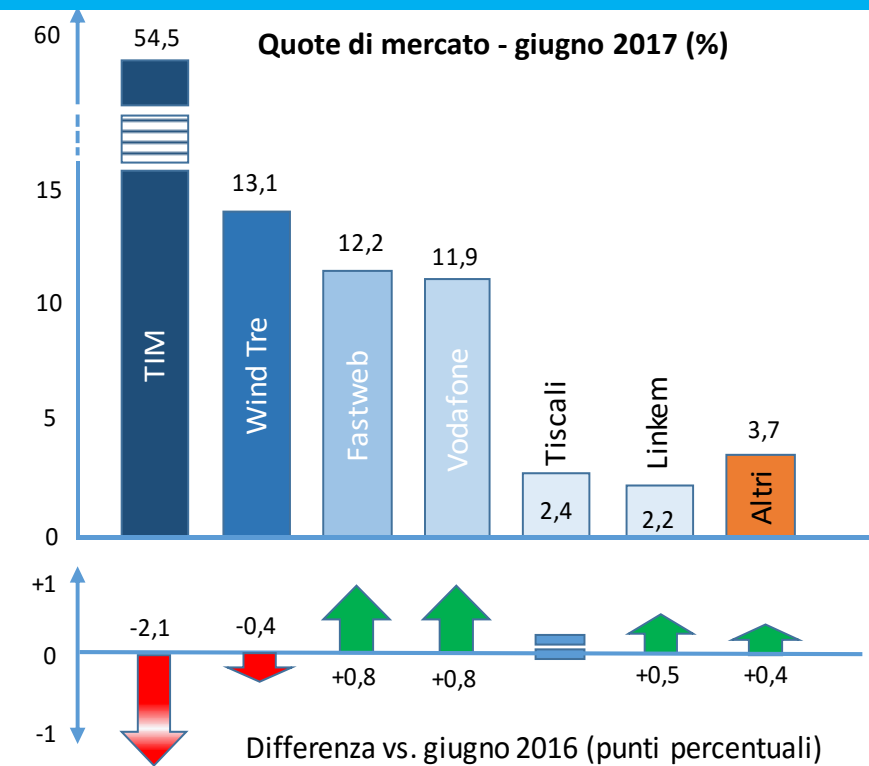
- 4.1 Prezzi: indici generali e altre utilities
- 4.2 Prezzi: telefonia fissa e mobile
- 4.3 Prezzi: quotidiani, periodici, TV e servizi postali
- 4.4 Prezzi: confronto internazionale

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

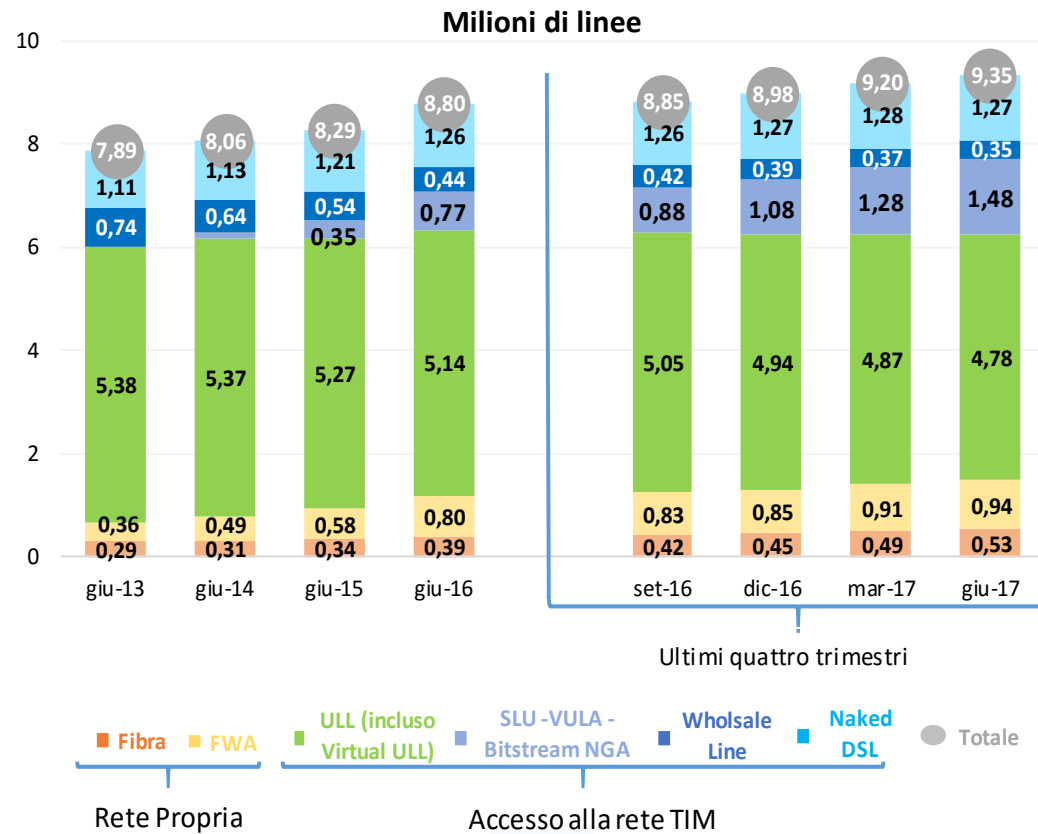


Nota: Sono compresi gli accessi fisici TIM, Full ULL, SLU, Vula, DSL Naked, WLR, Bitstream NGA, Fibra e FWA



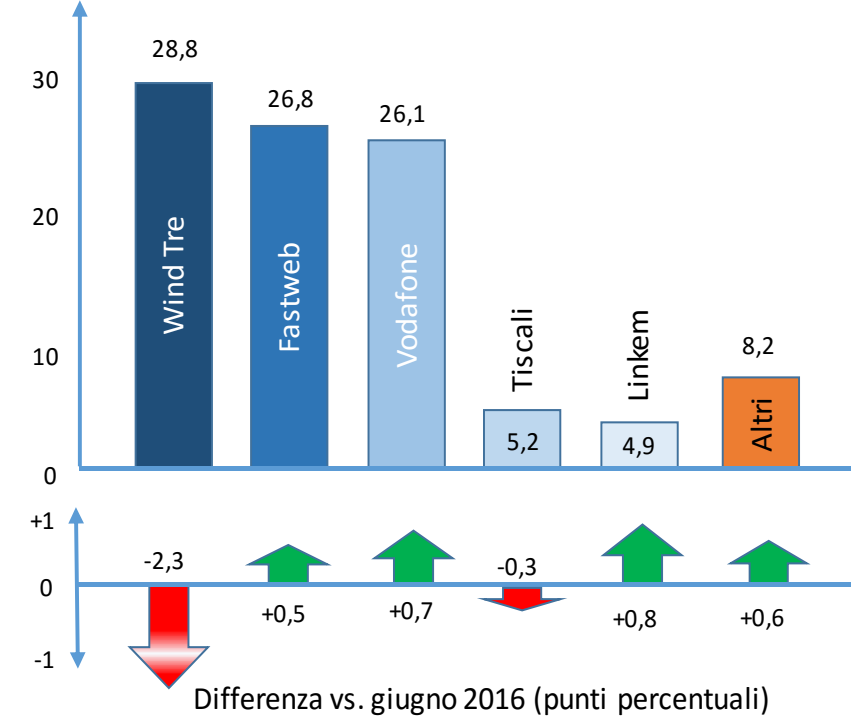
- Per il terzo trimestre consecutivo si registra una crescita del numero di linee (+100 mila); il risultato è conseguenza della riduzione delle linee di TIM (-50 mila accessi) e della contestuale crescita di quelle in capo agli altri operatori (+220 mila linee)
- Su base annua, la crescita complessiva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



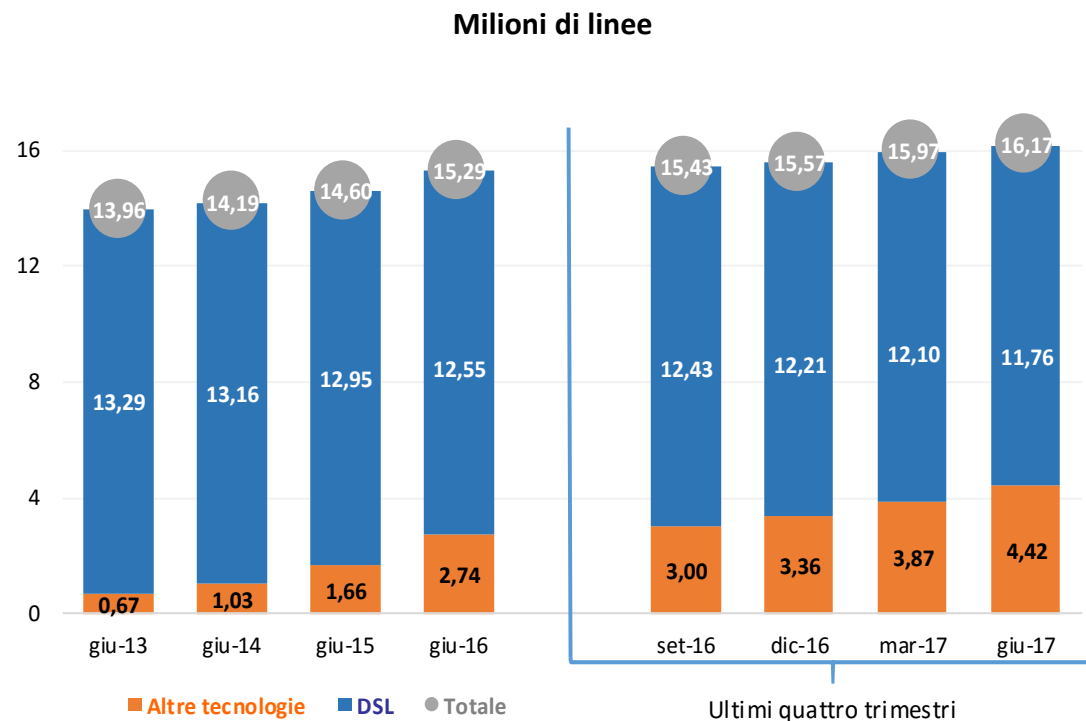
- La crescita è ascrivibile in larga parte ai servizi resi utilizzando i nuovi servizi wholesale NGA di TIM (+710 mila linee su base annua, +210 mila nel trimestre) i quali più che compensano la riduzione degli accessi in ULL e WLR (-450 mila linee nel complesso)
- Su base annua, aumentano di 140 mila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

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

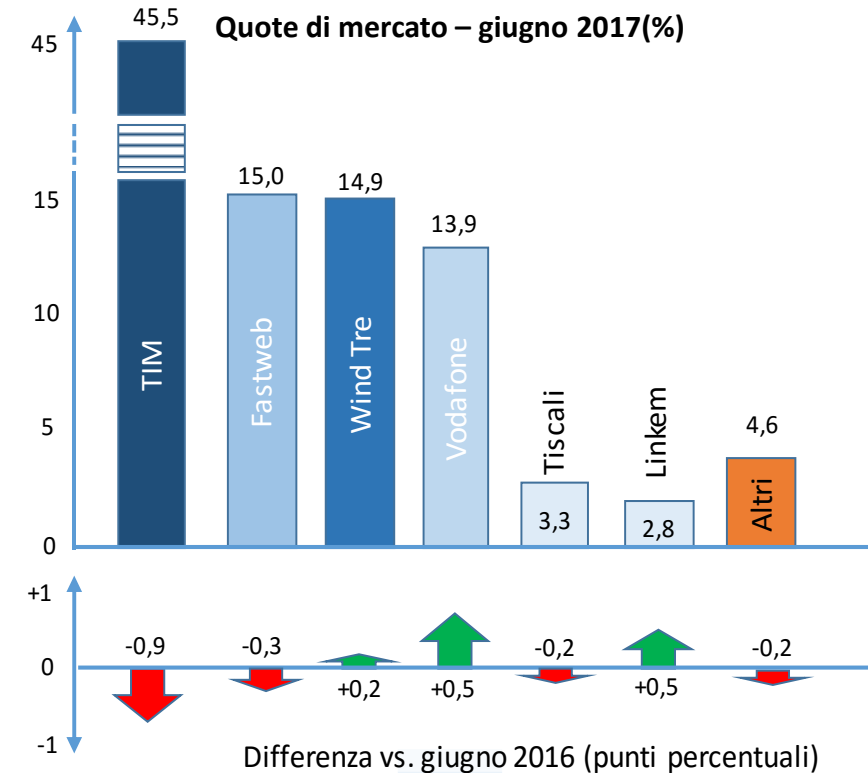


- Con il **28,8%** Wind Tre è il principale concorrente di TIM, ma perde **2,3** p.p. su base annua
- Crescono le quote di Fastweb e Vodafone (rispettivamente **+0,5** e **+0,7** p.p.)
- L'incremento degli operatori di minori dimensioni (**+1,4** p.p.) è ascrivibile alla dinamica degli accessi FWA; tra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

