



AUTORITÀ PER LE  
GARANZIE NELLE  
AGCOM COMUNICAZIONI

# OSSERVATORIO SULLE COMUNICAZIONI

N. 1/2024



# 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 Accessi broadband e ultrabroadband per tipologia di clientela e operatore
- 1.5 Traffico dati (download / upload)
- 1.6 Traffico dati medio giornaliero (download + upload)
- 1.7 Traffico dati medio giornaliero per linea broadband
- 1.8 Traffico dati, intensità dei flussi settimanali
- 1.9 Copertura per tecnologia e velocità

## Rete mobile

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

# 02 MEDIA E PIATTAFORME

## Televisione (DVB-T e SAT)

- 2.1 Ascolti complessivi delle emittenti nazionali
- 2.2 Ascolti dei principali gruppi televisivi (intero anno)
- 2.3 Ascolti dei principali gruppi televisivi (quarto trimestre)
- 2.4 Ascolti dei principali canali nazionali (intero anno)
- 2.5 Ascolti dei principali canali nazionali (quarto trimestre)
- 2.6 Ascolti complessivi dei principali TG nazionali
- 2.7 Ascolti dei principali tg nazionali nel giorno medio da inizio anno
- 2.8 Ascolti dei canali «all news» nel giorno medio da inizio anno

## Editoria quotidiana

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

## Piattaforme

- 2.13 Utenti unici dei siti/app dei principali operatori
- 2.14 Utenti unici dei siti/app di informazione generalista
- 2.15 Utenti unici dei siti/app di e-commerce
- 2.16 Utenti unici dei siti/app di social network
- 2.17 Utenti unici dei siti/app di servizi VOD a pagamento
- 2.18 Tempo speso sui siti/app di servizi VOD a pagamento
- 2.19 Utenti unici dei siti/app di servizi VOD gratuiti
- 2.20 Tempo speso sui siti/app di servizi VOD gratuiti

# 03 SERVIZI POSTALI

## Ricavi

- 3.1 Andamento dei ricavi
- 3.2 Andamento dei ricavi da servizi di corrispondenza
- 3.3 Andamento dei ricavi da servizi di consegna pacchi
- 3.4 Trend storico dei ricavi

## Volumi

- 3.5 Andamento dei volumi
- 3.6 Andamento dei volumi da servizi di corrispondenza
- 3.7 Andamento dei volumi da servizi di consegna pacchi
- 3.8 Trend storico dei volumi

## Il mercato

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

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

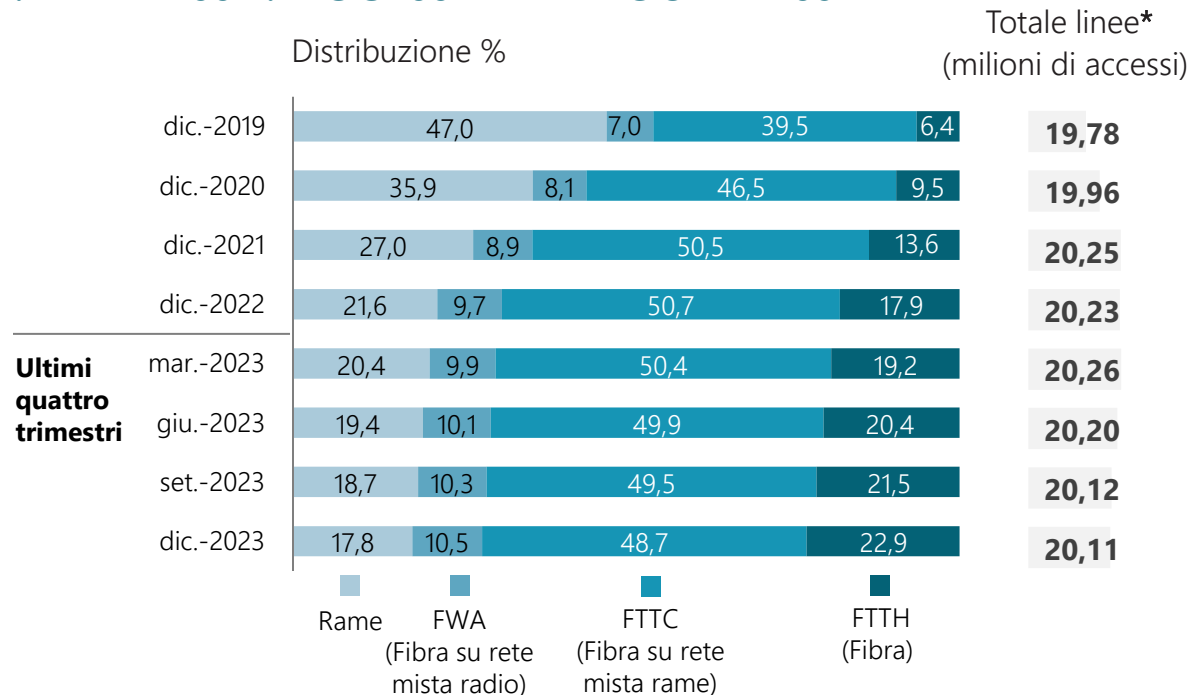
I valori riportati nelle sezioni 1 e 3 dell'Osservatorio, sono stime basate su informazioni fornite dalle principali imprese presenti nei mercati delle comunicazioni elettroniche e dei servizi di corrispondenza e di consegna pacchi. Con riguardo alla sezione dedicata ai media e alle piattaforme (sezione 2), i dati fanno riferimento ad elaborazioni su informazioni da fonte esterna (Auditel, Audiweb, ADS e Comscore), mentre relativamente alla sezione 4, dedicata all'andamento degli indici dei prezzi nazionali e internazionali dei mercati di competenza istituzionale dell'Autorità, per i primi i dati sono forniti da Istat, mentre per i secondi sono utilizzati quelli elaborati da Eurostat.

I dati raccolti in questo numero sono aggiornati a dicembre 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 (2010=100)
- 4.2 Telefonia fissa e mobile (2010=100)
- 4.3 Quotidiani, periodici, TV e servizi postali (2010=100)
- 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

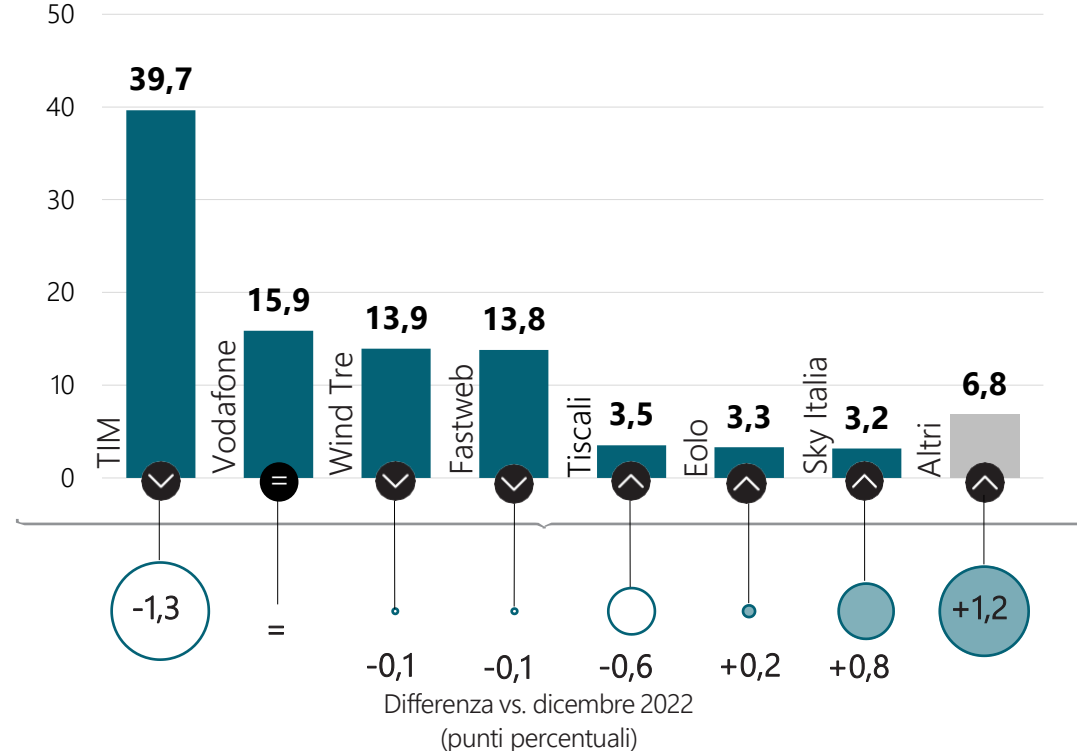
\* Il **totale linee**, coerentemente con quanto previsto dalla reportistica europea, comprende anche le linee indicate nelle categorie «other NGA», «other not NGA» e «Satellite». Nel complesso, a dicembre 2023, tali linee sono stimate in circa lo 0,2% del totale pari a poco più di 30.000 linee, in prevalenza satellitari.

Totale linee	(valori assoluti)	(Δ %)	Composizione %	(Δ 2022-2023 in punti percentuali)
Variazione trimestrale: (Set. 2023 – Dic. 2023)	<b>-16 mila</b> accessi	↓ -0,1	Rame:	-3,8 ↓
Variazione annuale: (Dic. 2022 – Dic. 2023)	<b>-127 mila</b> accessi	↓ -0,6	FWA:	+0,8 ↑
Variazione periodo: (Dic. 2019 – Dic. 2023)	<b>+330 mila</b> accessi	↑ +1,7	FTTC:	-2,0 ↓
			FTTH:	+5,0 ↑

**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

## QUOTE DI MERCATO (%)

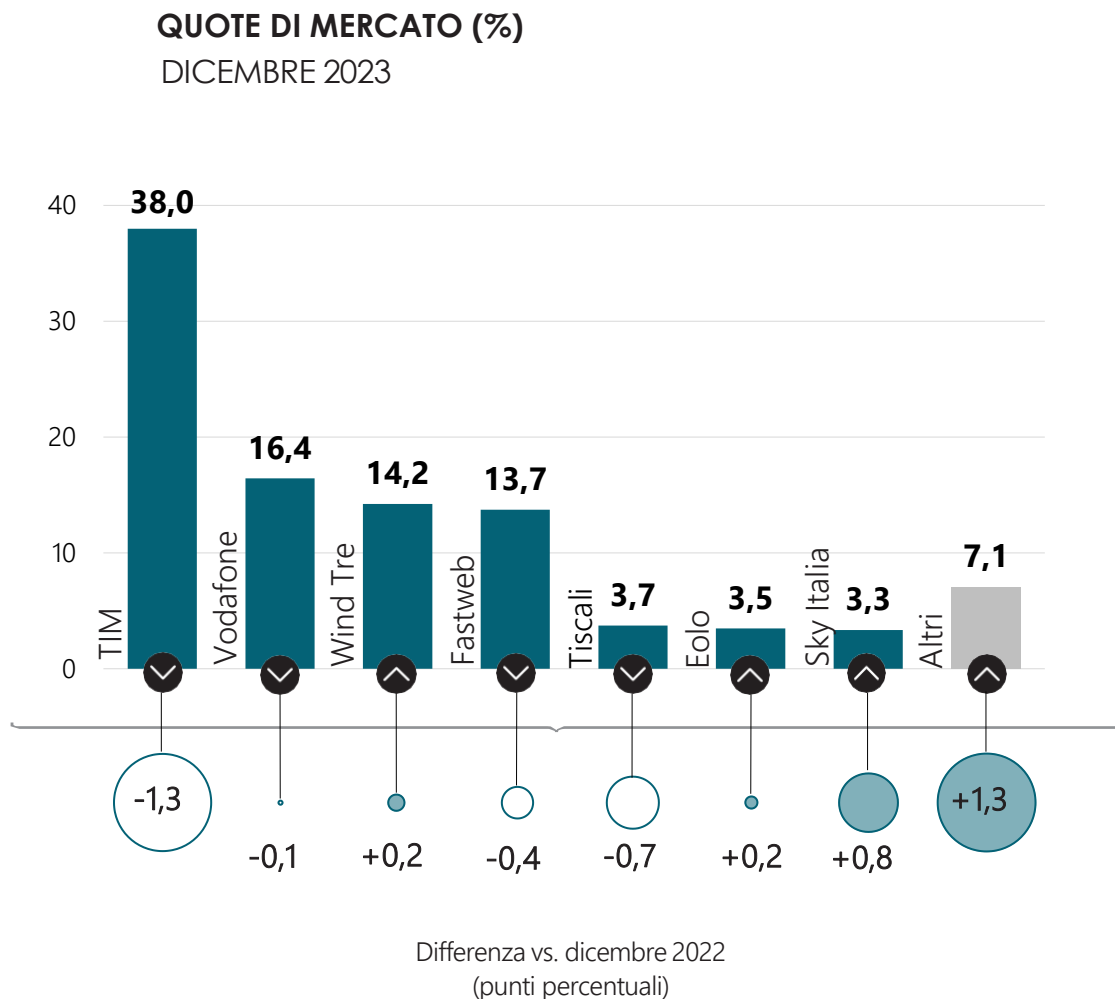
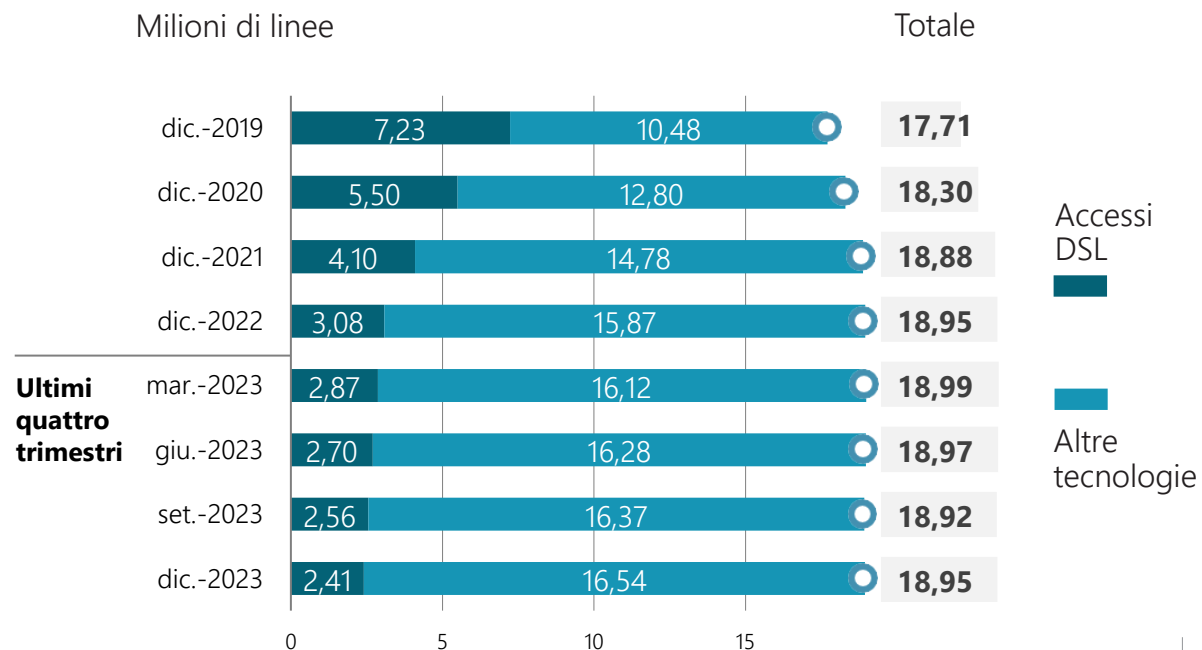
DICEMBRE 2023