# 1.3 Rete fissa: accessi broadband e ultrabroadband



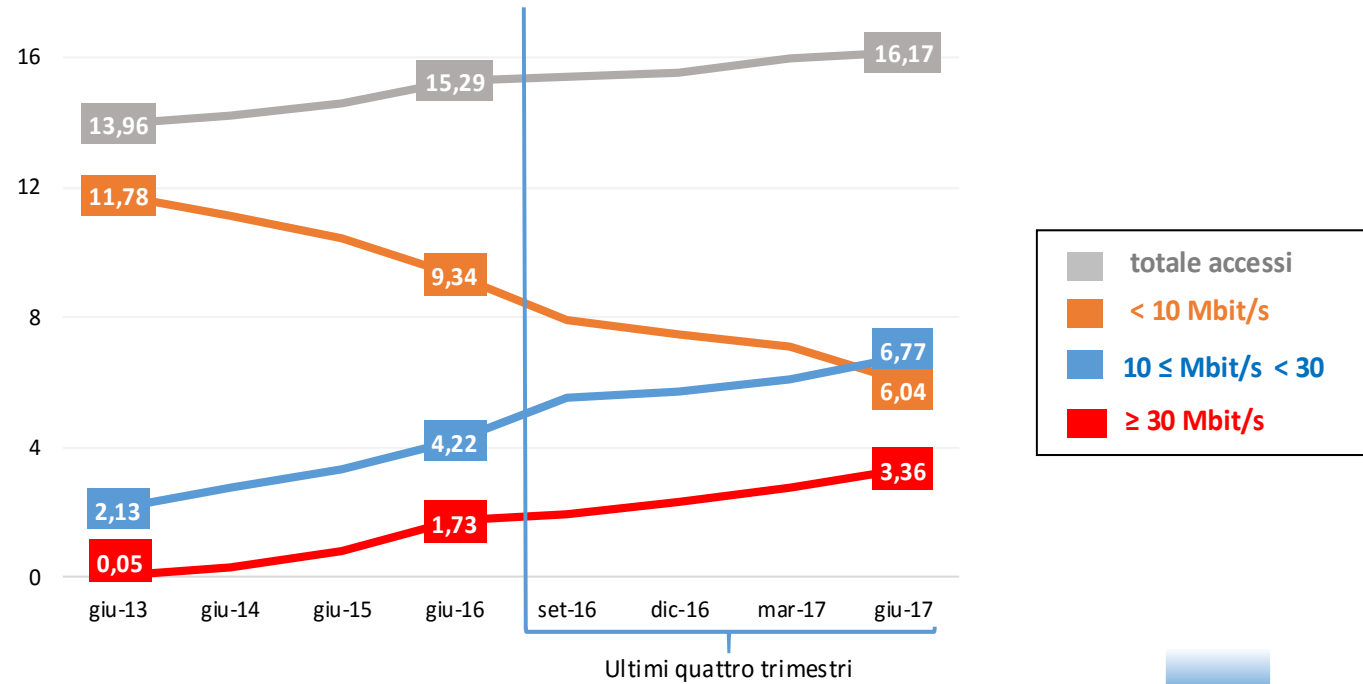
- Gli accessi broadband sfiorano i **16,2** milioni di unità, con un aumento su base annua di **880** mila unità, mentre l'aumento su base trimestrale è pari a **200** mila linee
- Le linee ADSL diminuiscono di **790** mila unità, attestandosi su di un valore pari a **11,8** milioni di linee
- Gli accessi 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



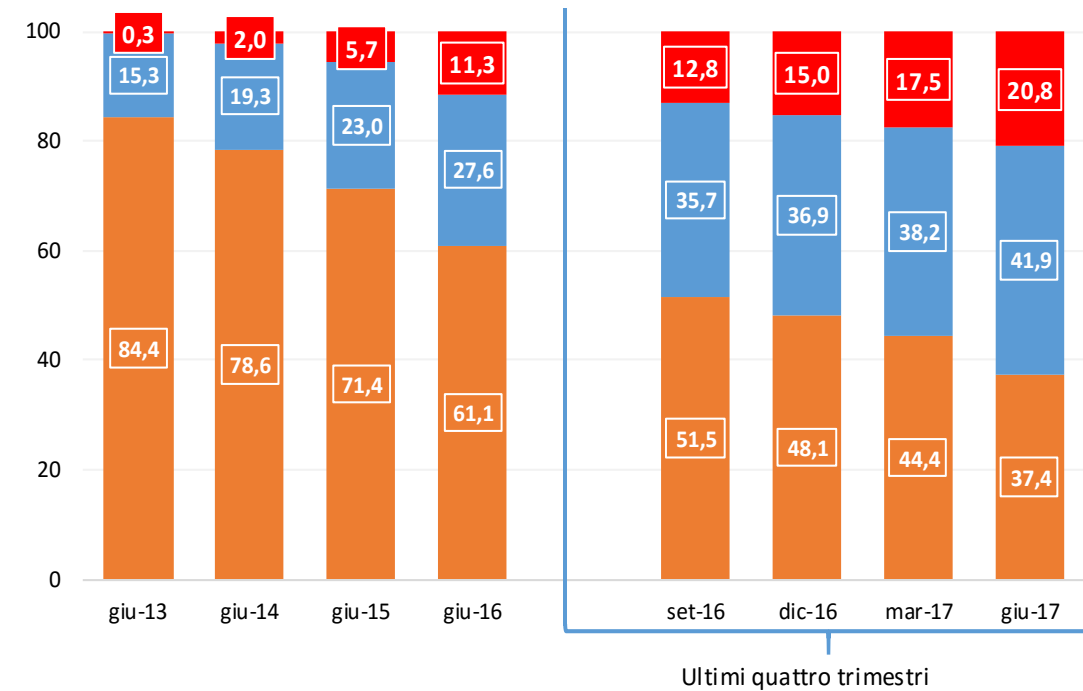
- La quota di mercato di TIM (**45,5%**) si riduce di **0,7** p.p. su base annua
- Va tuttavia sottolineato che su base trimestrale si arresta, per la prima volta, la progressiva erosione della quota di mercato di TIM
- Fastweb e Wind Tre si attestano entrambe intorno al **15%** (in crescita di **0,2** 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)

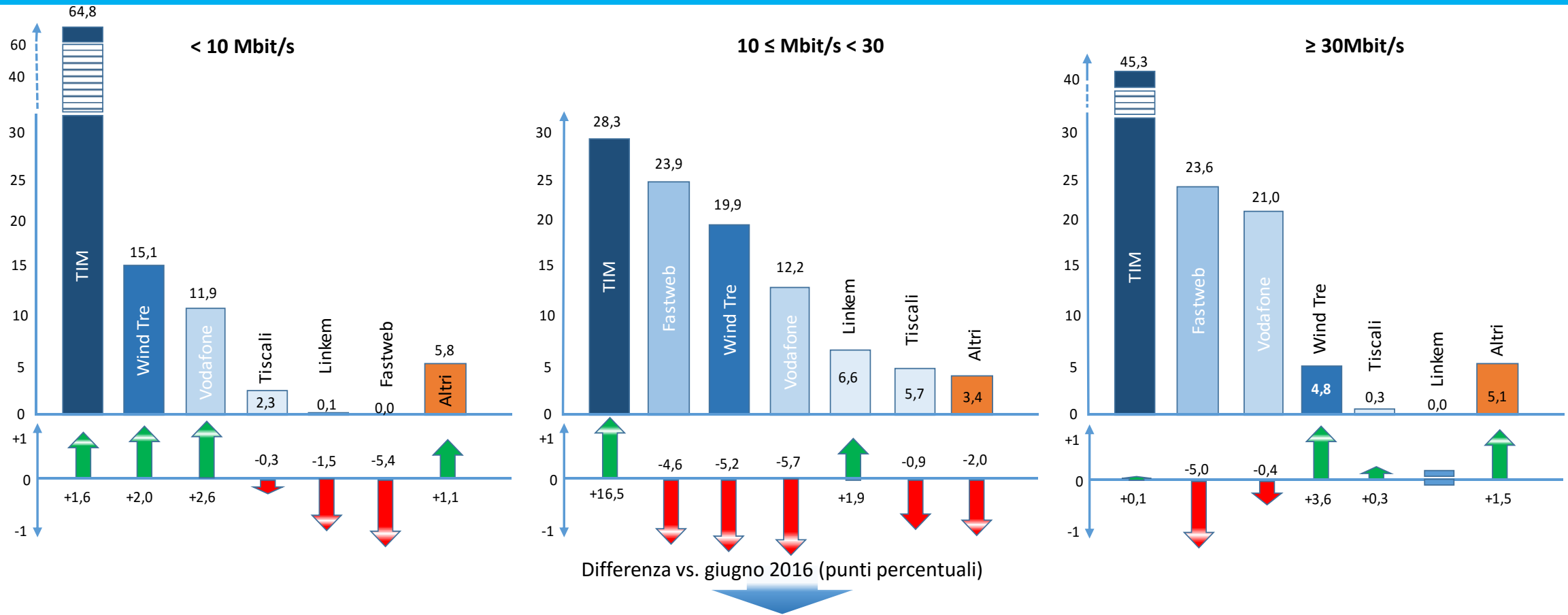


Accessi per classi di velocità (%)



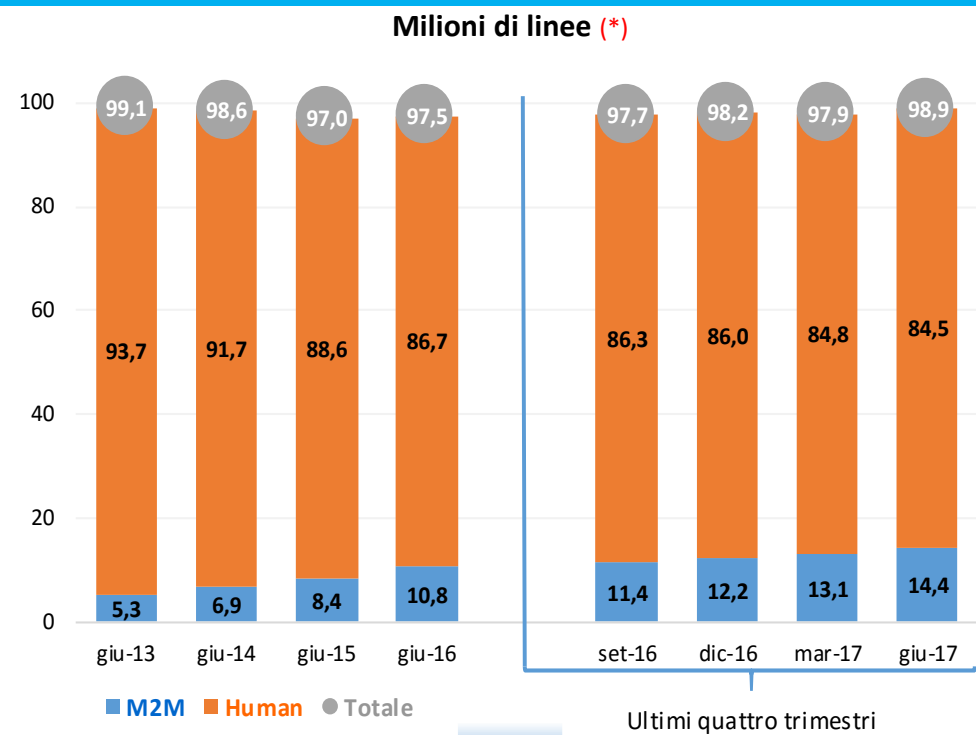
- A giugno 2017, oltre il **62%** delle linee a larga banda sono commercializzate con velocità pari o superiore a 10 Mbit/s
- Su base annua, le linee con velocità pari o superiore a 30 Mbit/s crescono di poco più di **1,6** milioni di unità, arrivando a **3,4** milioni di accessi
- Gli accessi con velocità 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 %)