Imprese presenti nella raccolta di informazioni di dettaglio: APS Senza fili senza confini, Aruba, BBBell, 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, Micso, Mordacchini S.r.l., 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



Variazione trimestrale  
(Set. 2023 – Dic. 2023)

Totale linee



**+22 mila**  
accessi  
(+0,1%)

Variazione annuale  
(Dic. 2022 – Dic. 2023)

Totale linee



**-5 mila**  
accessi  
(-0,03%)

Accessi DSL



**-675 mila**  
accessi  
(-21,9%)

Altre tecnologie



**+670 mila**  
accessi  
(+4,2%)

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

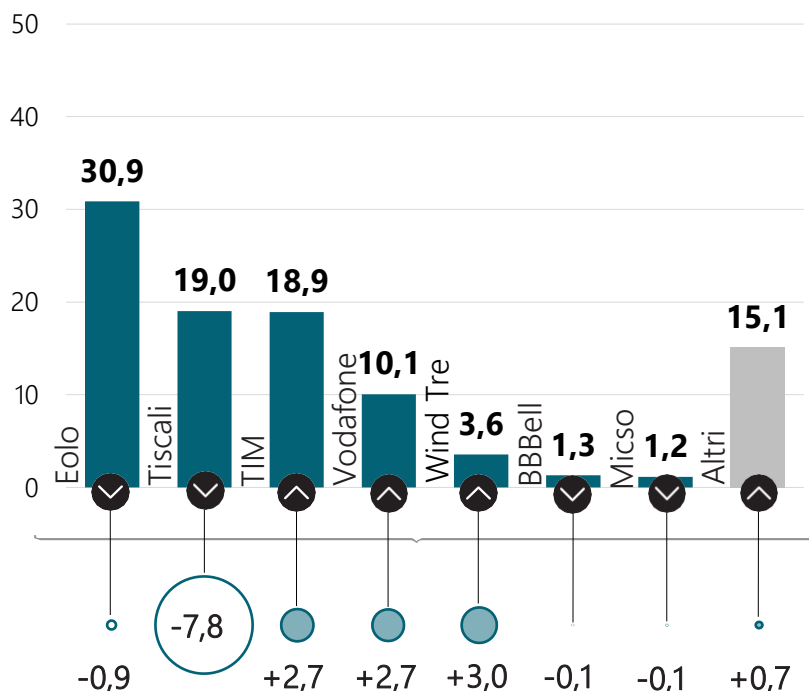
DICEMBRE 2023

## FWA

Totale linee: **2,11** milioni di accessi

Variazione  
Dic. 2022 – Dic. 2023

**+7,6%** ↑

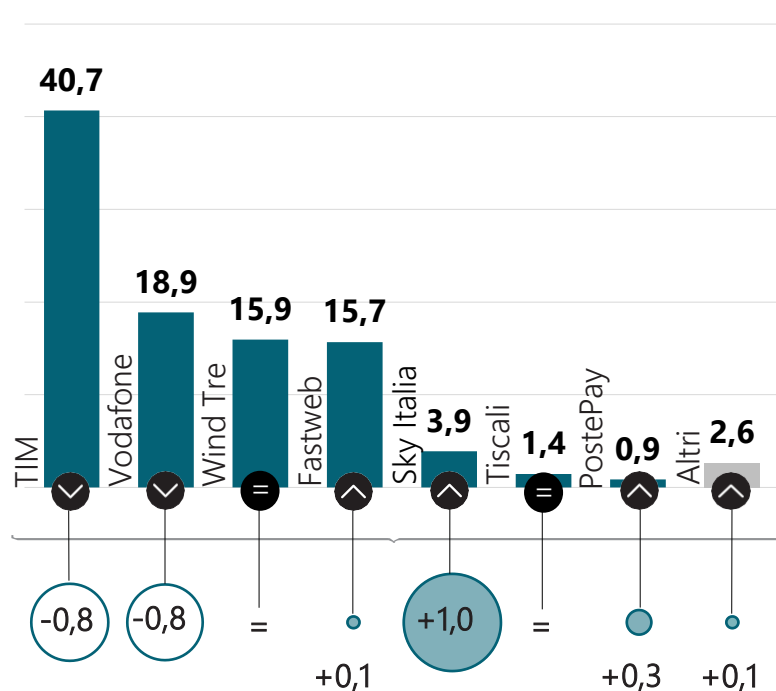


## FTTC

Totale linee: **9,79** milioni di accessi

Variazione  
Dic. 2022 – Dic. 2023

**-4,6%** ↓

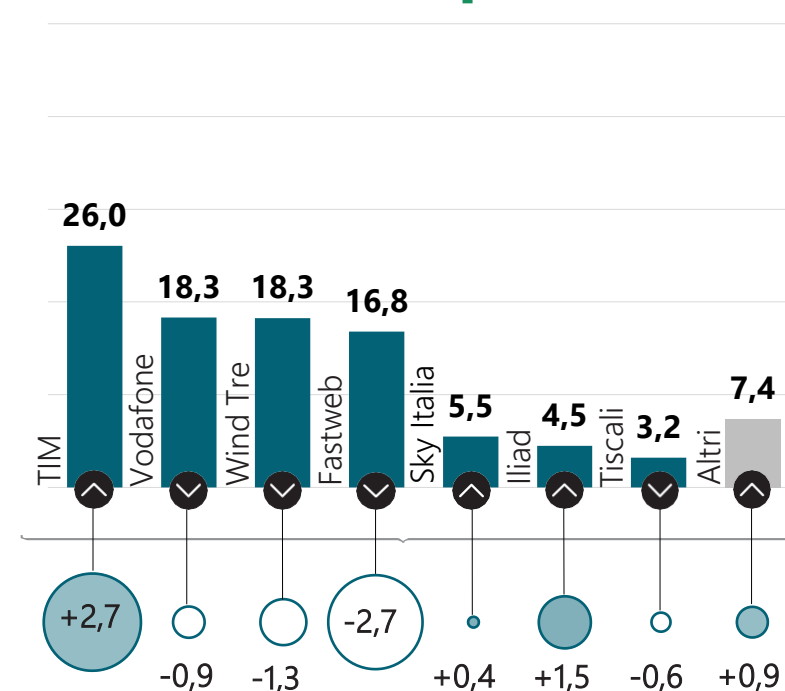


## FTTH

Totale linee: **4,61** milioni di accessi

Variazione  
Dic. 2022 – Dic. 2023

**+26,9%** ↑



Differenza vs. dicembre 2022  
(punti percentuali)

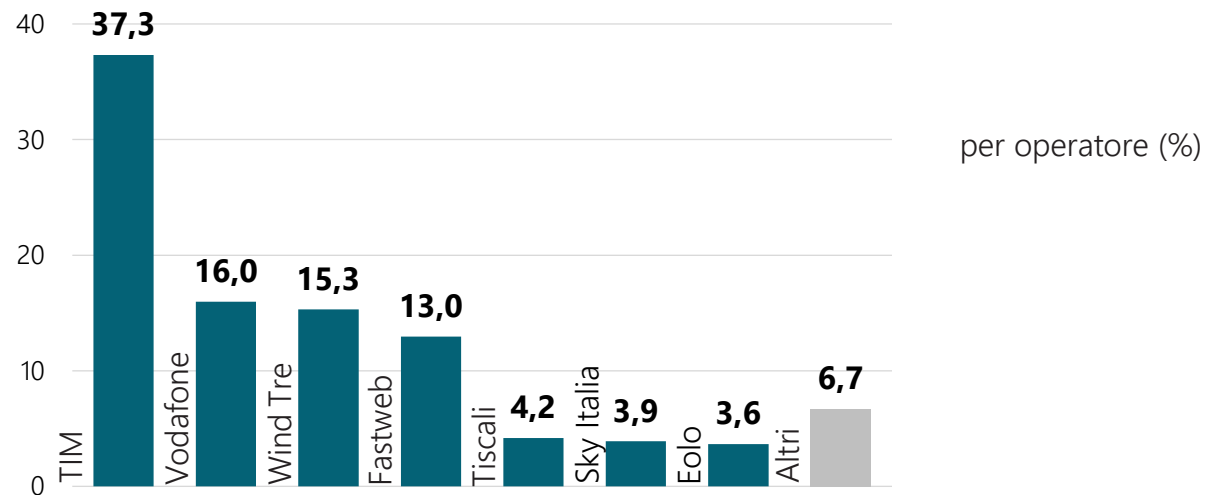
Nota: elaborazioni sulla base dei dati forniti dalle imprese nell'ambito della predisposizione della reportistica europea.

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

DICEMBRE 2023

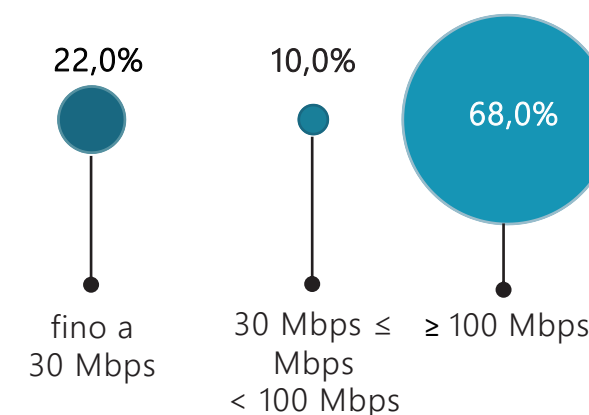
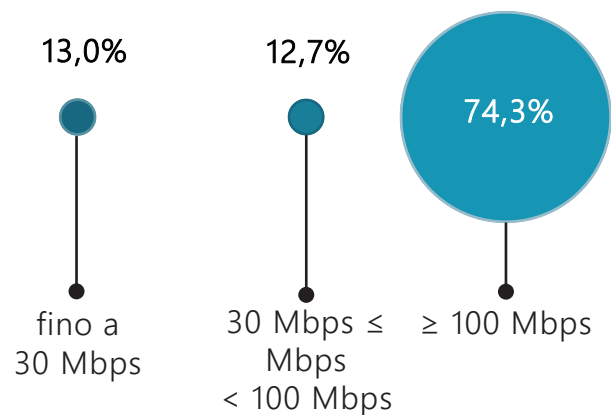
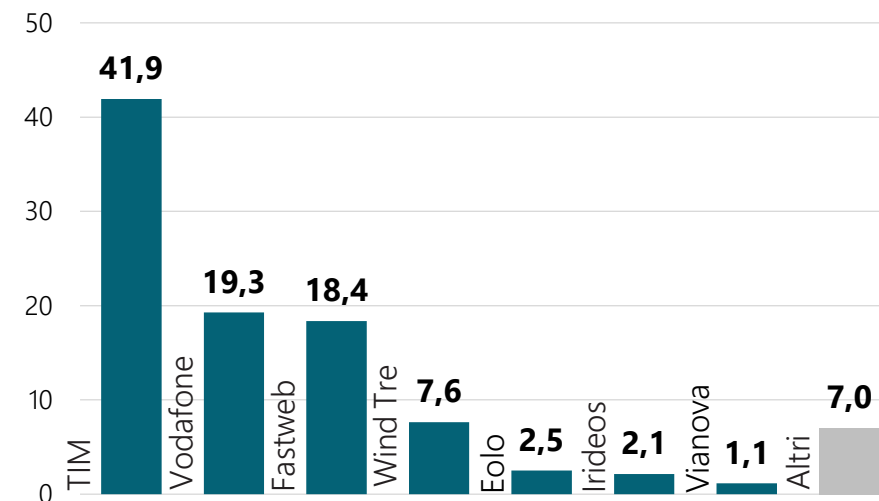
## UTENZE RESIDENZIALI

Totale linee: **16,274** milioni di accessi



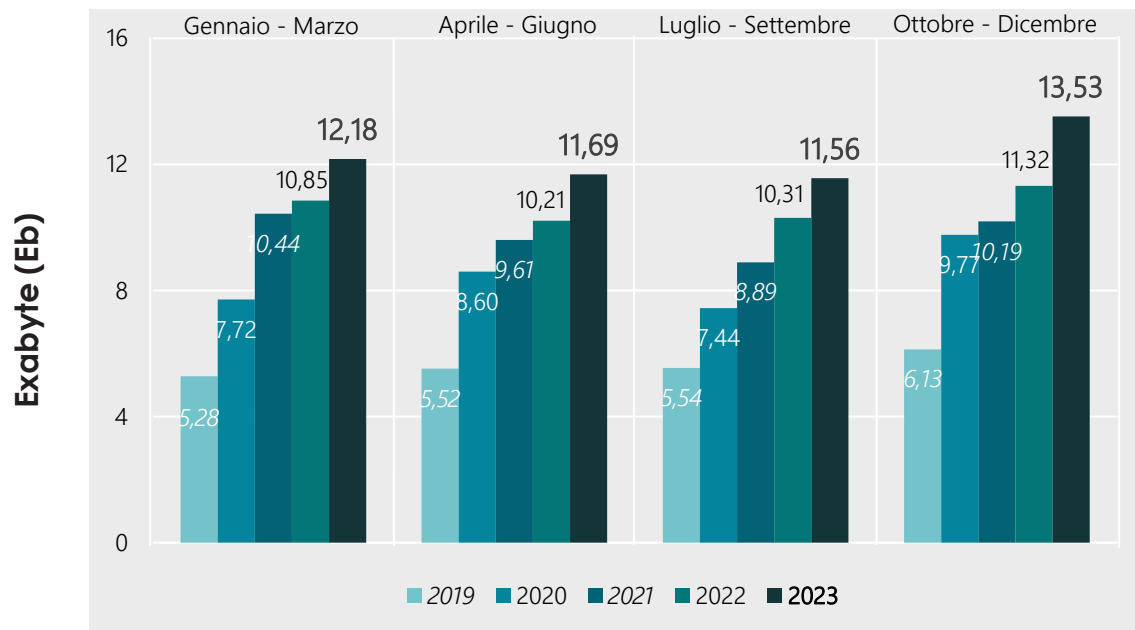
## UTENZE AFFARI

Totale linee: **2,671** milioni di accessi

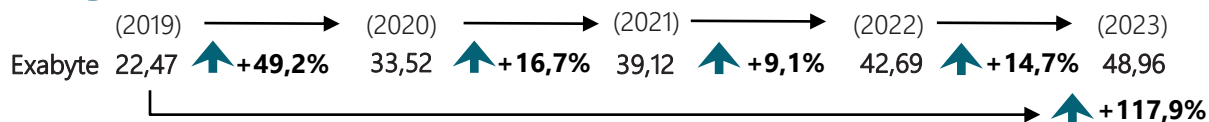


## 1.5 RETE FISSA: TRAFFICO DATI (DOWNLOAD / UPLOAD)

### DOWNLOAD (valori cumulati trimestrali)



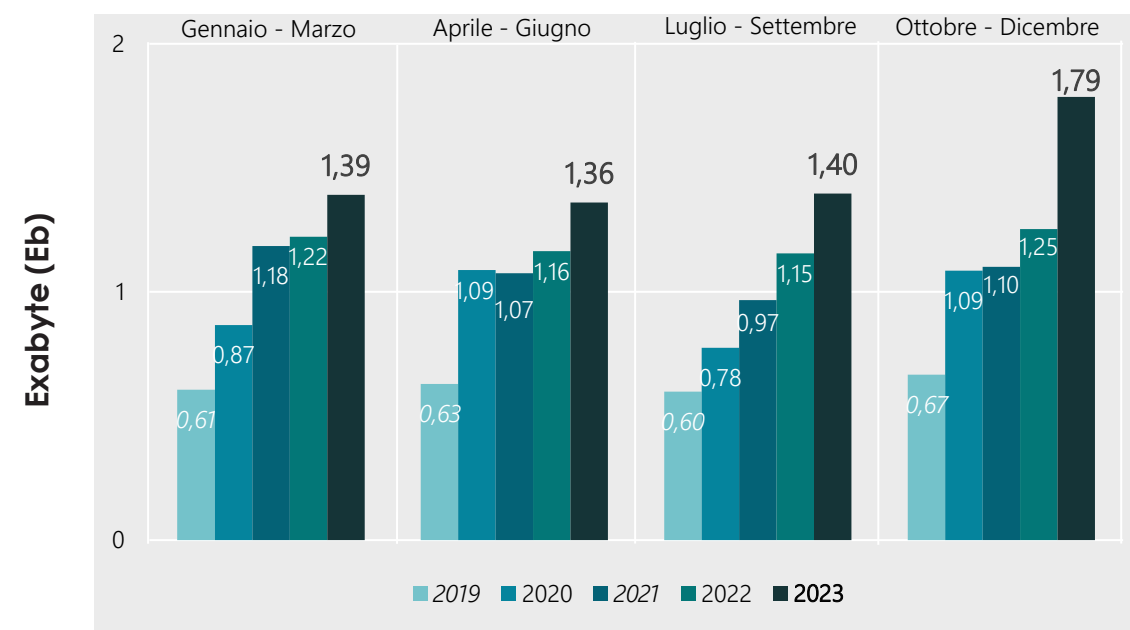
1 Valori cumulati da inizio anno (gen. - dic.)



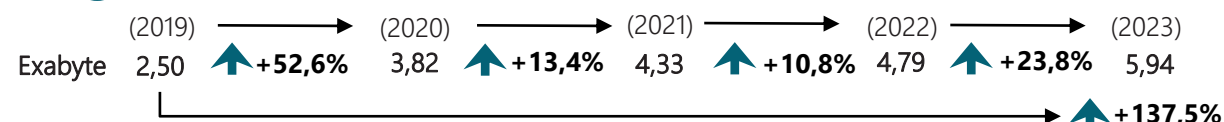
2 Confronto valori trimestrali (variazioni %)

	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	+130,7
2° trimestre (Apr. - Giu.)	+55,8	+11,7	+6,3	+14,5	+111,8
3° trimestre (Lug. - Set.)	+34,2	+19,5	+16,0	+12,2	+108,7
4° trimestre (Ott. - Dic.)	+59,3	+4,3	+11,1	+19,6	+120,7

### UPLOAD (valori cumulati trimestrali)



1 Valori cumulati da inizio anno (gen. - dic.)

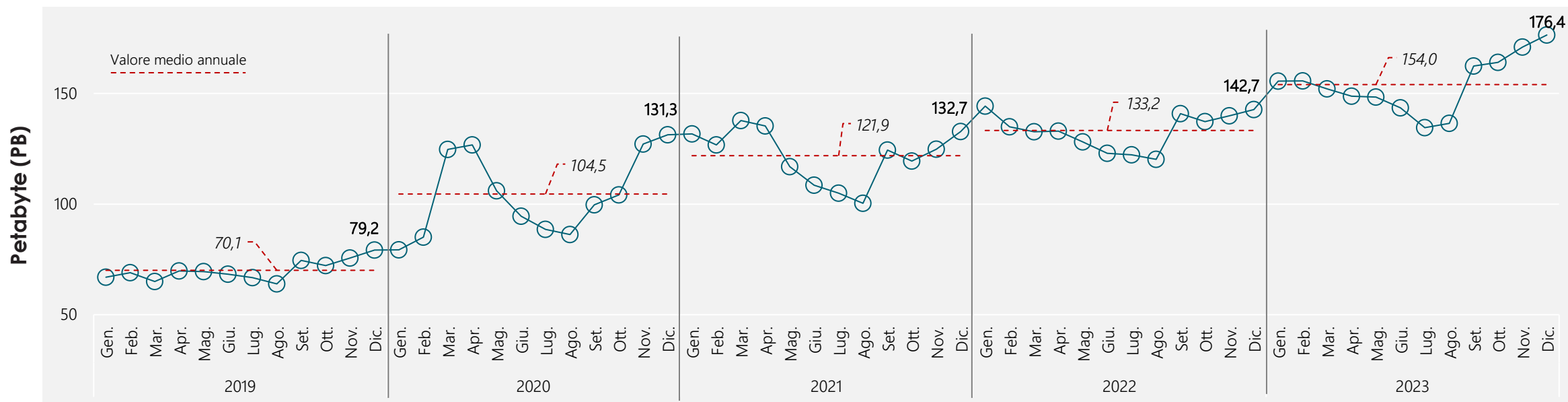


2 Confronto valori trimestrali (variazioni %)

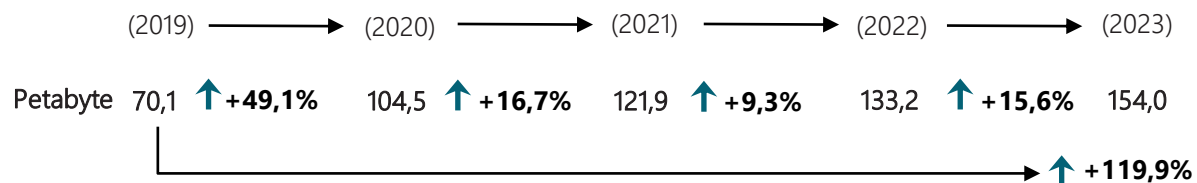
	Annuale				Di periodo 2019/2022
	2019/2020	2020/2021	2021/2022	2022/2023	
1° trimestre (Gen. - Mar.)	+43,0	+36,8	+3,2	+13,8	+129,8
2° trimestre (Apr. - Giu.)	+72,7	-1,2	+8,3	+17,0	+116,2
3° trimestre (Lug. - Set.)	+29,8	+24,7	+19,4	+21,1	+133,9
4° trimestre (Ott. - Dic.)	+62,8	+1,5	+13,7	+42,6	+167,9

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

## COMPLESSIVO



### 1 Traffico dati medio giornaliero da inizio anno (gen. - dic.)



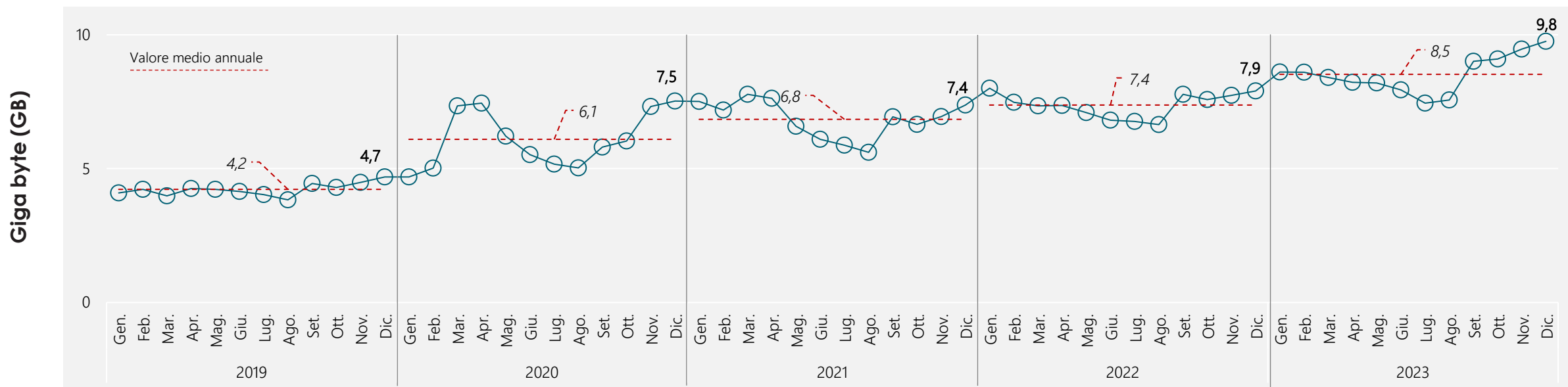
### 2 Confronto valori trimestrali (variazioni %)

	Annuale				Di periodo 2019/2023
	2019/2020	2020/2021	2021/2022	2022/2023	
1° trimestre (Gen. - Mar.)	+44,3	+36,9	+3,9	+12,4	+130,6
2° trimestre (Apr. - Giu.)	+57,5	+10,3	+6,5	+14,7	+112,2
3° trimestre (Lug. - Set.)	+33,8	+20,0	+16,3	+13,1	+111,2
4° trimestre (Ott. - Dic.)	+59,6	+4,0	+11,3	+21,9	+125,3

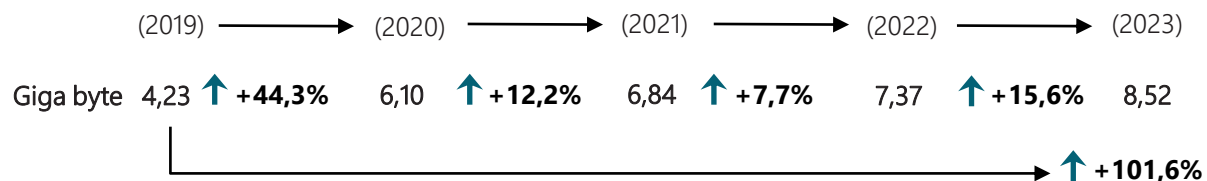


# 1.7 RETE FISSA: TRAFFICO DATI MEDIO GIORNALIERO PER LINEA BROADBAND

## PER LINEA BROADBAND



1 **Traffico dati medio giornaliero da inizio anno (gen. - dic.)** (gen. - dic.)