- 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

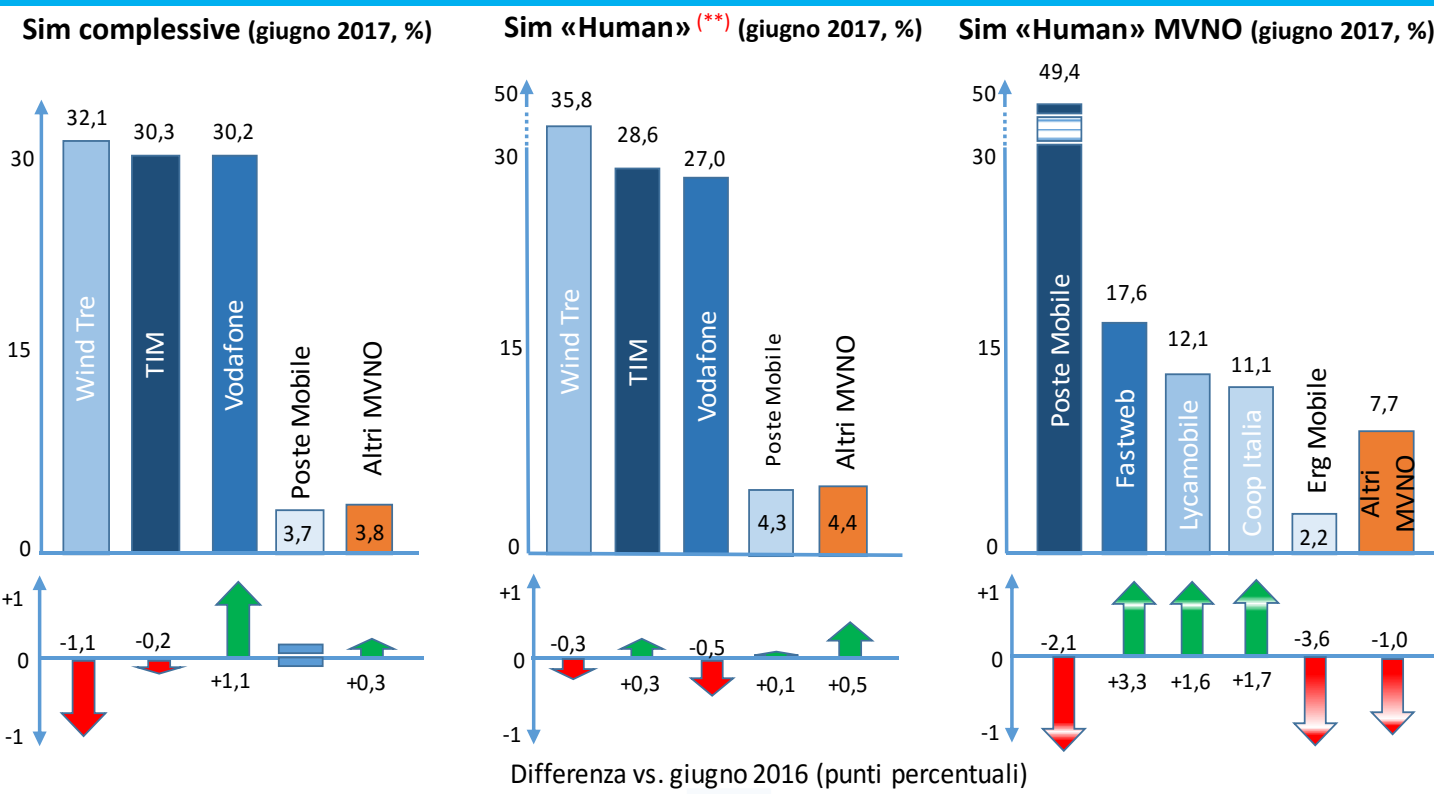
# 1.6 Rete mobile: linee compressive



- 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

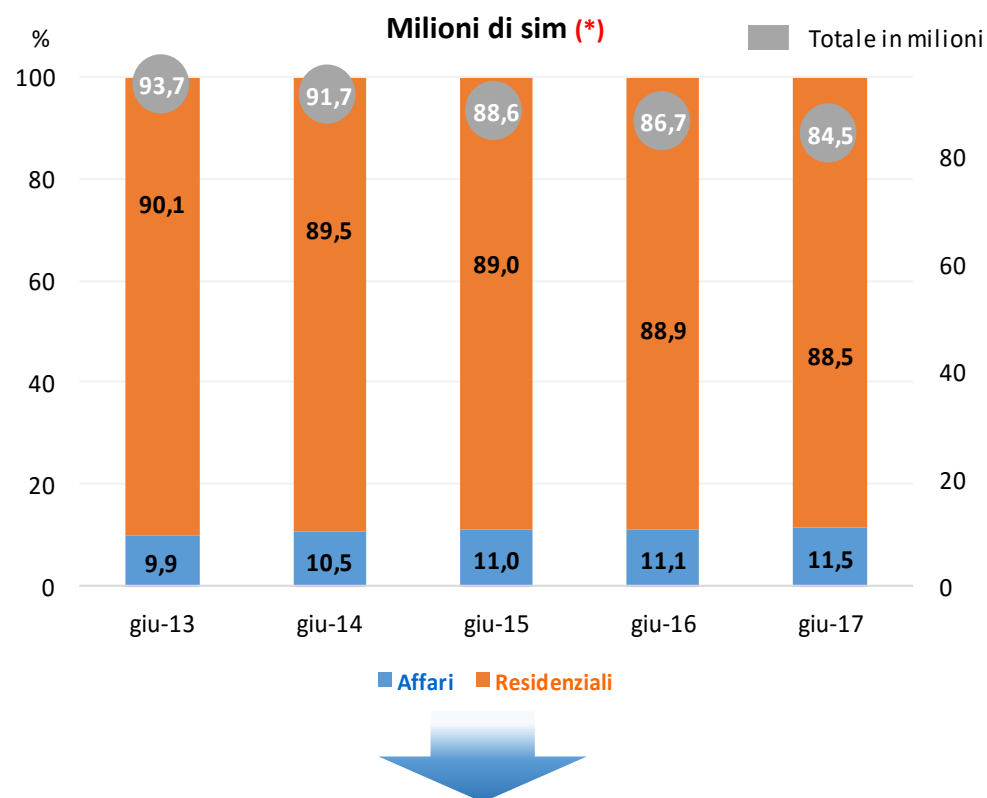
(\*\*) - Sim che effettuano traffico «solo voce» o «voce e dati», incluse le sim solo dati con interazione umana (es: chiavette per PC, sim per tablet ecc.)



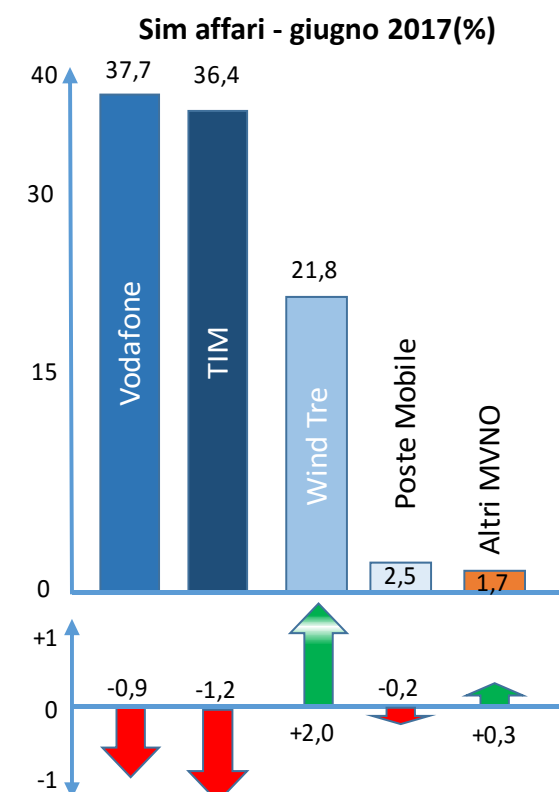
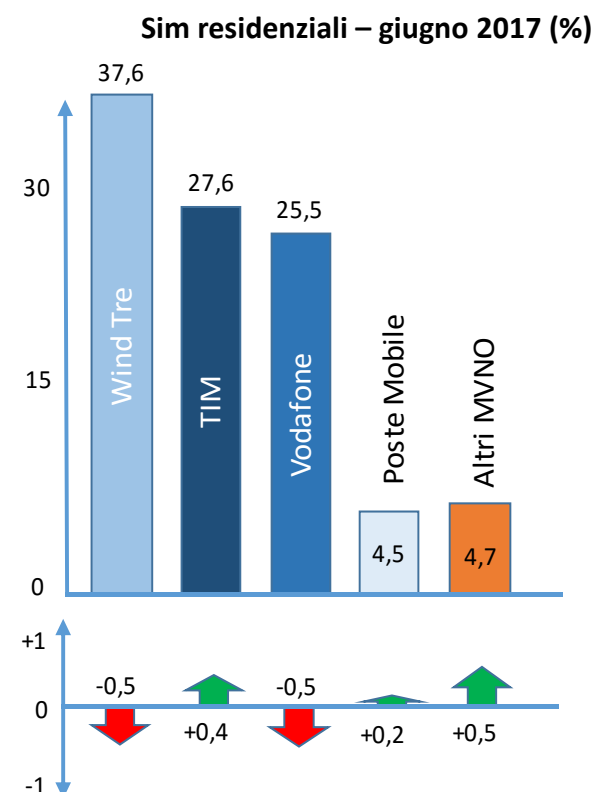
- Con riferimento alle sim compressive, Wind Tre (\*) si conferma market leader, ma perde **1,1** p.p. su base annua; Vodafone guadagna oltre **1** p.p. portandosi a ridosso di TIM (**-0,2%**)
- Guardando le sole sim human, Wind Tre perde **0,3** p.p. su base annua scendendo al **35,8%** mentre TIM guadagna **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



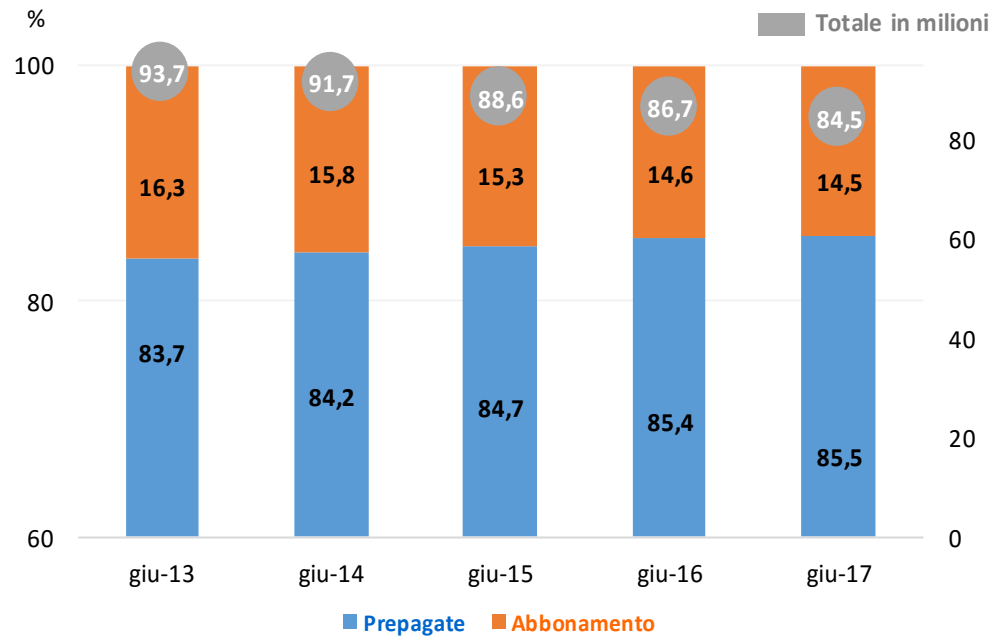
- Su base annua, l'utenza **affari** (11,5% delle linee pari a 9,7 mln di sim) registra un lieve incremento (+120 mila unità), mentre le utenze **residenziali** (88,5% delle linee pari a 74,8 mln di sim) segnano una diminuzione di quasi **2,4** milioni linee
- Nell'intero periodo considerato l'utenza 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%**

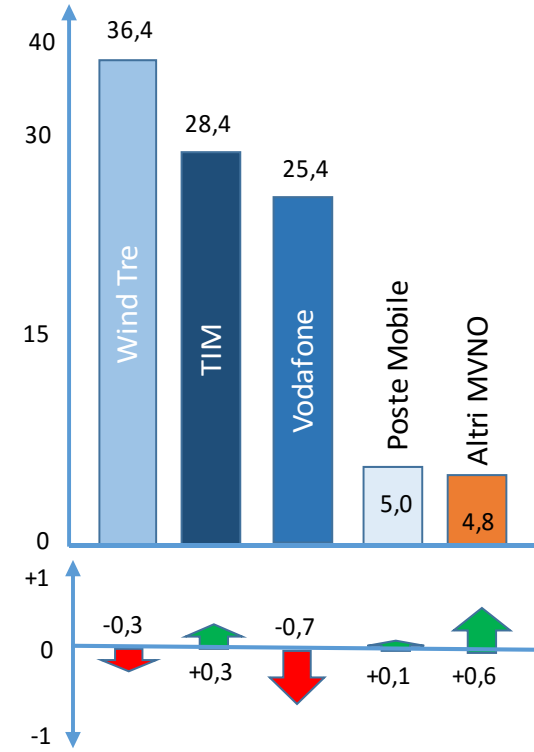
# 1.8 Rete mobile: SIM «human» per tipologia di contratto

Sim per tipologia di contratto (milioni) (\*)

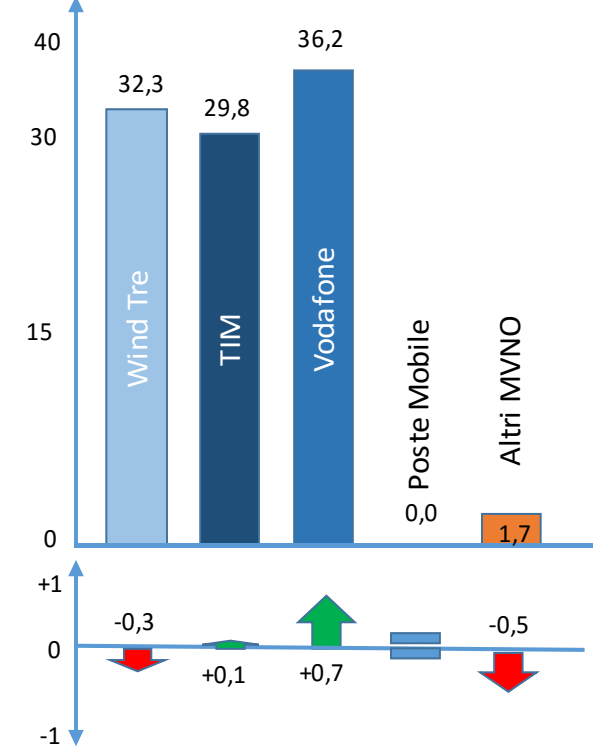


- A giugno, l'**85,5%** della *customer base* (pari a 72,2 milioni di sim) utilizza schede **prepagate**; in termini assoluti, su base annua, queste risultano in calo di oltre **1,8** milioni di unità
- Anche le schede in **abbonamento** pari al **14,5%** delle linee (12,3 milioni di sim) registrano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

Sim prepagate - giugno 2017 (%) (\*)



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



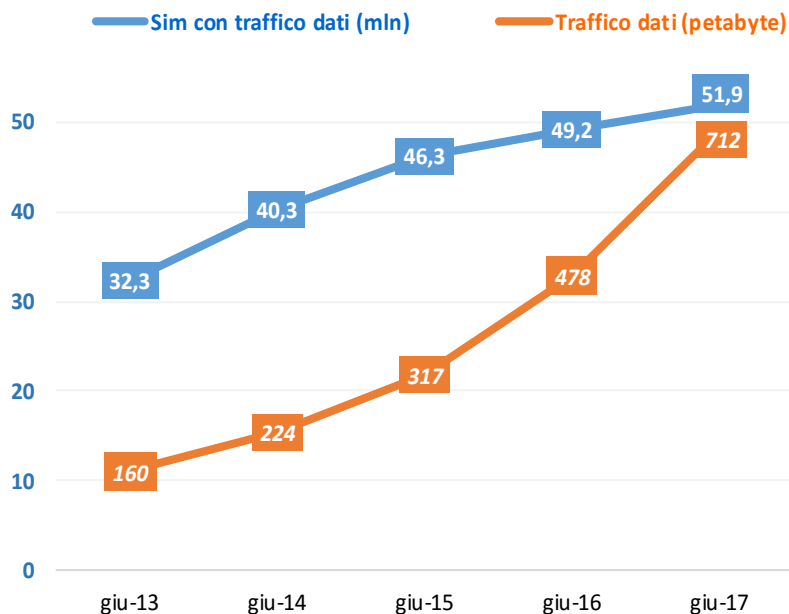
Differenza vs. giugno 2016 (punti percentuali)



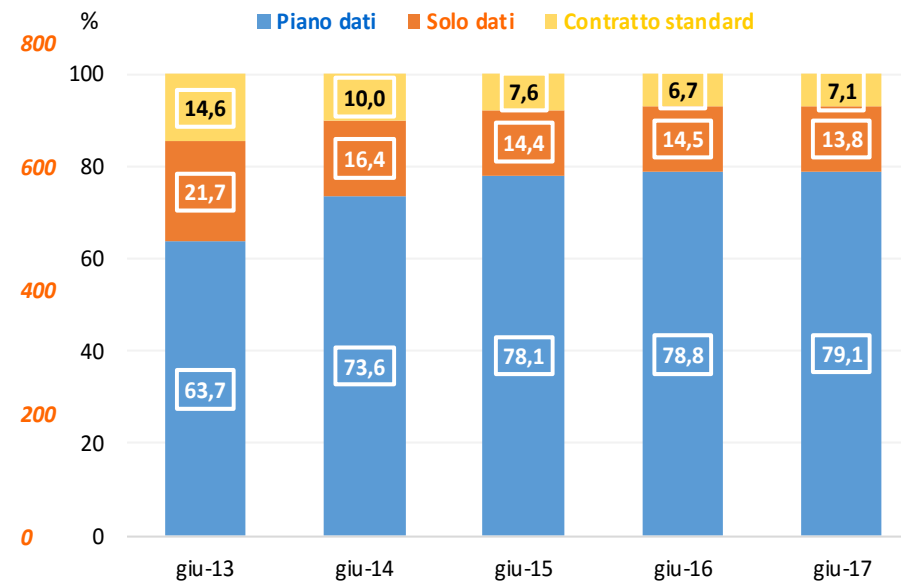
- Su base annua, nel segmento delle **prepagate** aumenta la quota di TIM (**+0,3** p.p.), di Poste Mobile (**+0,1** p.p.) e degli altri operatori MVNO (**+0,6** p.p.), mentre diminuiscono quelle di Vodafone (**-0,7** p.p.) e di Wind Tre (**-0,3** p.p.)
- Nel segmento **abbonamenti**, Vodafone guadagna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

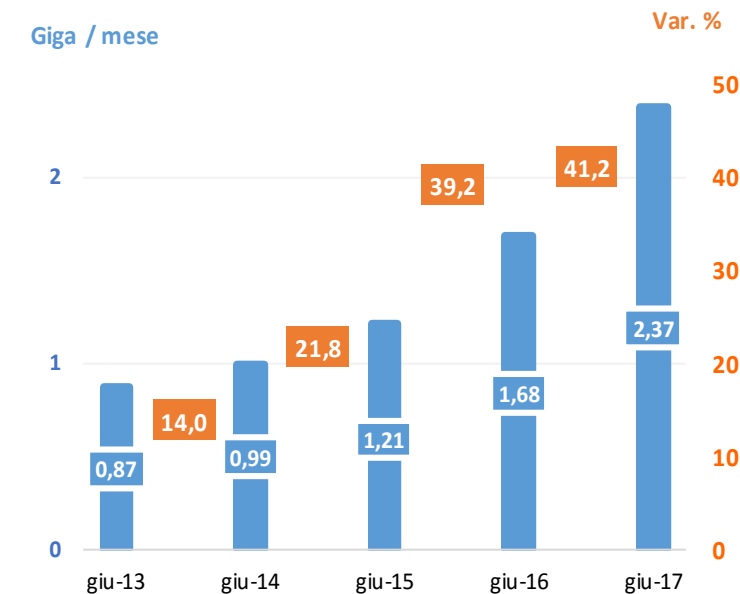
## Volume traffico dati



## Sim dati per tipologia contrattuale (%)

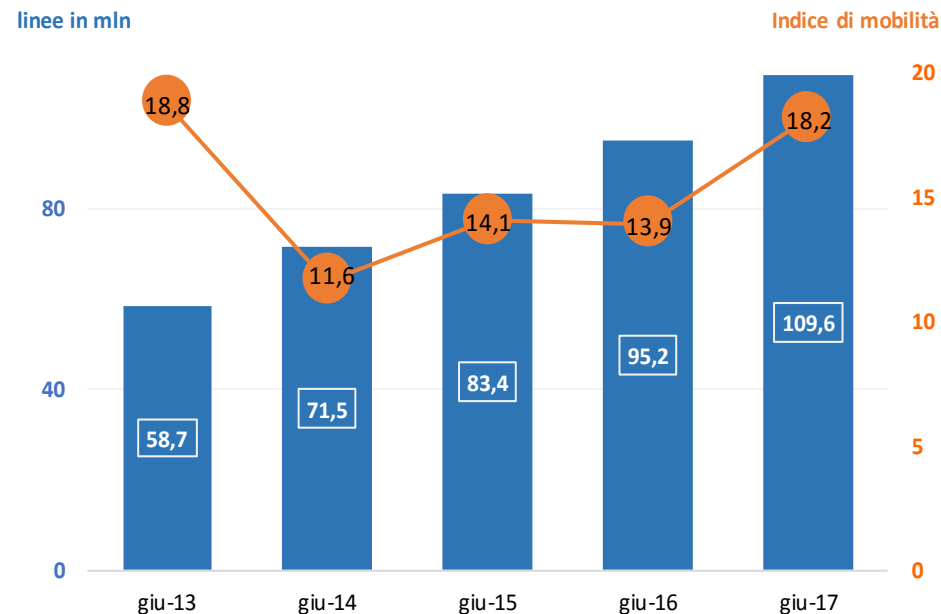


## Traffico unitario mensile (GB/mese e var. %)

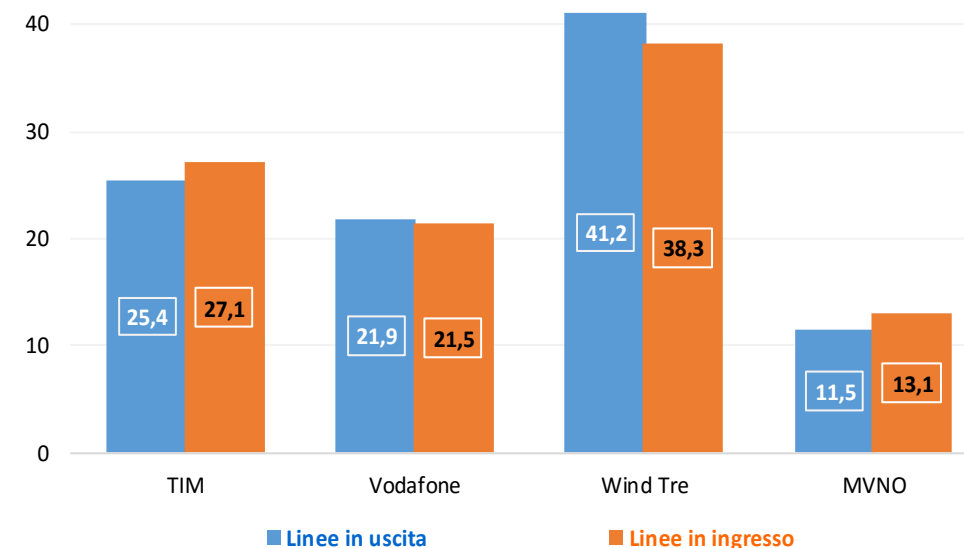


- Nell'ultimo anno, il numero delle sim con accesso a Internet è cresciuto del **5,6%** arrivando a **51,9** milioni di unità; mentre i consumi medi mensili (**2,37** Giga/mese) hanno registrato una crescita di oltre il **40%** rispetto la primo trimestre dello scorso anno
- Il traffico dati complessivo 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

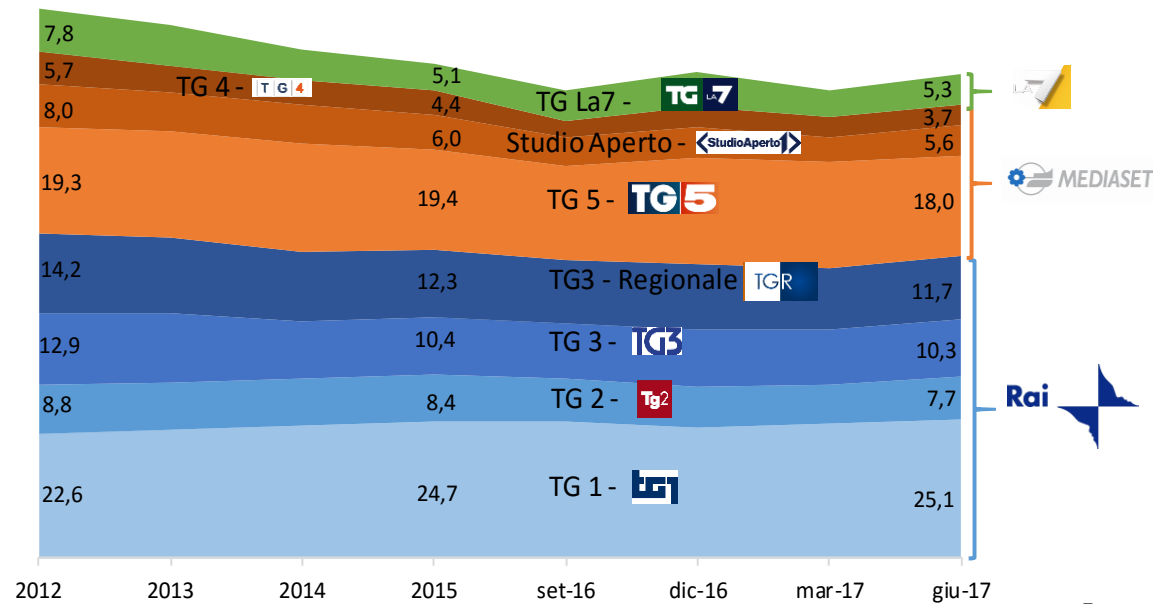


- A giugno 2017, il numero cumulato di operazioni di portabilità del numero mobile sfiora i **110 milioni** di unità (dato cumulato)
- Con riferimento agli ultimi dodici mesi, il saldo tra operazioni «recipient» e «donating» risulta negativo per Wind Tre (**-411** mila unità) mentre ha segno positivo per TIM (**+238** mila unità) e gli MVNO
- L'*indice di mobilità*<sup>(\*)</sup>, 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»)