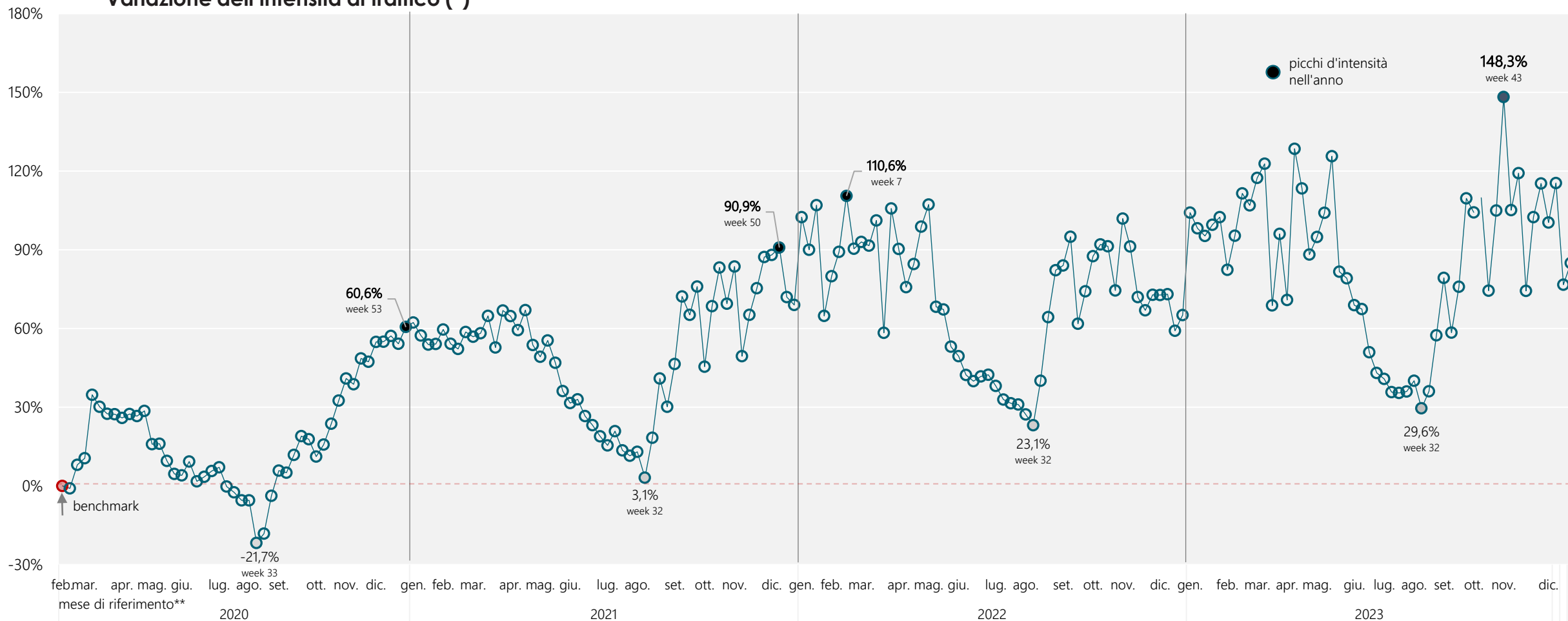


2 **Confronto valori trimestrali (variazioni %)**

	Annuale				Di periodo 2019/2023
	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
4° trimestre (Ott. - Dic.)	+55,0	+0,5	+10,7	+22,0	+110,3

## 1.8 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 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 broadband di ciascun operatore alla fine dell'anno precedente.

Ad esempio, il dato relativo alla settimana 53 dell'anno 2020 indica un incremento del 60,6% dell'intensità del traffico rispetto alla settimana di benchmark, la numero 7 del 2020.

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

## 1.9 RETE FISSA: COPERTURA PER TECNOLOGIA E VELOCITÀ

### % DI FAMIGLIE RAGGIUNTE

### Tecnologia

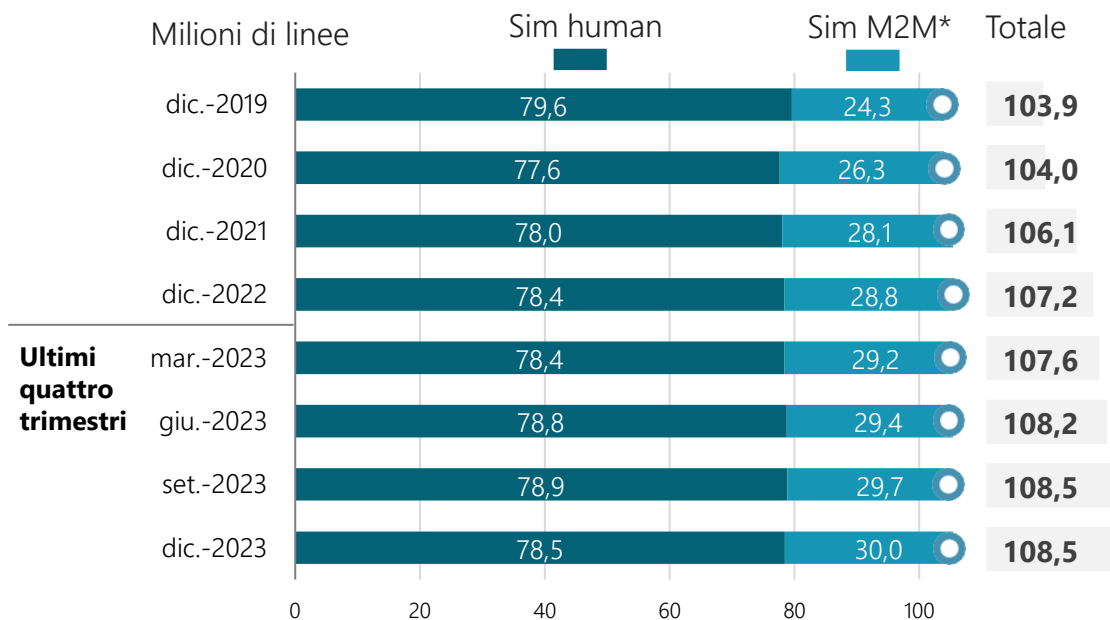
Macro area	VDSL					VDSL Vectoring (*)					FTTH					FWA				
	2019	2020	2021	2022	2023	2019	2020	2021	2022	2023	2019	2020	2021	2022	2023	2019	2020	2021	2022	2023
Italia	88,9	92,7	96,0	96,2	96,4	55,8	59,9	68,4	70,1	70,6	30,0	33,4	44,4	53,7	59,6	72,9	72,3	97,35	98,66	99,98
Nord_Ovest	88,3	90,3	95,0	95,3	95,4	51,7	56,6	65,1	67,0	67,4	34,2	37,2	45,4	53,7	59,3	80,7	93,0	98,48	99,23	99,98
Nord-Est	87,2	92,0	95,5	95,6	95,7	51,6	56,1	66,3	68,2	68,6	24,2	29,7	40,9	50,7	58,5	78,2	85,4	98,51	99,25	99,98
Centro	90,9	94,9	97,3	97,4	97,5	60,5	63,8	72,0	72,9	73,4	34,7	36,7	50,4	58,4	63,7	68,8	84,7	97,68	98,82	99,96
Sud	89,9	94,2	96,8	96,9	97,2	56,1	60,1	68,1	69,9	70,7	27,2	29,4	41,4	52,0	58,6	66,5	40,9	95,29	97,64	99,99
Isole	87,9	93,2	95,8	96,2	96,7	65,1	67,5	75,1	77,6	78,0	25,8	32,5	43,1	53,6	57,0	62,7	32,8	95,51	97,75	99,99

### Velocità

	> 30 Mbps					> 100 Mbps				
	2019	2020	2021	2022	2023	2019	2020	2021	2022	2023
Italia	77,7	84,8	90,7	92,4	94,2	61,3	67,6	77,7	82,9	87,1
Nord_Ovest	77,5	83,6	89,6	91,6	93,8	62,5	69,9	78,8	83,3	87,8
Nord-Est	71,8	80,2	88,2	89,9	92,2	55,0	62,4	74,6	80,4	85,0
Centro	79,7	86,1	92,2	93,6	95,1	63,2	68,1	78,7	83,5	87,4
Sud	80,1	87,0	92,0	93,6	95,4	60,7	65,6	75,7	82,1	86,8
Isole	80,5	89,2	93,3	94,2	94,8	67,2	74,2	82,9	87,0	89,3

\*Nella rendicontazione europea del DESI sono assimilate alla tecnologia FTTC-Vectoring le linee FTTC-200 (in tecnologia EVDSL) in grado di sostenere una velocità di download di 100 Mbit/s. Per la stima delle velocità sono utilizzate le curve di conversione distanza-velocità (teorica) previste dalla regolamentazione Agcom.

# 1.10 RETE MOBILE: LINEE COMPLESSIVE



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

Variazione trimestrale  
(Set. 2023 – Dic. 2023)

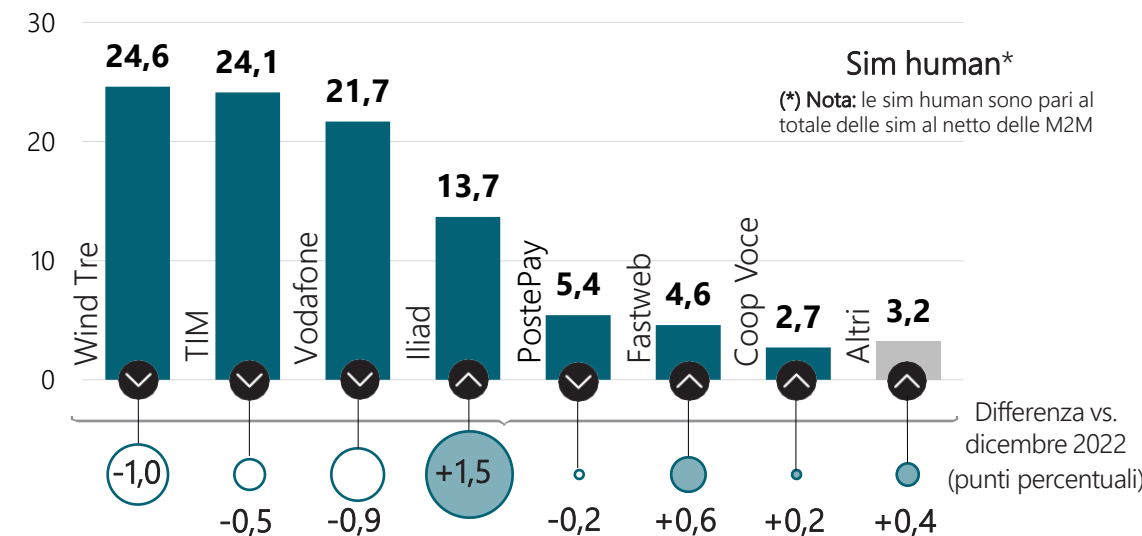
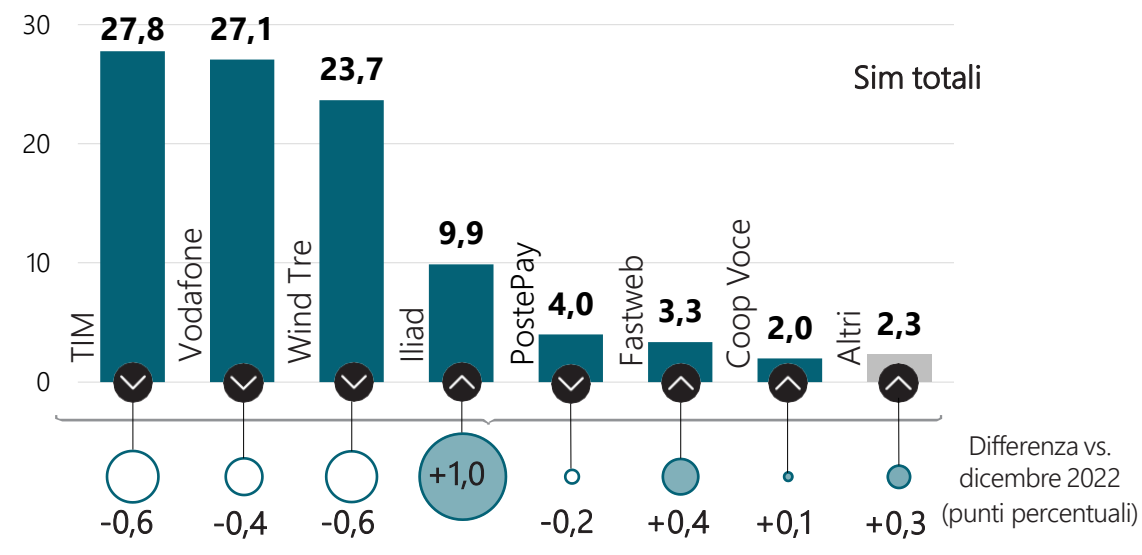
Variazione annuale  
(Dic. 2022 – Dic. 2023)

	(n° di sim in migliaia)	(%)	(n° di sim in migliaia)	(%)
Totale sim:	-50	↓ -0,05	+1.264	↑ +1,2
Sim human:	-392	↓ -0,5	+62	↑ +0,1
Sim M2M:	+342	↑ +1,2	+1.203	↑ +4,2