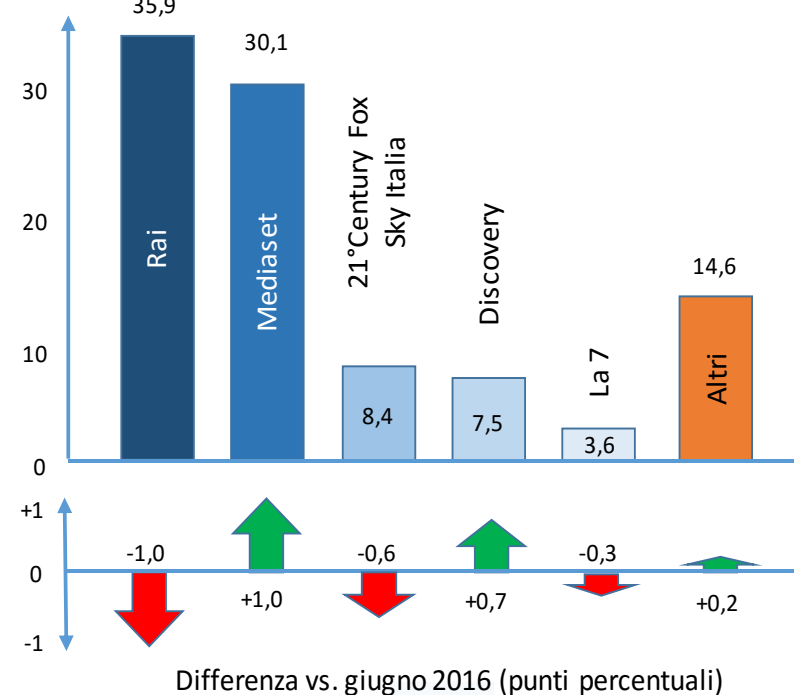
# 2.1 Media: TV

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 (%)

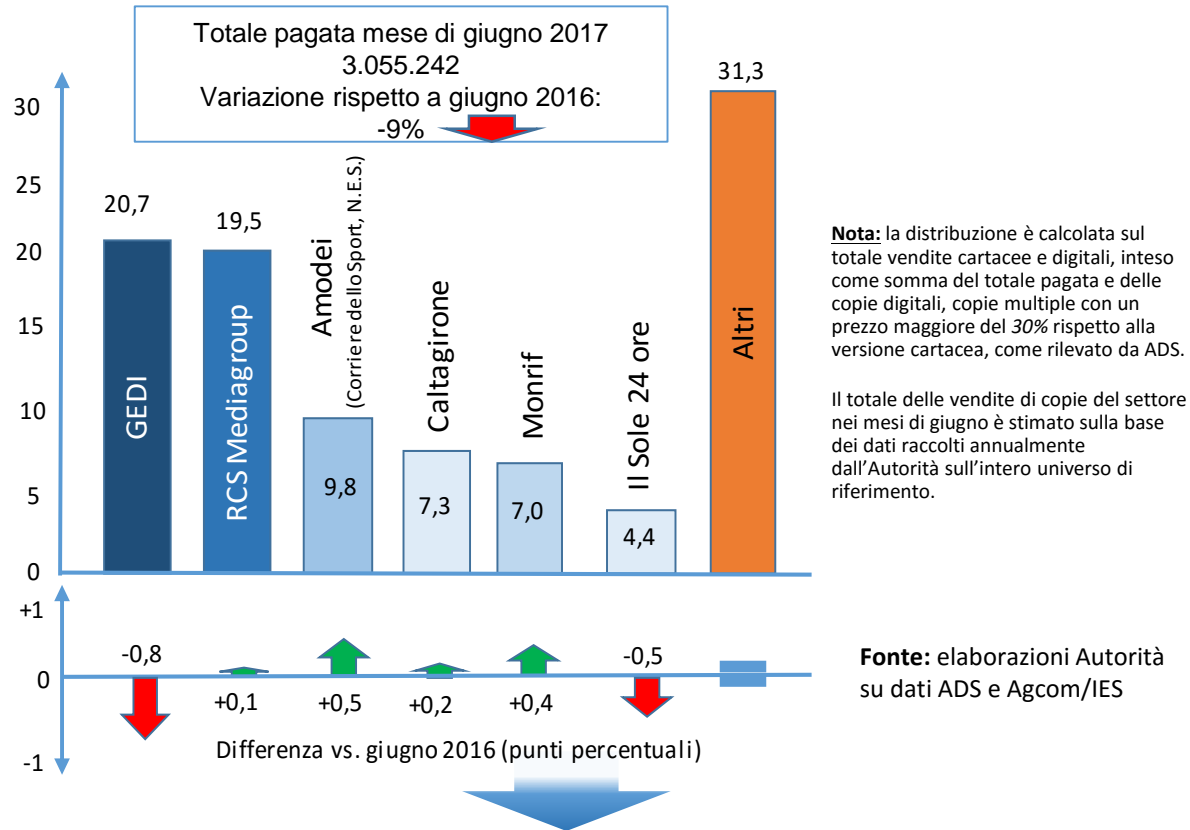


- Rai e Mediaset si confermano i principali operatori in termini di ascolto dei principali Tg; Tg1 e Tg5 risultano i più seguiti nell'edizione serale raggiungendo oltre 7 milioni di ascoltatori nel giorno medio (25% di share nel caso dell'edizione serale del Tg1)
- Si conferma per il TgR, testata a carattere 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

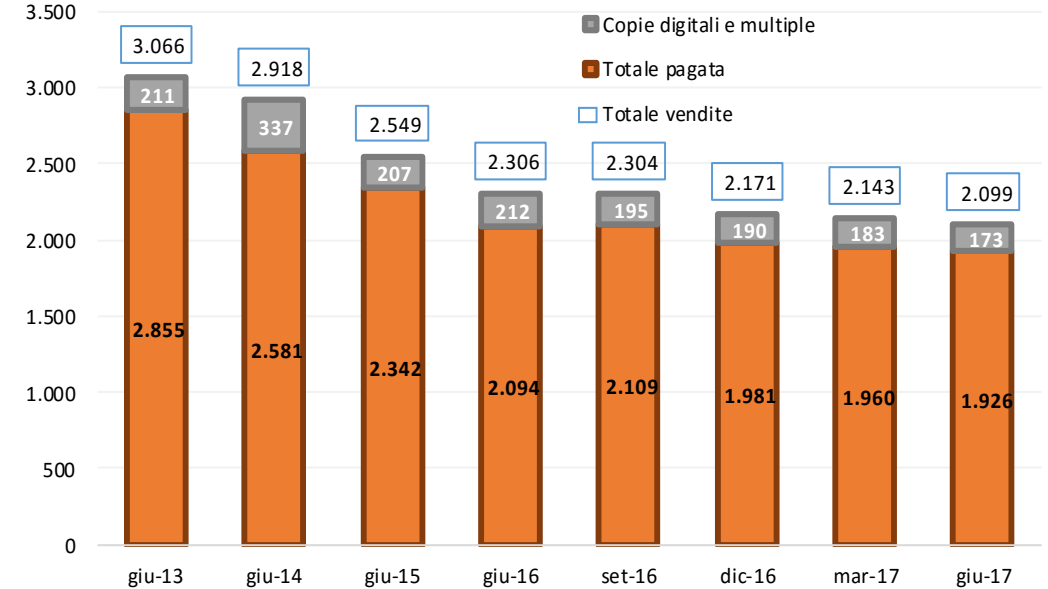
## 2.2 Media: Quotidiani

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.)

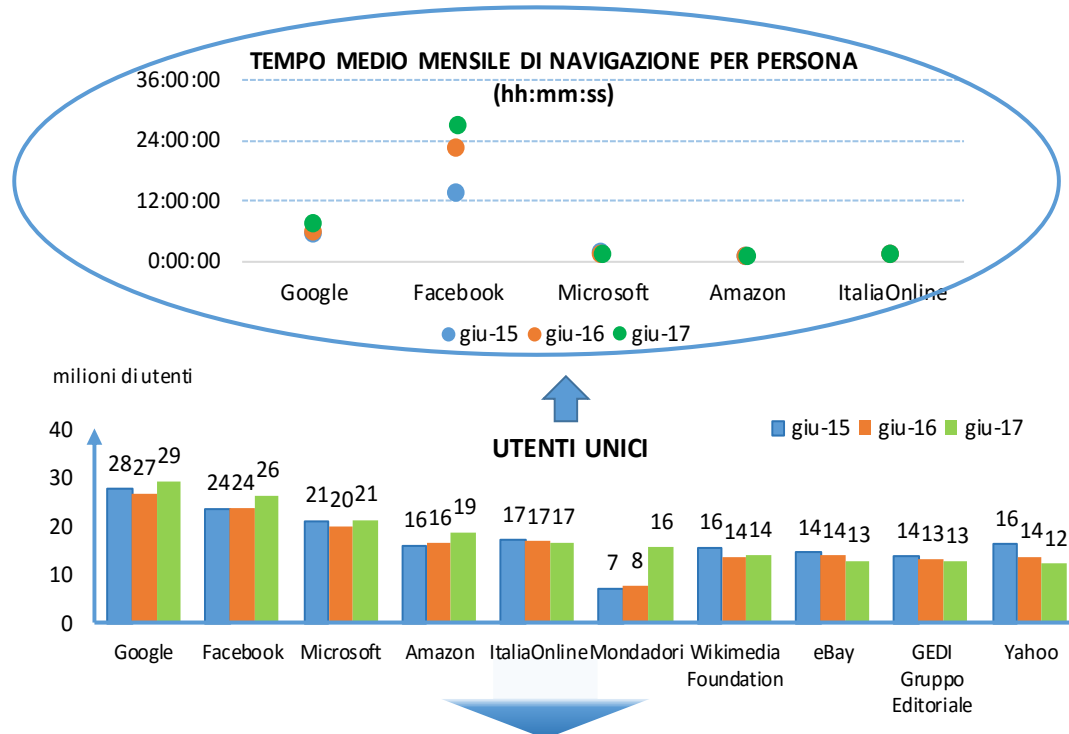
Distribuzione delle vendite giornaliere dei maggiori gruppi editoriali per tipologia di vendita (in migliaia – giugno 2017)



**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.

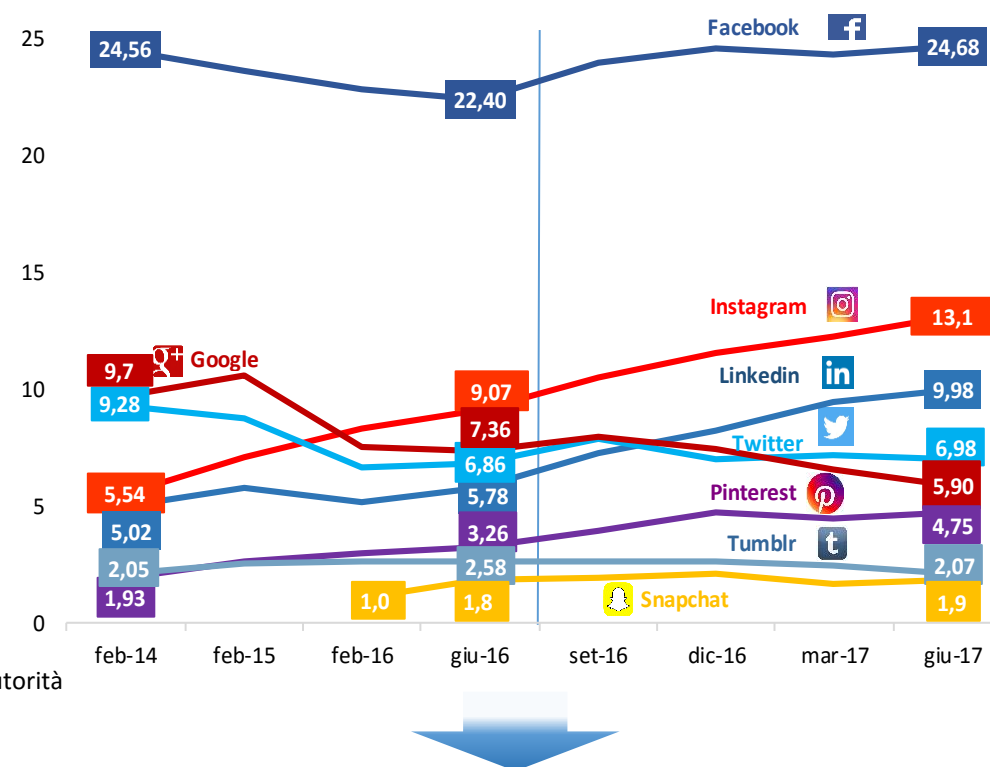
- Le vendite di copie cartacee dei quotidiani dei principali operatori sono in strutturale contrazione e, rispetto al giugno 2013, diminuiscono del **33%**
- A partire dal giugno 2016 si osserva una riduzione della componente digitale delle vendite di quotidiani dei primi 7 soggetti
- Il peso delle copie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

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

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

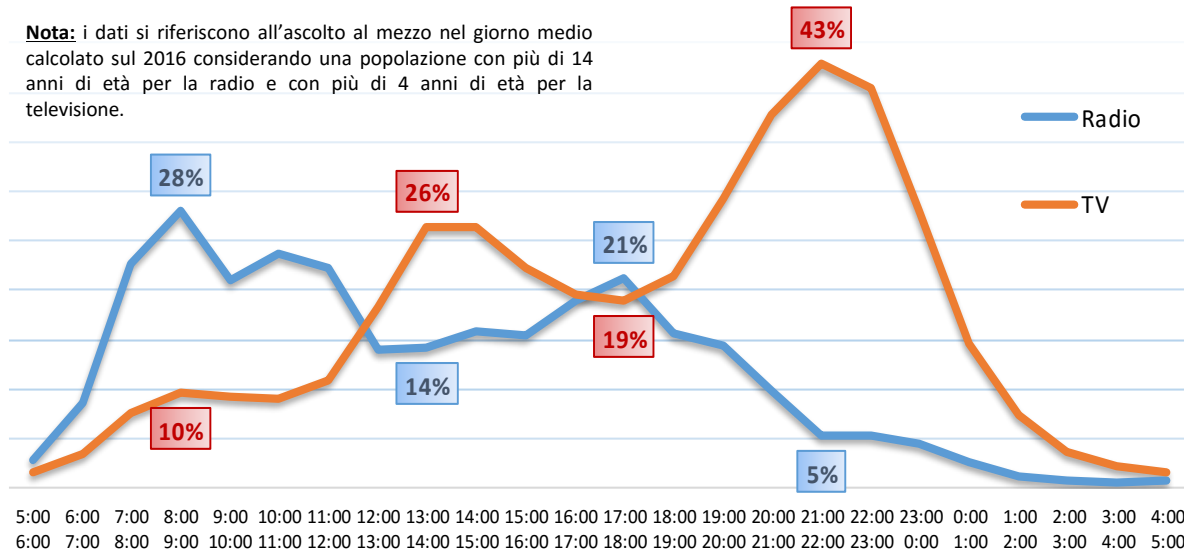


- Facebook è il social network più utilizzato dagli italiani con quasi 25 milioni di utenti unici nel mese di giugno e un audience in crescita di 2,3 milioni di utenti rispetto a giugno 2016
- Cresce anche di Instagram, appartenente al gruppo Facebook, con 4 milioni di visitatori in più rispetto a giugno 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)**

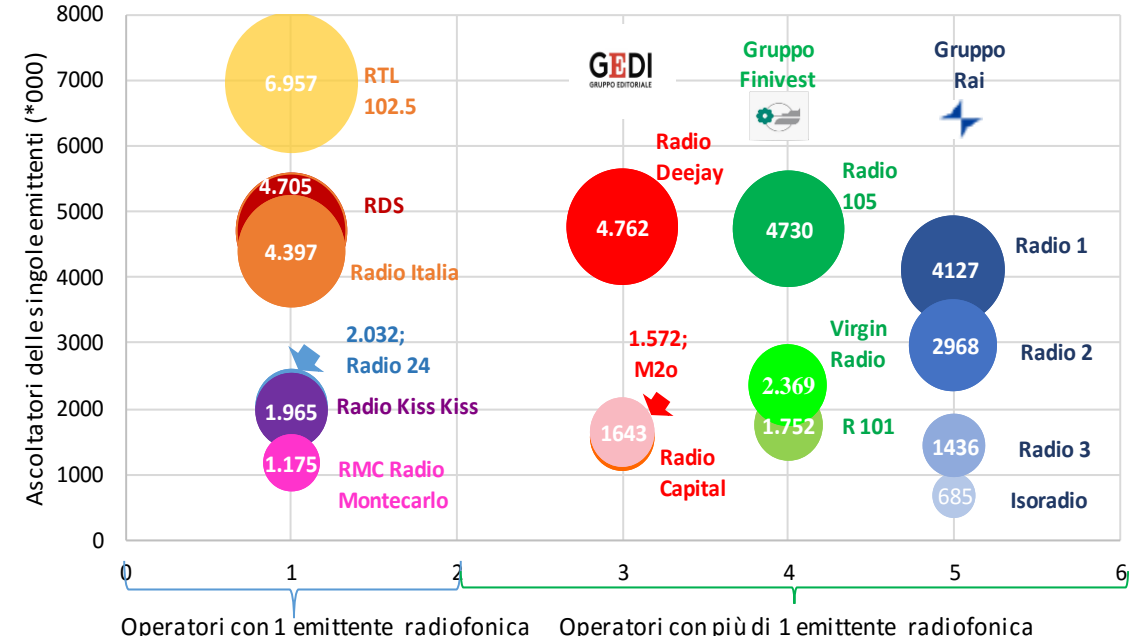
**Nota:** i dati si riferiscono all'ascolto al mezzo nel giorno medio calcolato sul 2016 considerando una popolazione con più di 14 anni di età per la radio e con più di 4 anni di età per la televisione.



**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)**

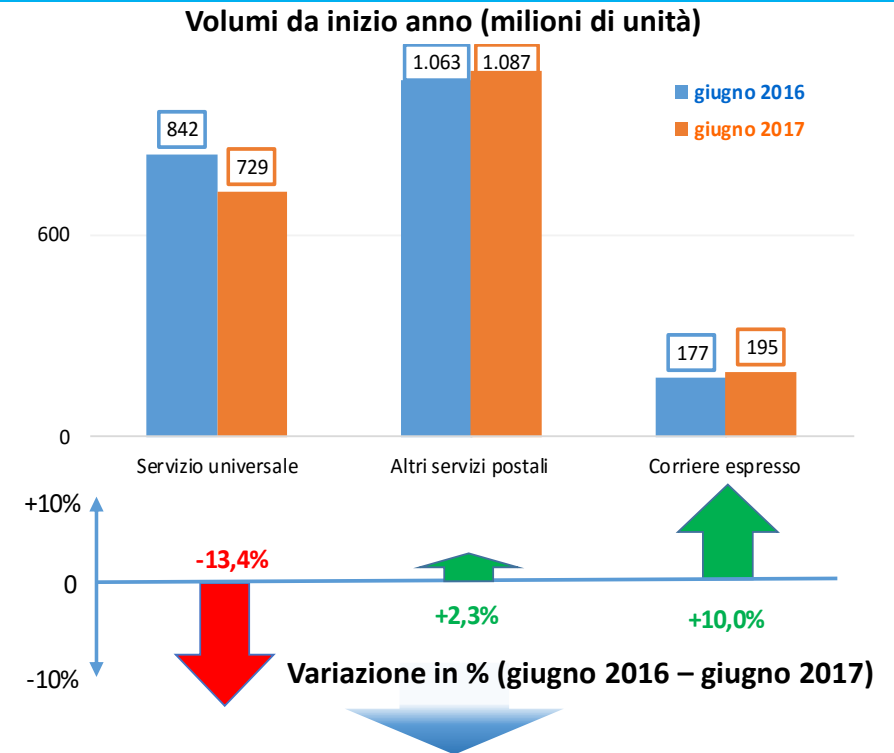
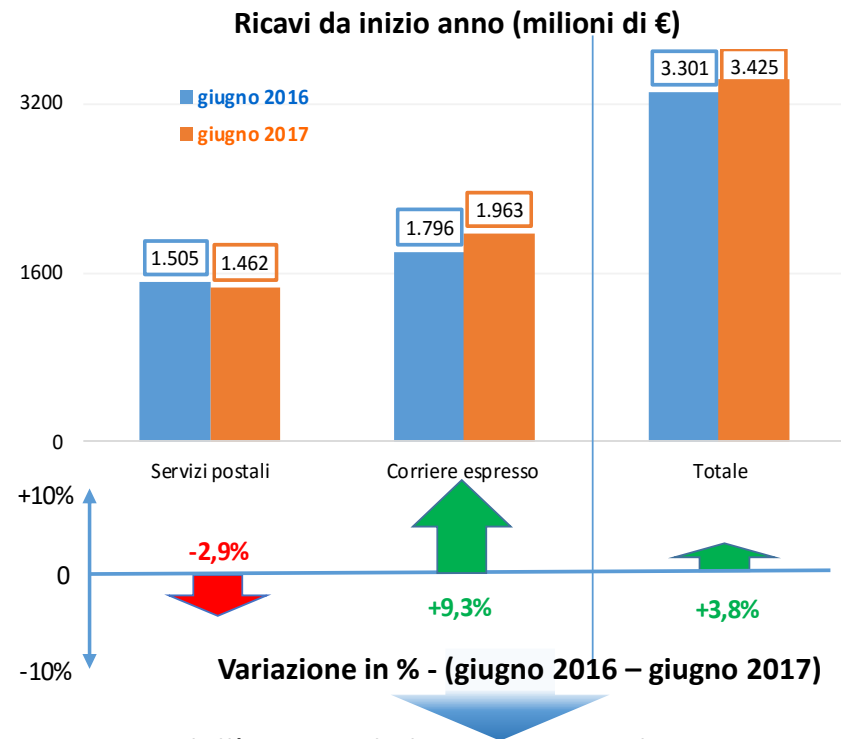


**Nota:** Gli ascoltatori delle singole emittenti nel giorno medio rappresentano valori medi riferibili all'anno 2016 e quindi non sono sommabili fra di loro. Per il Gruppo Rai, cui sono riconducibili 5 emittenti, Radiomonitor non rileva gli ascolti di Gr Parlamento, mentre per il Gruppo Fininvest, cui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



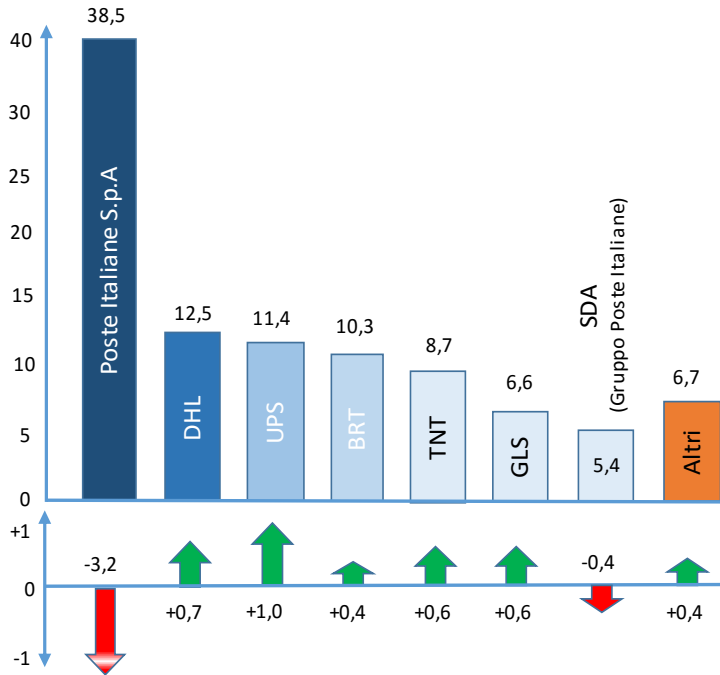
- Il primo semestre dell'anno vede le risorse complessive mercato crescere del **3,8%**
- Servizi postali: mostrano una flessione dell'**2,9%**, che risulta superiore al **14,2%** per i servizi postali nazionali, mentre le risorse dei servizi non inclusi nel servizio universale crescono del **9,3%**
- 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%**