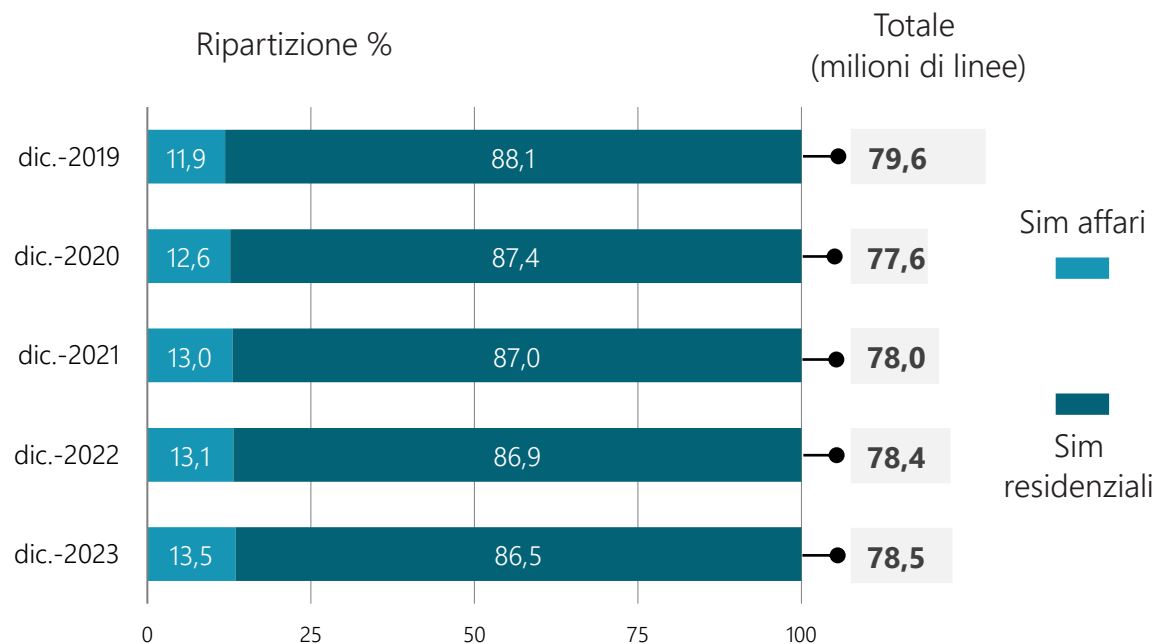
Nota: i dati degli operatori TIM e Vodafone includono le linee delle società controllate, rispettivamente Kena mobile e VEI (che offre servizi di telefonia mobile denominati ho.)

## QUOTE DI MERCATO (%)

DICEMBRE 2023



# 1.11 RETE MOBILE: SIM HUMAN PER TIPOLOGIA DI CLIENTELA



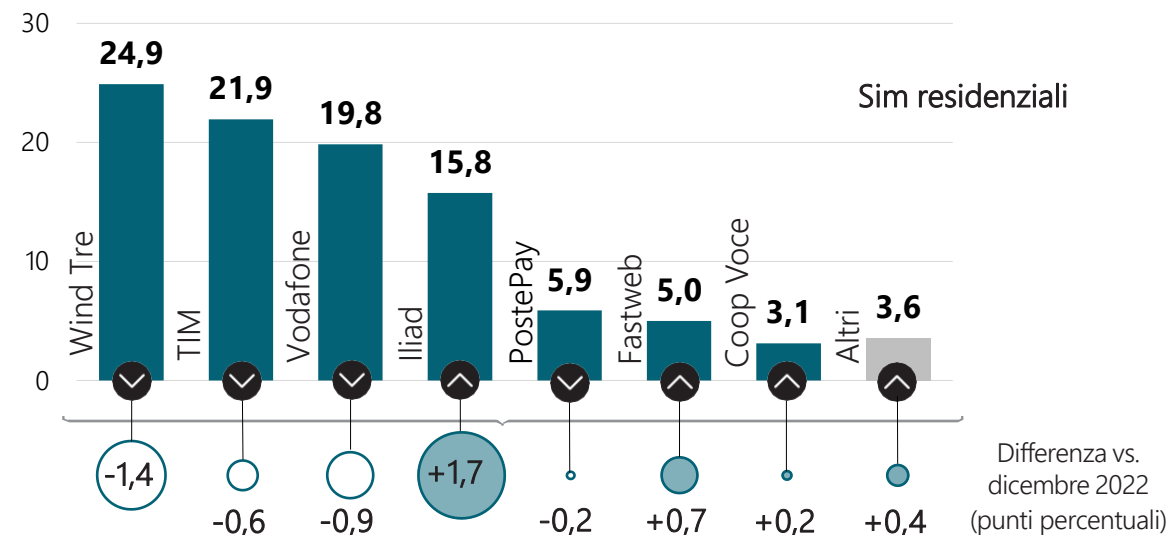
Variazione annuale  
(Dic. 2022 – Dic. 2023)

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

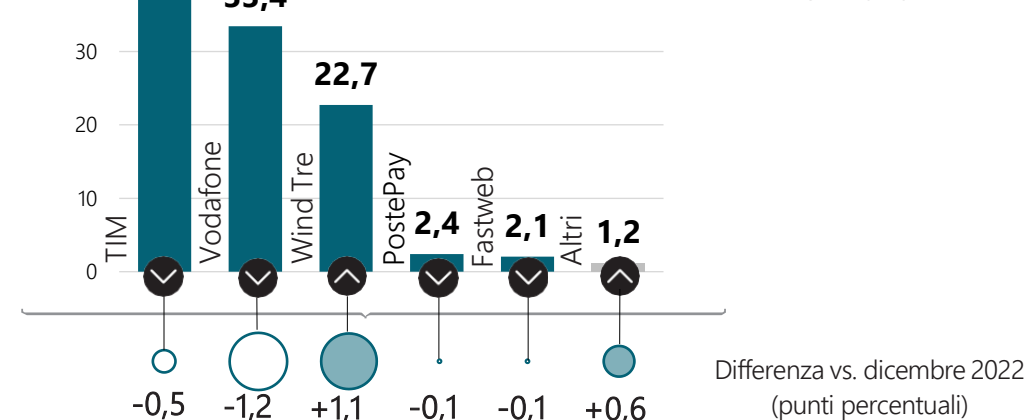
	(n° di sim in migliaia)		(n° di sim in migliaia)	
	(%)	(%)	(%)	(%)
Totale sim human:	+62	↑ +0,1	-1.134	↓ -1,4
Sim residenziali:	-210	↓ -0,3	-2.265	↓ -3,2
Sim affari:	+272	↑ +2,6	+1.130	↑ +12,0

## QUOTE DI MERCATO (%)

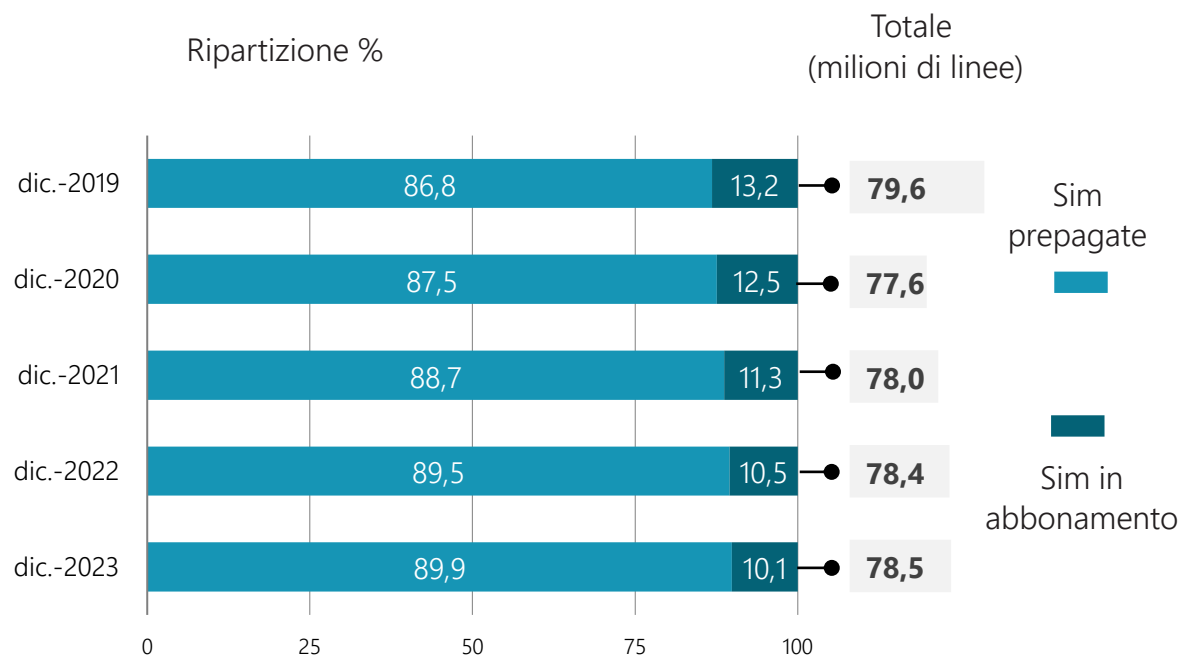
DICEMBRE 2023



## Sim affari

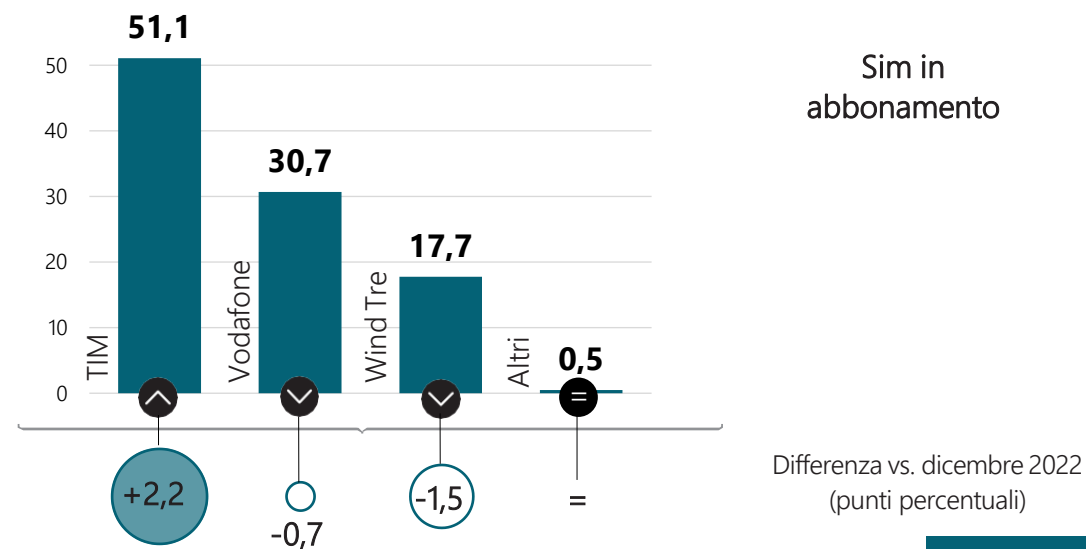
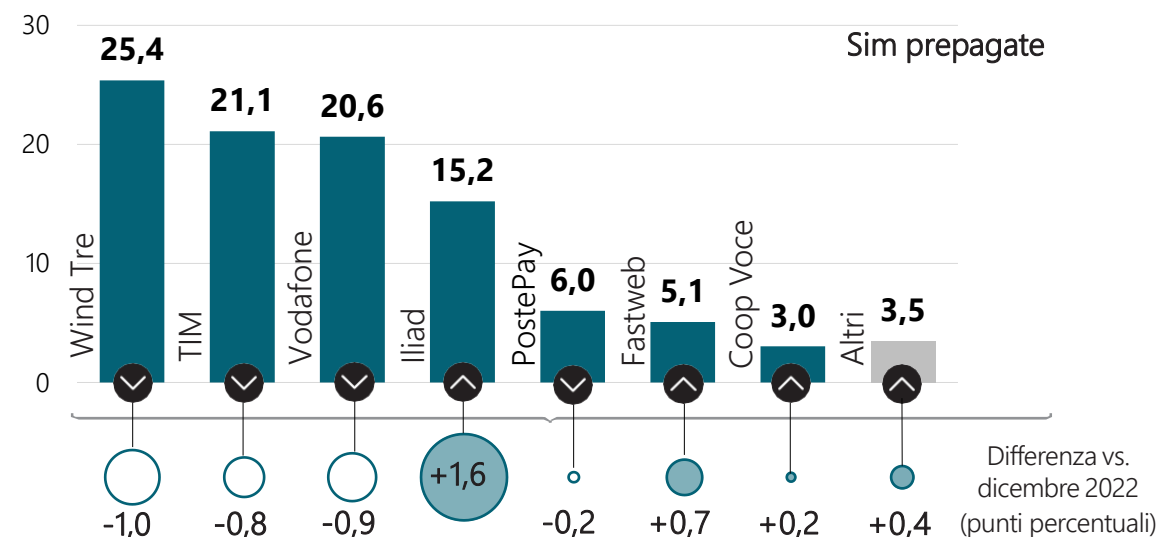