**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

- 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)

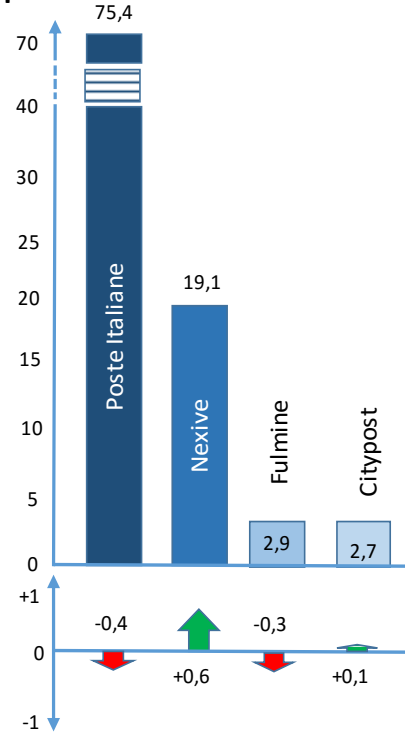
## 3.2 Servizi postali e corrieri espresso: il quadro concorrenziale

**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**

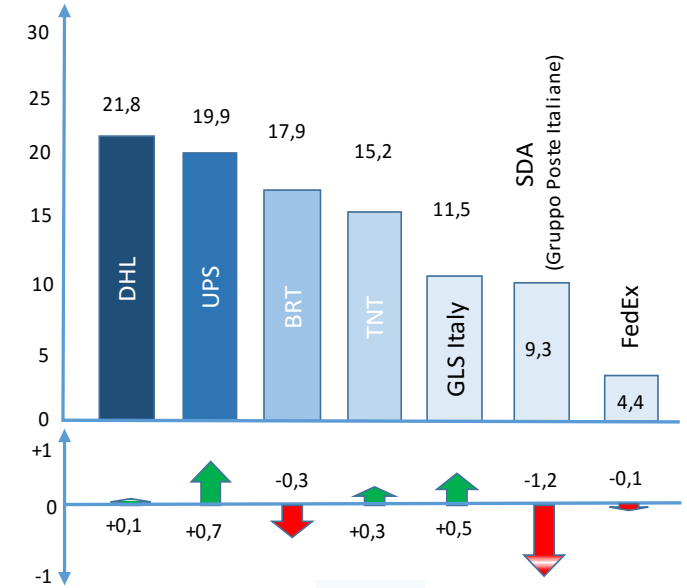


Differenza vs. giugno 2016 (punti percentuali)



- 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.**)

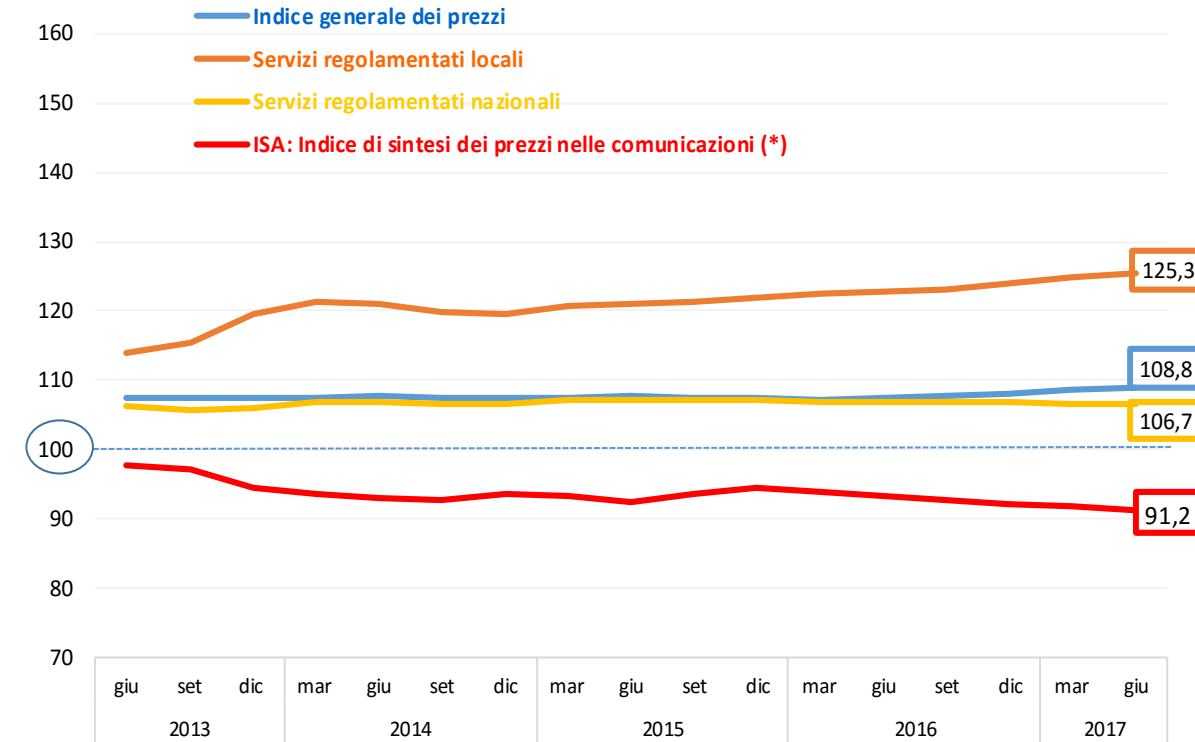
**Corrieri espresso**



- 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)

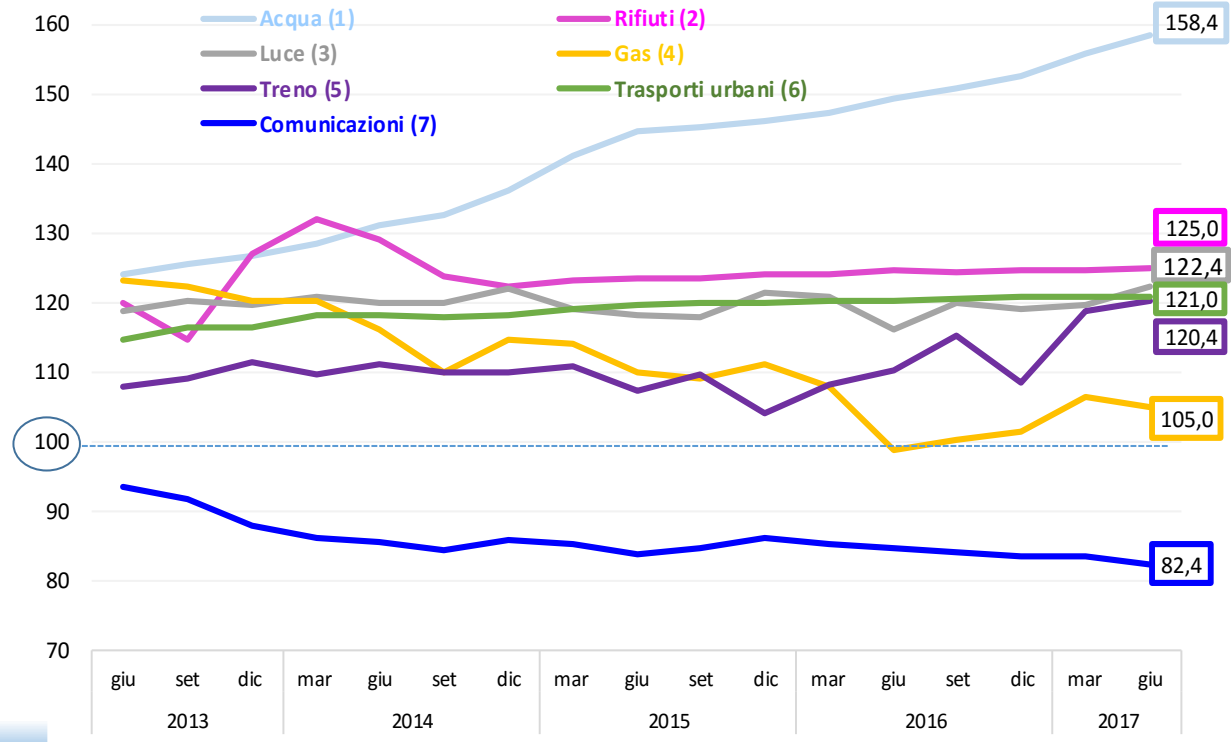
# 4.1 Prezzi: indici generali e principali utilities (2010=100)

## Indici prezzi generali



Fonte: Istat ed elaborazioni Agcom

## Indici prezzi utilities



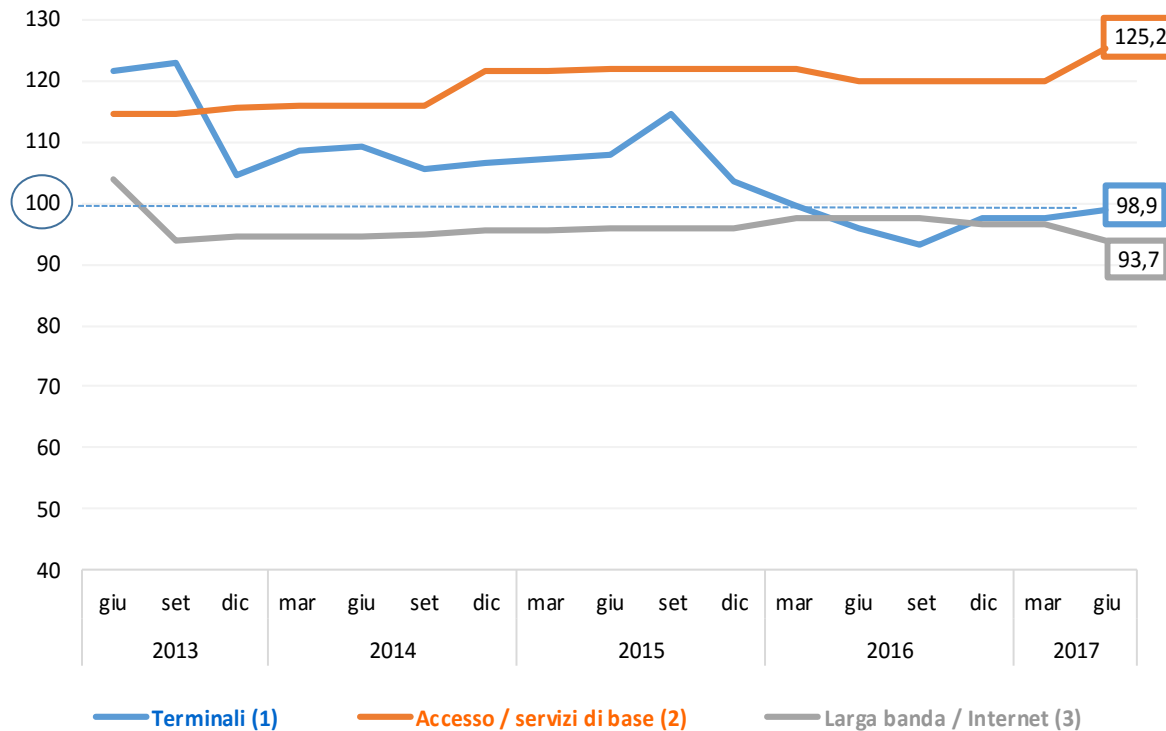
Fonte: Istat ed elaborazioni Agcom

- Nel periodo considerato (giu. 2013 - giu. 2017) l'ISA (*Indice Sintetico Agcom*)<sup>(\*)</sup> 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.

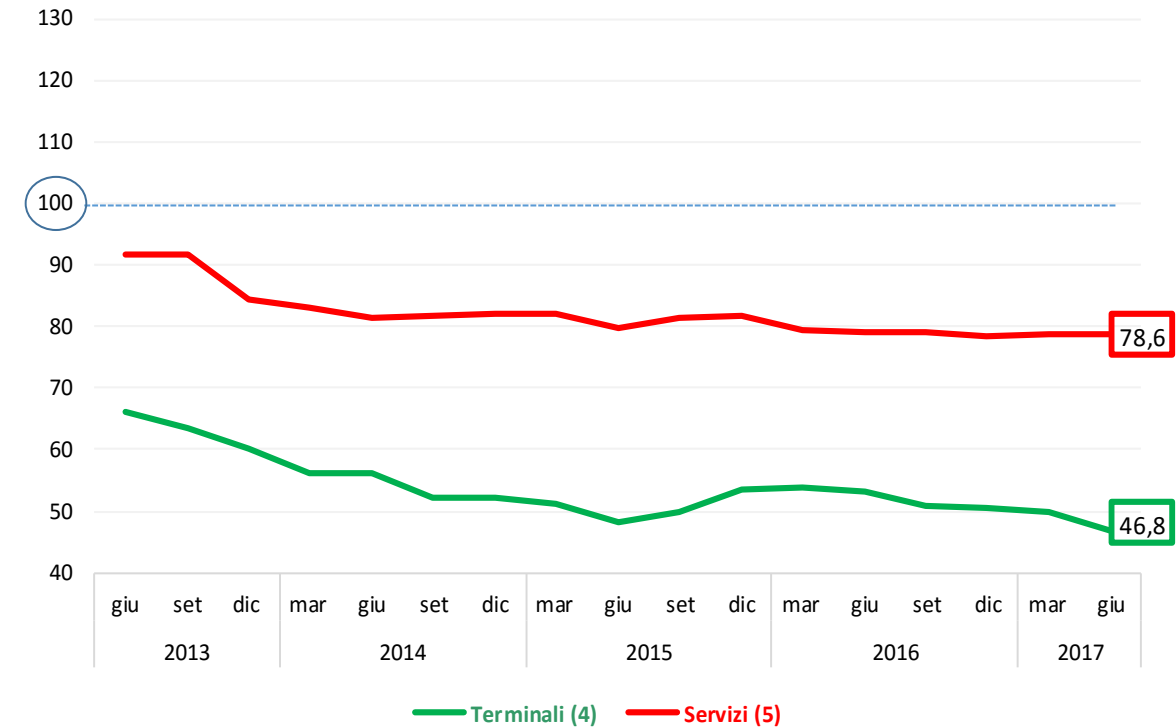
## 4.2 Prezzi: telefonia fissa e mobile (2010=100)

Indici prezzi telefonia fissa



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

Indici prezzi telefonia mobile



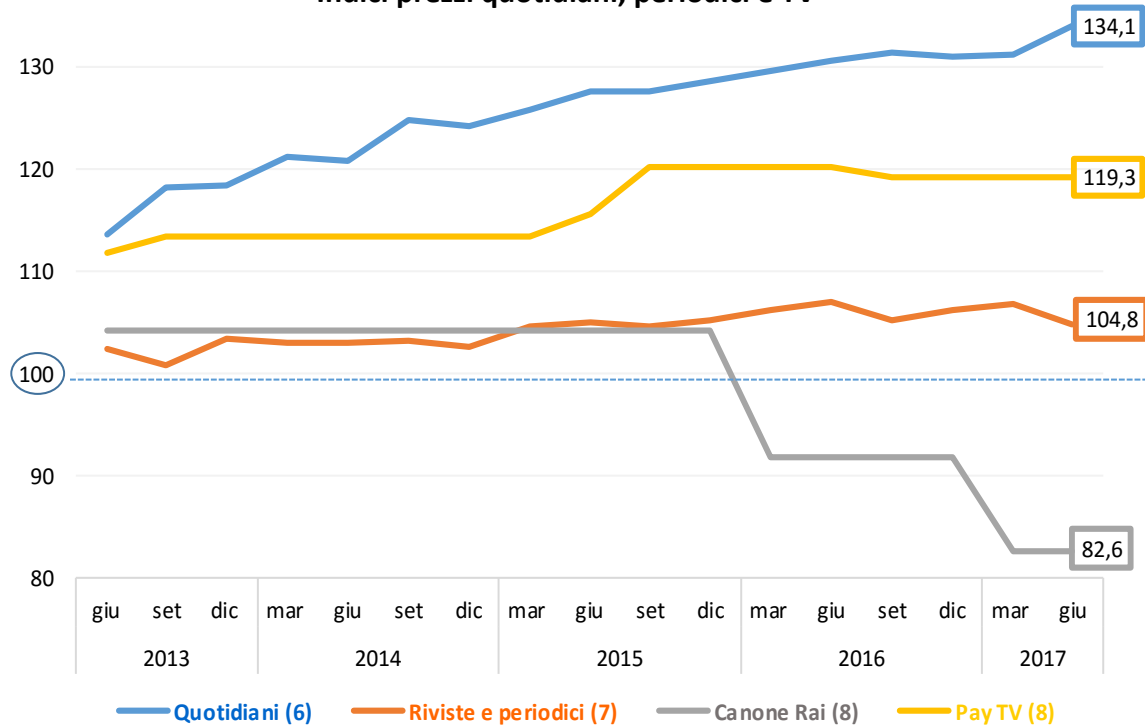
Codici Istat servizi considerati:  
 (4) 08 20 20  
 (5) 08 30 20

- 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

- 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

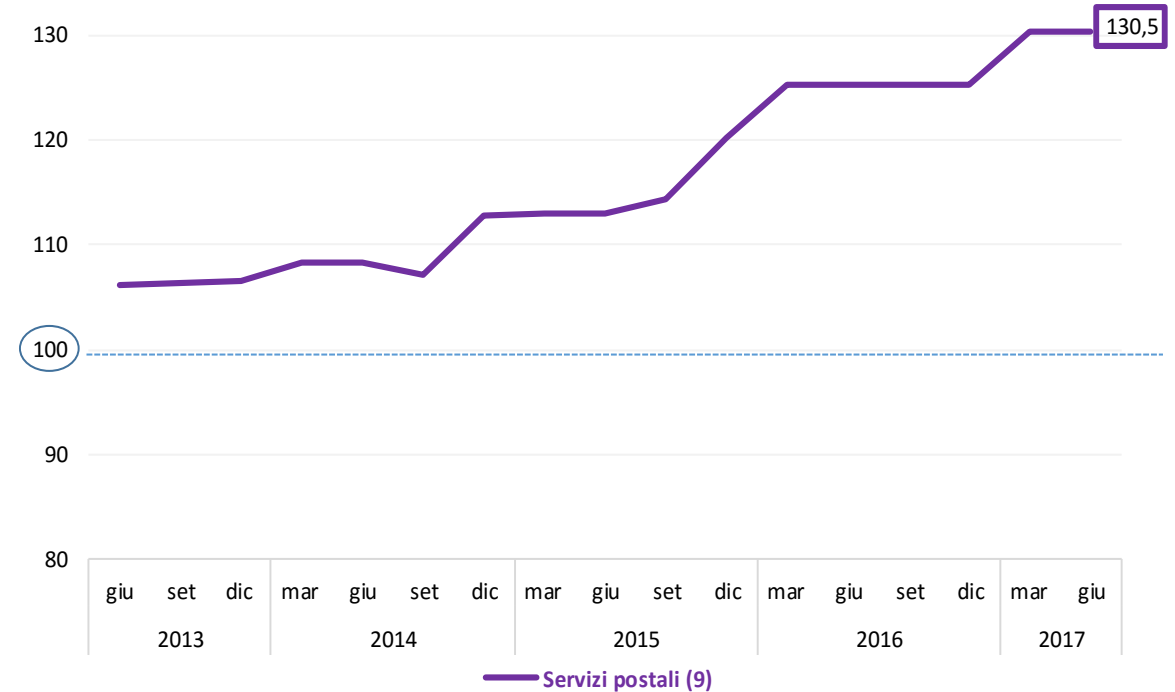


Fonte: Istat ed elaborazioni Agcom

Codici Istat servizi/prodotti considerati:

(6) 09 52 10  
(7) 09 52 20  
(8) 09 42 30

Indici prezzi servizi postali

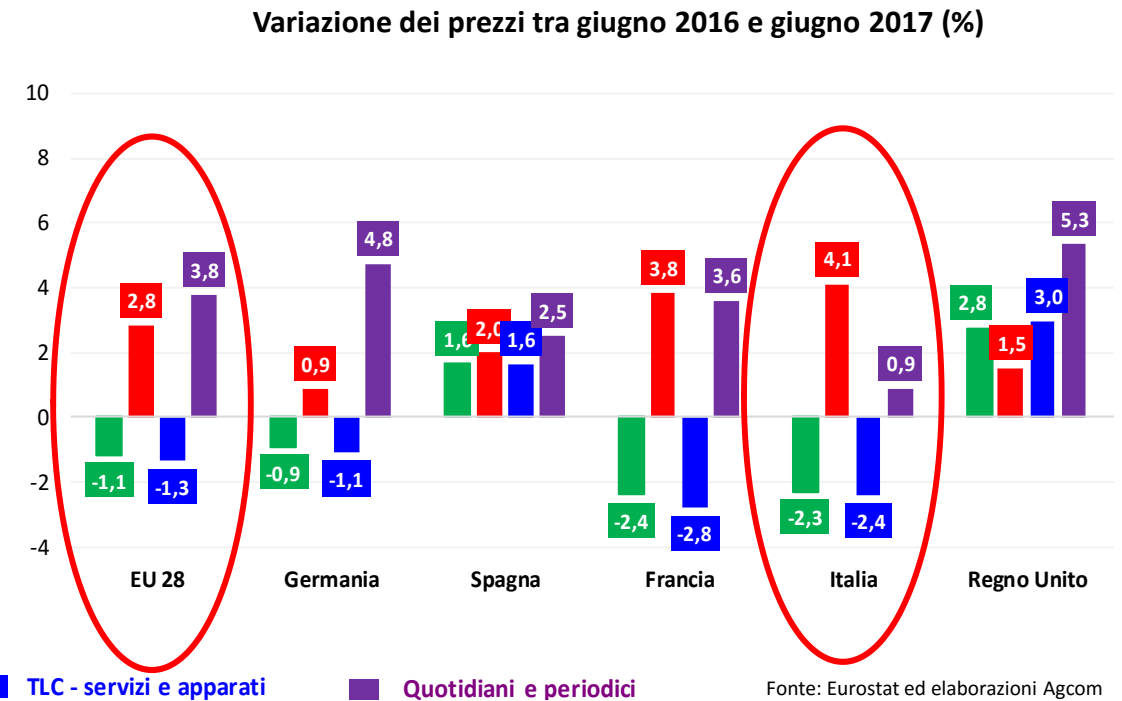
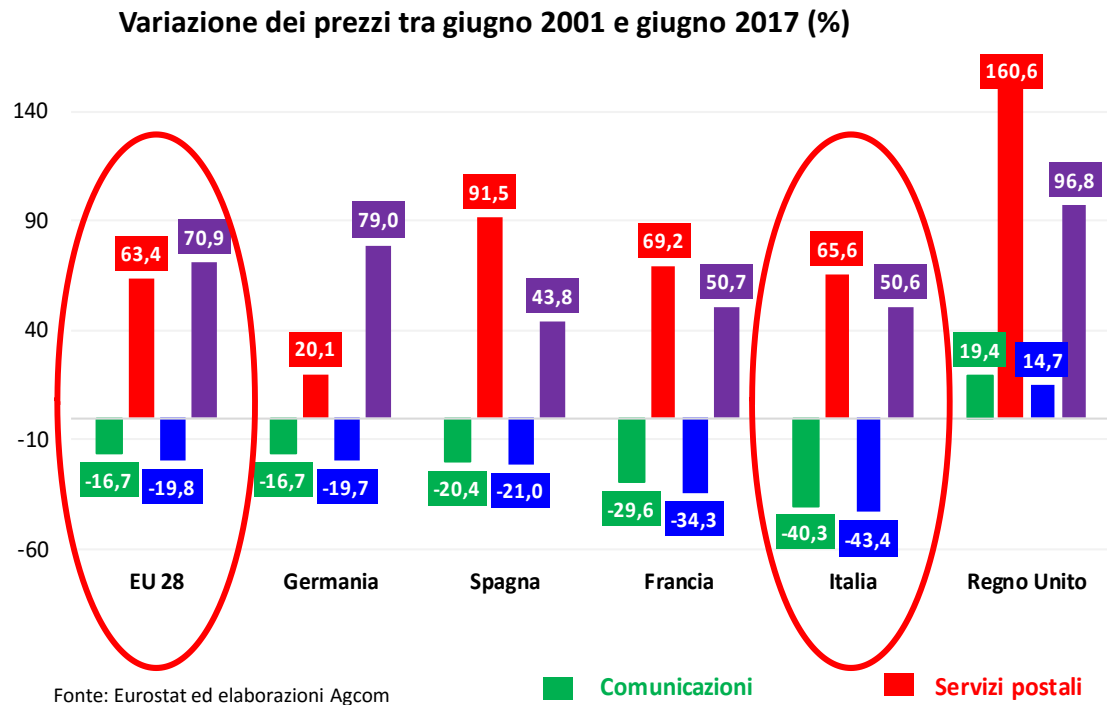


Fonte: Istat ed elaborazioni Agcom

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)



- Secondo i dati Eurostat, nel periodo considerato (giugno 2001 – giugno 2017) l'Italia mostra, per i prezzi di servizi di telecomunicazione, un significativo decremento dei prezzi 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](mailto:ses@agcom.it)**

**Roma**

**Via Isonzo 21/b - 00198**

**Napoli**

**Centro Direzionale Isola B5 -  
80143**