# 1.12 RETE MOBILE: SIM HUMAN PER TIPOLOGIA DI CONTRATTO



## QUOTE DI MERCATO (%)

DICEMBRE 2023



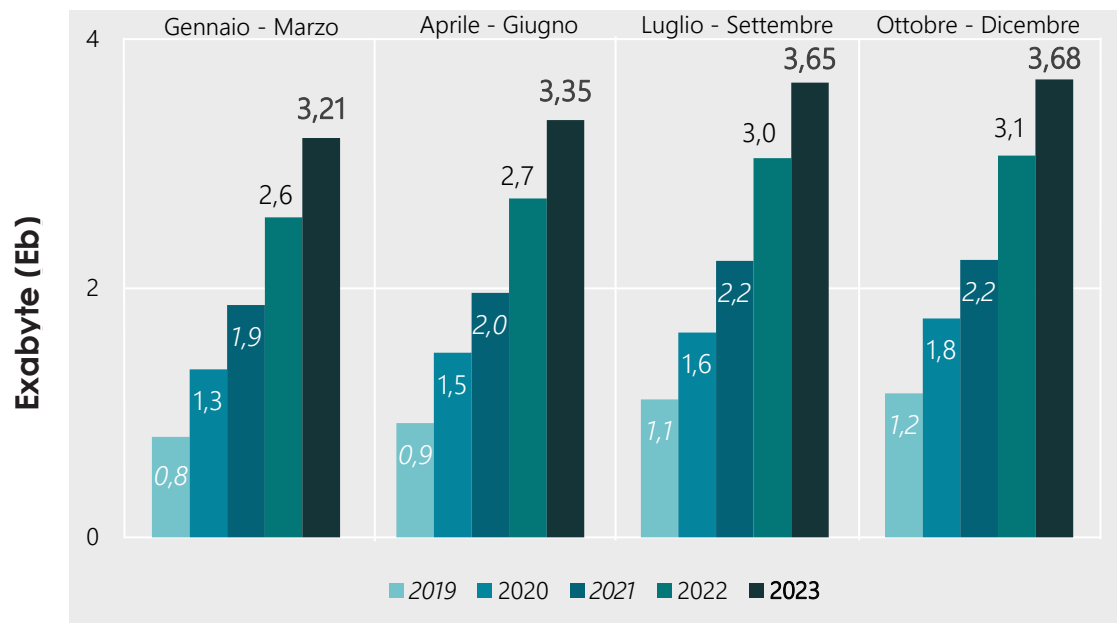
Variazione annuale  
(Dic. 2022 – Dic. 2023)

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

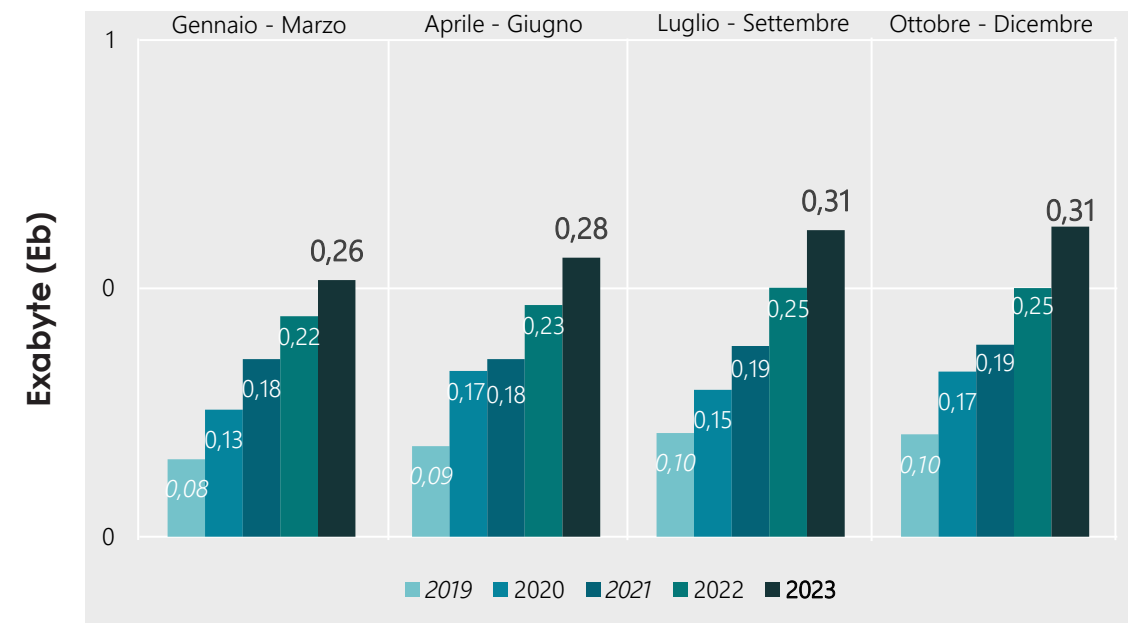
	(n° di sim in migliaia)	(%)	(n° di sim in migliaia)	(%)
Totale sim human:	+62	↑ +0,1	-1.134	↓ -1,4
Sim prepagate:	+325	↑ +0,4	+1.405	↑ -1,2
Sim in abbonamento:	-264	↓ -3,2	-2.539	↓ -24,2

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

### DOWNLOAD (valori cumulati)

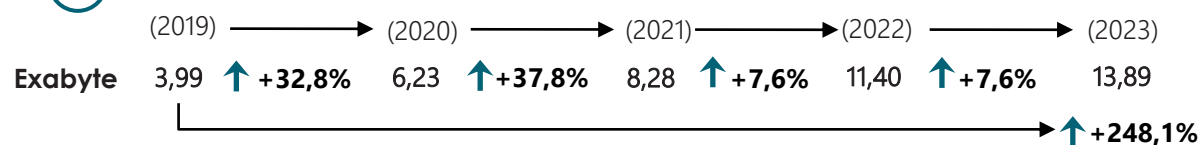


### UPLOAD (valori cumulati)



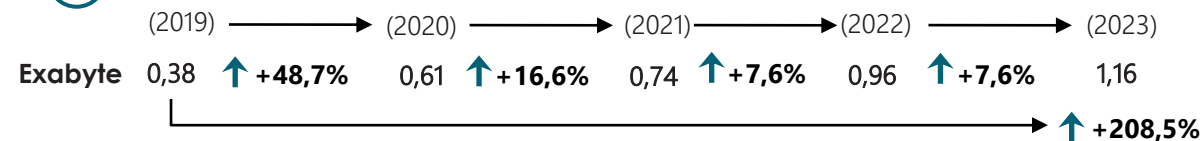
1

#### Valori cumulati da inizio anno (Gen. - Dic.)



1

#### Valori cumulati da inizio anno (Gen. - Dic.)



2

#### Confronto valori trimestrali (variazioni %)

	Annuale				Di periodo 2019/2023
	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
4° trimestre (Ott. - Dic.)	+52,0	+26,7	+37,7	+19,9	+217,9

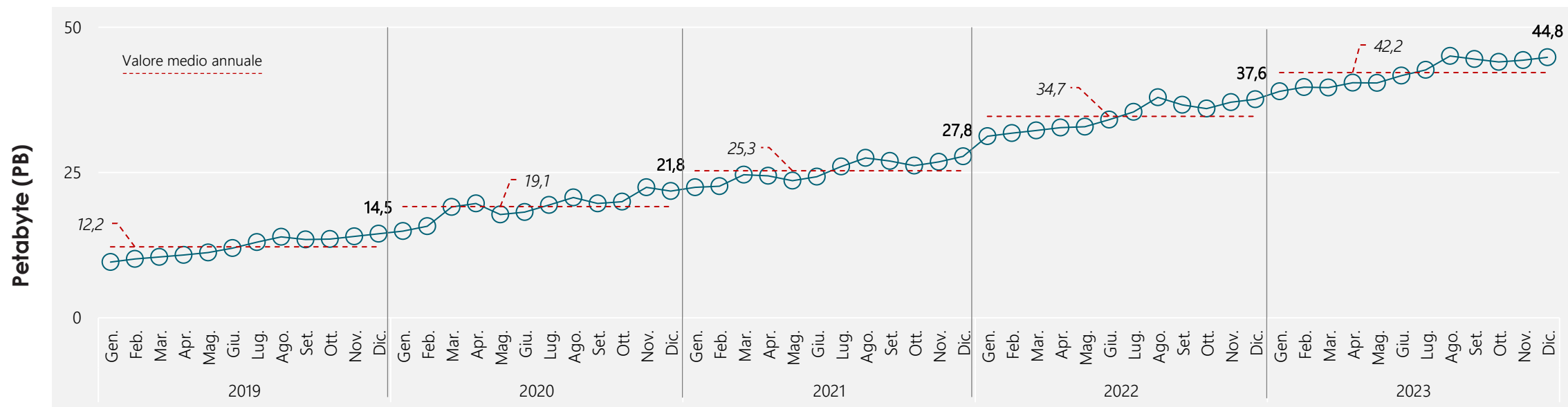
2

#### Confronto valori trimestrali (variazioni %)

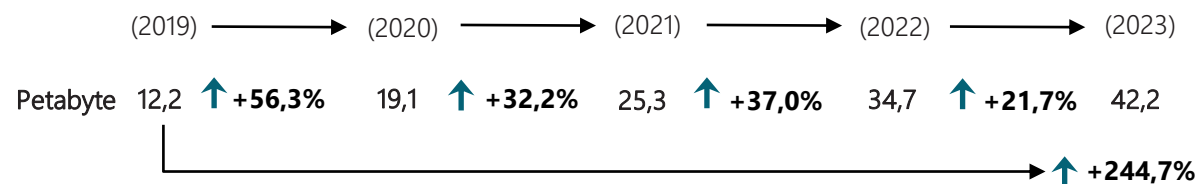
	Annuale				Di periodo 2019/2023
	2019/2020	2020/2021	2021/2022	2022/2023	
1° trimestre (Gen. - Mar.)	+64,5	+39,9	+24,1	+16,4	+232,3
2° trimestre (Apr. - Giu.)	+83,1	+7,1	+30,4	+20,4	+208,0
3° trimestre (Lug. - Set.)	+41,6	+30,0	+30,6	+23,1	+195,9
4° trimestre (Ott. - Dic.)	+61,6	+16,3	+29,4	+24,8	+203,5

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

## COMPLESSIVO



### 1 Traffico dati medio giornaliero da inizio anno (gen. - dic.)



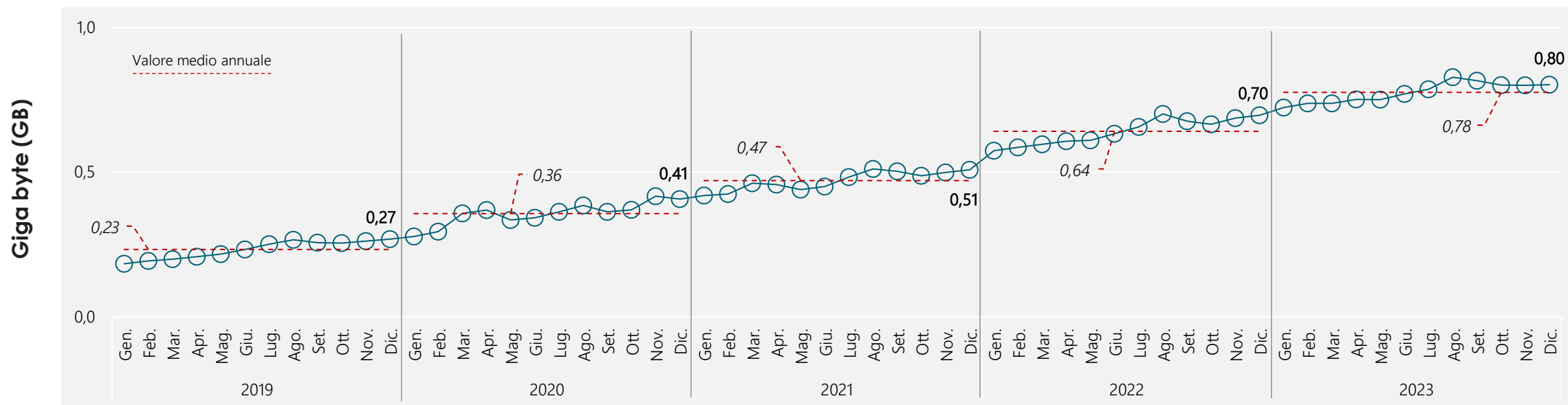
### 2 Confronto valori trimestrali (variazioni %)

	Annuale				Di periodo 2019/2023
	2019/2020	2020/2021	2021/2022	2022/2023	
1° trimestre (Gen. - Mar.)	+64,9	+40,0	+36,5	+24,2	+291,5
2° trimestre (Apr. - Giu.)	+63,4	+29,9	+37,9	+22,9	+259,8
3° trimestre (Lug. - Set.)	+47,9	+34,6	+36,6	+20,1	+226,8
4° trimestre (Ott. - Dic.)	+52,8	+25,8	+37,0	+20,3	+216,8

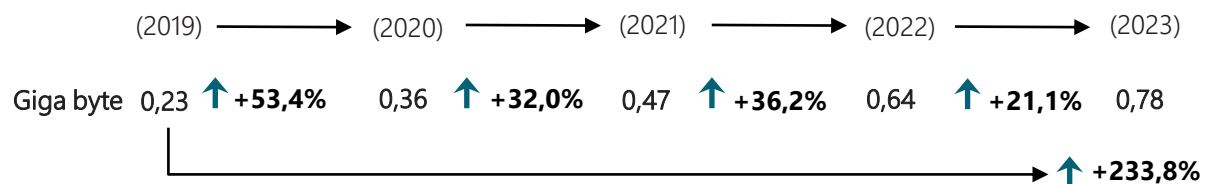


# 1.15 RETE MOBILE: TRAFFICO DATI MEDIO GIORNALIERO PER SIM HUMAN

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



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

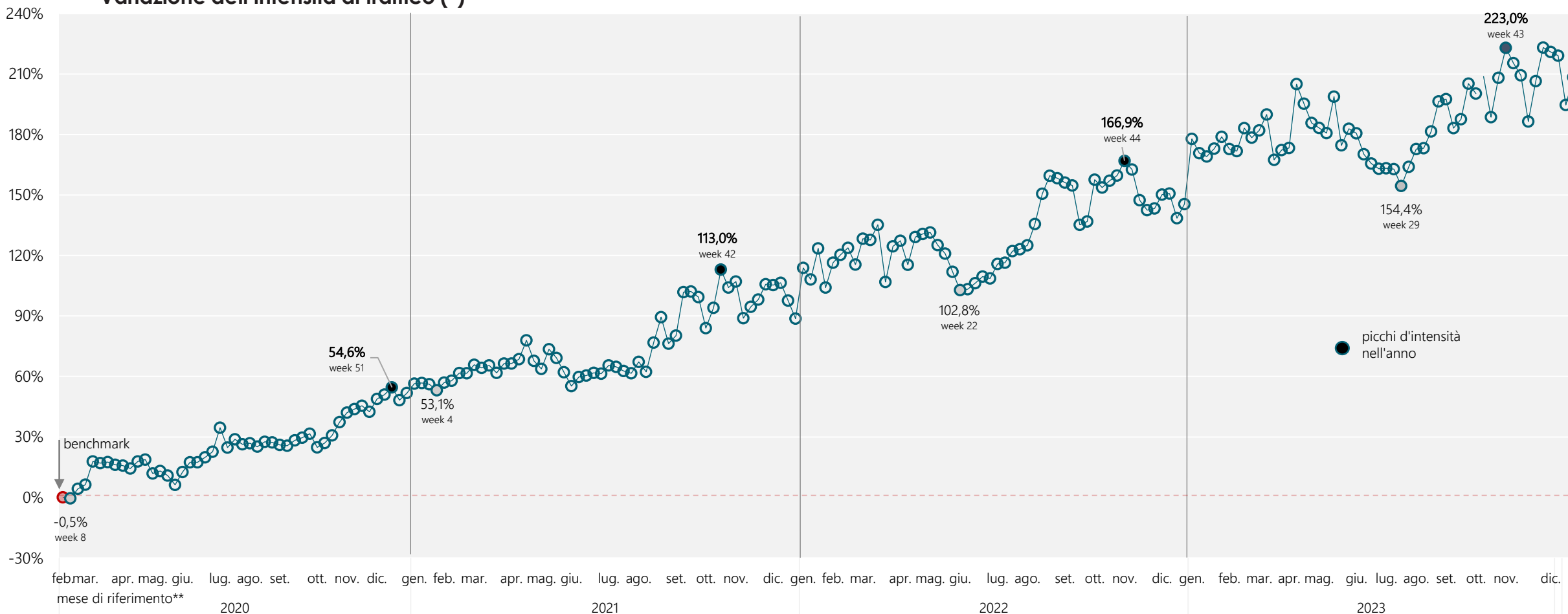


## 2 Confronto valori trimestrali (variazioni %)

	Annuale				Di periodo 2019/2023
	2019/2020	2020/2021	2021/2022	2022/2023	
1° trimestre (Gen. - Mar.)	+61,7	+40,5	+34,5	+25,2	+282,8
2° trimestre (Apr. - Giu.)	+59,5	+28,8	+37,4	+22,9	+246,9
3° trimestre (Lug. - Set.)	+43,8	+34,8	+35,9	+19,5	+214,9
4° trimestre (Ott. - Dic.)	+52,2	+25,3	+37,1	+17,4	+206,9

# 1.16 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.

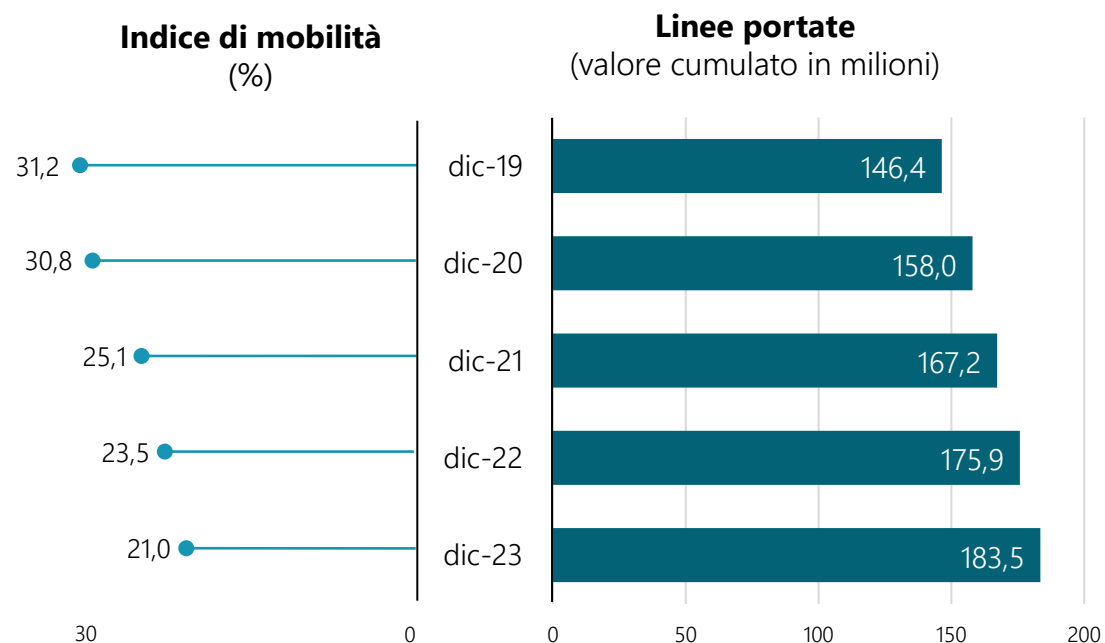
\* Per ogni settimana l'indicatore dell'intensità è rappresentato dalla variazione percentuale, rispetto alla 7° settimana del 2020 (dal 10 al 16 febbraio – punto rosso nel grafico), della media ponderata dei dati di traffico calcolata sui dati degli operatori utilizzando come pesi le quote di mercato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

Ad esempio, il dato relativo alla settimana 51 dell'anno 2020 indica un incremento del 64,6% dell'intensità del traffico rispetto alla settimana di benchmark, la numero 7 del 2020.

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

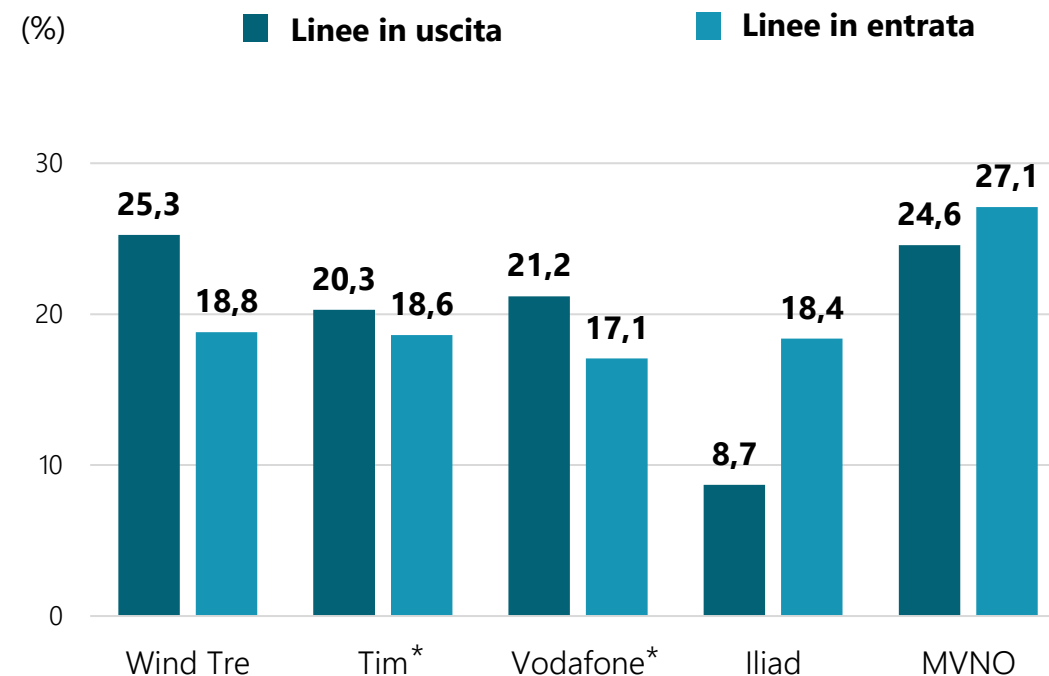
## 1.17 RETE MOBILE: PORTABILITÀ DEL NUMERO

In un anno (dic. 22 – dic. 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»)

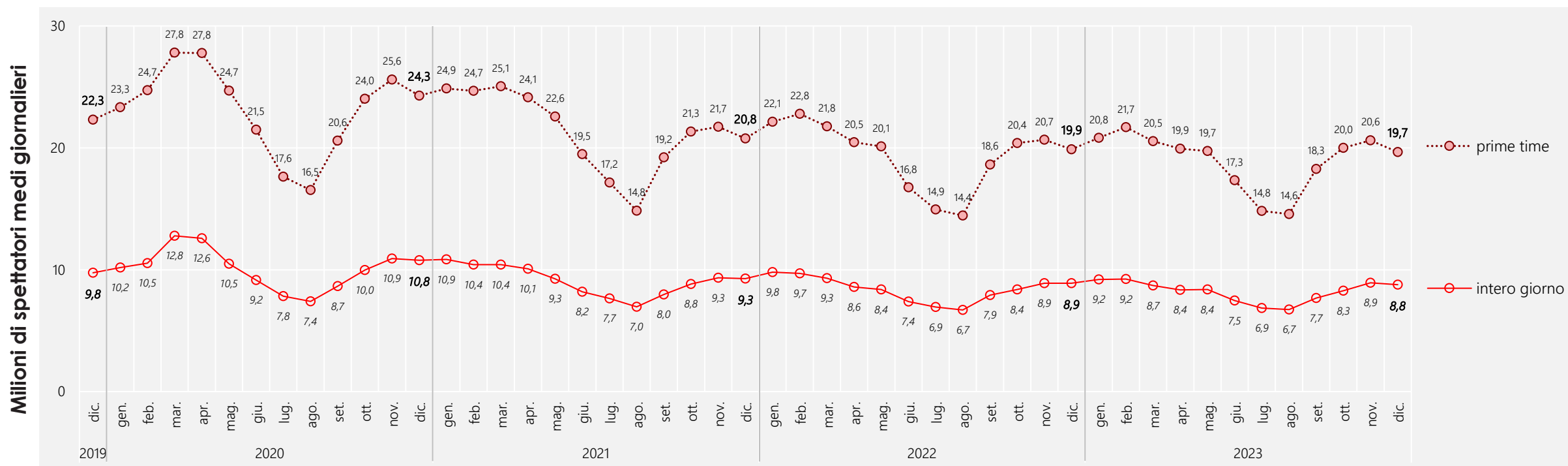
### DISTRIBUZIONE IN % PER LINEE DI INGRESSO E DI USCITA (12 mesi) DICEMBRE 2023



(\*) **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 DELLE EMITTENTI NAZIONALI

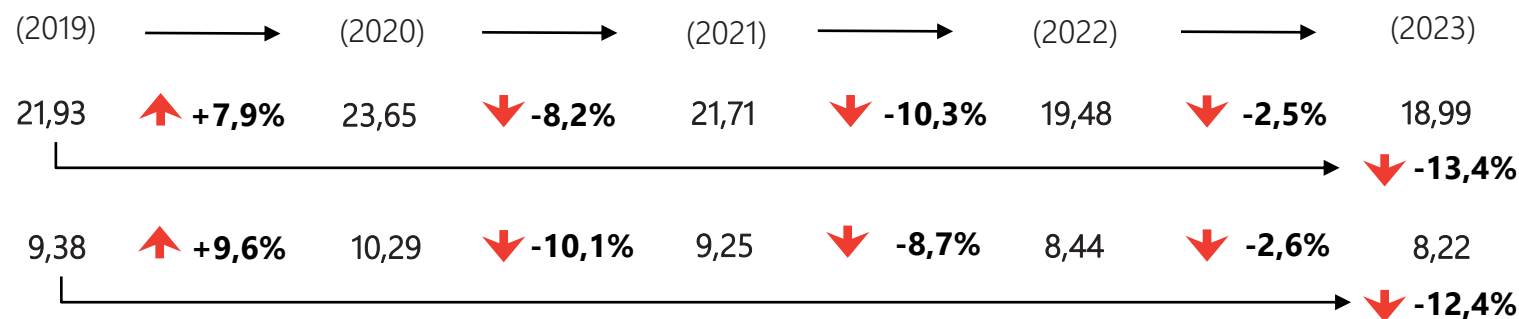
dicembre 2019 – dicembre 2023



**Andamento numero di spettatori**  
(Giorno medio del periodo gen. – dic. in milioni)

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

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



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

### GIORNO MEDIO - PRIME TIME

Gruppi televisivi	Spettatori medi giornalieri periodo gen. – dic. (in milioni)					Var. %	
	2019	2020	2021	2022	2023	'19-'23	'22-'23
RAI	8,47	9,09	8,78	7,62	7,17	-15,3	-5,9
Mediaset	7,48	8,41	7,54	7,26	7,12	-4,8	-1,9
Comcast / Sky	1,44	1,57	1,44	1,33	1,46	+1,7	+10,4
Warner Bros. Discovery	1,80	1,73	1,54	1,38	1,45	-19,9	+4,9
Cairo Comm. / La 7	1,20	1,29	1,12	1,04	1,01	-15,5	-2,6
Altri	1,54	1,55	1,29	0,85	0,77	-49,9	-9,9

Gruppi televisivi	Share in %					Var. punti percentuali	
	2019	2020	2021	2022	2023	'19-'23	'22-'23
RAI	38,6	38,5	40,4	39,1	37,8	-0,8	-1,4
Mediaset	34,1	35,6	34,7	37,3	37,5	+3,4	+0,2
Comcast / Sky	6,6	6,7	6,6	6,8	7,7	+1,1	+0,9
Warner Bros. Discovery	8,2	7,3	7,1	7,1	7,6	-0,6	+0,5
Cairo Comm. / La 7	5,5	5,5	5,2	5,3	5,3	-0,1	=
Altri	7,0	6,5	5,9	4,4	4,1	-3,0	-0,3

### GIORNO MEDIO – INTERO GIORNO

Gruppi televisivi	Spettatori medi giornalieri periodo gen. – dic. (in milioni)					Var. %	
	2019	2020	2021	2022	2023	'19-'23	'22-'23
Mediaset	3,14	3,55	3,21	3,11	3,09	-1,6	-0,6
RAI	3,55	3,90	3,62	3,20	3,04	-14,4	-5,0
Warner Bros. Discovery	0,74	0,85	0,75	0,67	0,70	-4,7	+5,0
Comcast / Sky	0,72	0,72	0,63	0,62	0,62	-13,3	+0,6
Cairo Comm. / La 7	0,41	0,43	0,37	0,36	0,32	-22,9	-11,8
Altri	0,82	0,83	0,68	0,48	0,44	-46,0	-8,0

Gruppi televisivi	Share in %					Var. punti percentuali	
	2019	2020	2021	2022	2023	'19-'23	'22-'23
Mediaset	33,5	34,5	34,7	36,8	37,6	+4,1	+0,8
RAI	37,8	37,9	39,2	37,9	37,0	-0,9	-0,9
Warner Bros. Discovery	7,8	8,3	8,1	7,9	8,5	+0,7	+0,6
Comcast / Sky	7,7	7,0	6,8	7,3	7,6	-0,1	+0,2
Cairo Comm. / La 7	4,4	4,1	4,0	4,3	3,9	-0,5	-0,4
Altri	8,8	8,1	7,3	5,7	5,4	-3,4	-0,3

## 2.3 TELEVISIONE (DVB-T E SAT): ASCOLTI DEI PRINCIPALI GRUPPI TELEVISIVI (QUARTO TRIMESTRE)

### GIORNO MEDIO - PRIME TIME

Gruppi televisivi	Spettatori medi giornalieri periodo set. – dic. (in milioni)					Var. %	
	2019	2020	2021	2022	2023	'19-'23	'22-'23
Mediaset	8,29	8,99	7,85	7,60	7,50	-9,5	-1,3
RAI	9,00	9,72	8,52	8,05	7,35	-18,3	-8,6
Warner Bros. Discovery	1,62	1,72	1,48	1,44	1,76	+8,6	+21,6
Comcast / Sky	1,63	1,87	1,48	1,45	1,53	-6,2	+5,7
Cairo Comm. / La 7	1,15	1,34	1,09	1,05	1,20	+4,7	+14,1
Altri	1,29	1,00	0,86	0,72	0,75	-42,2	+4,2

Gruppi televisivi	Share in %					Var. punti percentuali	
	2019	2020	2021	2022	2023	'19-'23	'22-'23
Mediaset	36,1	36,5	36,9	37,4	37,3	+1,3	-0,1
RAI	39,2	39,5	40,0	39,6	36,6	-2,6	-3,0
Warner Bros. Discovery	7,0	7,0	6,9	7,1	8,7	+1,7	+1,6
Comcast / Sky	7,1	7,6	6,9	7,1	7,6	+0,5	+0,5
Cairo Comm. / La 7	5,0	5,4	5,1	5,2	6,0	+1,0	+0,8
Altri	5,6	4,1	4,0	3,5	3,7	-1,9	+0,2

### GIORNO MEDIO – INTERO GIORNO

Gruppi televisivi	Spettatori medi giornalieri periodo set. – dic. (in milioni)					Var. %	
	2019	2020	2021	2022	2023	'19-'23	'22-'23
Mediaset	3,45	3,82	3,39	3,26	3,29	-4,6	+0,8
RAI	3,74	4,14	3,54	3,38	3,14	-15,9	-6,9
Warner Bros. Discovery	0,80	0,84	0,73	0,66	0,76	-5,2	+15,1
Comcast / Sky	0,63	0,74	0,63	0,64	0,67	+5,9	+4,2
Cairo Comm. / La 7	0,40	0,42	0,36	0,36	0,36	-10,5	+1,3
Altri	0,76	0,61	0,50	0,43	0,45	-41,6	+3,4

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

## 2.4 TELEVISIONE (DVB-T E SAT): ASCOLTI DEI PRINCIPALI CANALI NAZIONALI (INTERO ANNO)

### GIORNO MEDIO - PRIME TIME

Spettatori medi giornalieri periodo gen. – dic. (in milioni)

Gruppi televisivi	Canali TV						Var. %	
		2019	2020	2021	2022	2023	'19-'23	'22-'23
RAI	Rai 1	4,29	4,72	4,64	4,12	3,87	-9,7	-6,0
	Rai 2	1,41	1,48	1,24	1,03	0,96	-31,8	-6,7
	Rai 3	1,32	1,36	1,50	1,28	1,21	-8,7	-6,0
Mediaset	Canale 5	3,44	3,72	3,32	3,09	3,03	-11,9	-2,1
	Italia 1	1,25	1,34	1,17	1,14	1,14	-8,6	+0,1
	Rete 4	1,07	1,19	1,05	0,95	0,85	-21,0	-11,2
Cairo Comm.	La7	1,11	1,20	1,04	0,97	0,92	-17,5	-5,1
Comcast / Sky	TV8	0,56	0,57	0,45	0,44	0,49	-11,8	+11,3
Warner Bros. Discovery	Nove	0,38	0,42	0,42	0,38	0,47	+22,4	+22,6

### Share in %

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

### GIORNO MEDIO – INTERO GIORNO

Spettatori medi giornalieri periodo gen. – dic. (in milioni)

Gruppi televisivi	Canali TV						Var. %	
		2019	2020	2021	2022	2023	'19-'23	'22-'23
RAI	Rai 1	1,62	1,82	1,72	1,59	1,50	-7,1	-5,3
	Rai 2	0,55	0,55	0,51	0,43	0,43	-22,5	-0,5
	Rai 3	0,67	0,77	0,72	0,60	0,56	-17,1	-7,7
Mediaset	Canale 5	1,53	1,65	1,55	1,46	1,44	-5,9	-1,2
	Italia 1	0,48	0,53	0,44	0,40	0,39	-19,4	-3,4
	Rete 4	0,39	0,42	0,38	0,35	0,33	-16,8	-7,9
Cairo Comm.	La7	0,36	0,37	0,32	0,32	0,28	-23,5	-13,3
Comcast / Sky	TV8	0,22	0,23	0,19	0,19	0,20	-8,5	+5,0
Warner Bros. Discovery	Nove	0,16	0,19	0,17	0,16	0,16	=	+2,2

### Share in %

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

## 2.5 TELEVISIONE (DVB-T E SAT): ASCOLTI DEI PRINCIPALI CANALI NAZIONALI (QUARTO TRIMESTRE)

### GIORNO MEDIO - PRIME TIME

Spettatori medi giornalieri periodo set. – dic. (in milioni)

Gruppi televisivi	Canali TV						Var. %	
		2019	2020	2021	2022	2023	'19-'23	'22-'23
RAI	Rai 1	4,64	4,96	4,68	4,40	4,18	-10,0	-5,0
	Rai 2	1,45	1,49	1,09	0,97	0,87	-39,8	-9,5
	Rai 3	1,42	1,73	1,56	1,45	1,16	-18,3	-20,0
Mediaset	Canale 5	3,69	4,05	3,60	3,30	3,13	-15,3	-5,1
	Italia 1	1,49	1,39	1,16	1,13	1,22	-18,0	8,3
	Rete 4	1,18	1,21	0,94	0,95	0,92	-22,5	-3,5
Cairo Comm.	La7	1,09	1,28	1,01	0,98	1,10	+1,3	+12,9
Comcast / Sky	TV8	0,56	0,56	0,40	0,48	0,51	-9,6	+6,3
Warner Bros. Discovery	Nove	0,46	0,55	0,43	0,48	0,70	+52,2	+46,4

### Share in %

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

### GIORNO MEDIO – INTERO GIORNO

Spettatori medi giornalieri periodo set. – dic. (in milioni)

Gruppi televisivi	Canali TV						Var. %	
		2019	2020	2021	2022	2023	'19-'23	'22-'23
RAI	Rai 1	1,71	1,92	1,76	1,69	1,57	-8,1	-7,2
	Rai 2	0,55	0,56	0,44	0,44	0,42	-23,5	-4,0
	Rai 3	0,75	0,89	0,76	0,66	0,59	-21,1	-10,1
Mediaset	Canale 5	1,65	1,83	1,68	1,54	1,53	-7,1	-0,7
	Italia 1	0,56	0,55	0,42	0,41	0,41	-26,2	+0,9
	Rete 4	0,43	0,43	0,37	0,35	0,35	-19,0	-0,4
Cairo Comm.	La7	0,37	0,38	0,31	0,31	0,32	-12,8	+1,7
Comcast / Sky	TV8	0,22	0,21	0,18	0,22	0,22	-2,1	+0,5
Warner Bros. Discovery	Nove	0,18	0,20	0,17	0,16	0,20	+11,0	+23,3

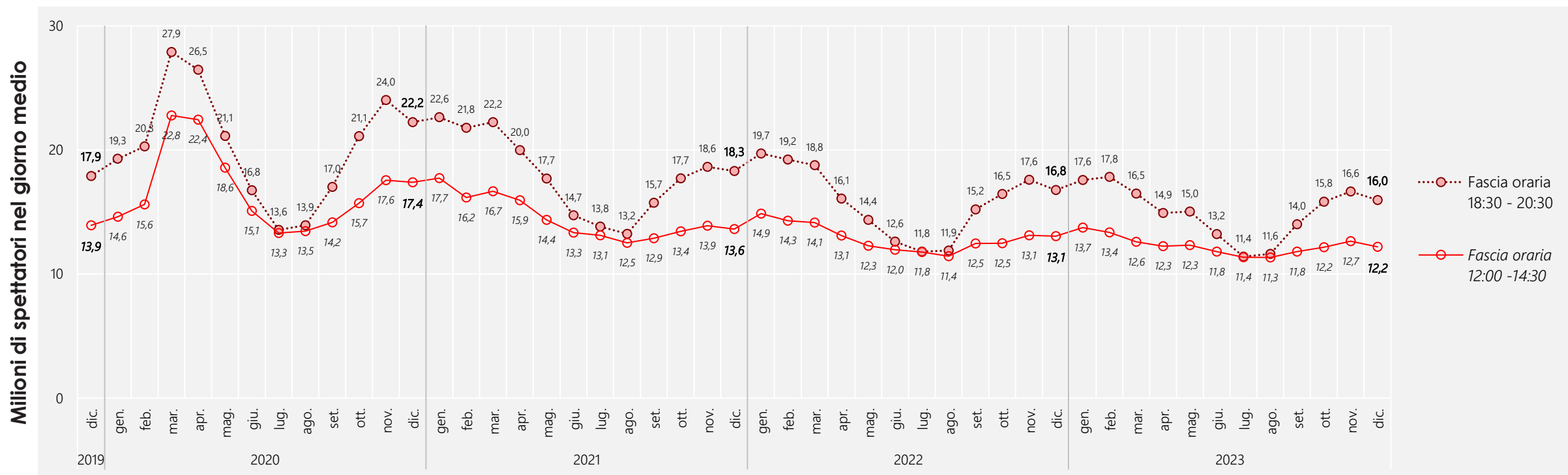
### Share in %

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



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

dicembre 2019 – dicembre 2023



Andamento numero di spettatori (Giorno medio del periodo gen. – dic. in milioni)	(2019)	(2020)	(2021)	(2022)	(2023)
Fascia oraria: 18:30 – 20:30	16,71	20,33	18,01	15,85	15,02
		↑ +21,6%	↓ -11,4%	↓ -12,0%	↓ -5,2%
		↓ -10,1%			
Fascia oraria: 12:00 – 14:30	13,73	16,79	14,48	12,92	12,30
		↑ +22,3%	↓ -13,7%	↓ -10,8%	↓ -4,8%
		↓ -10,5%			

\* **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.

## 2.7 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. – dic. (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	4,06	3,68	3,40	3,23	-54	-173	-1,6	-5,1
	Tg 2 (ore 13:00)	1,98	2,32	1,94	1,74	1,56	-423	-178	-21,3	-10,3
	Tg 3 (ore 12:00)	0,92	1,15	0,95	0,78	0,71	-216	-71	-23,4	-9,2
	Tg 3 Regionale (ore 14:00)	2,36	3,08	2,72	2,23	2,07	-288	-158	-12,2	-7,1
Mediaset	Tg 4 (ore 12:00)	0,38	0,40	0,32	0,29	0,29	-87	0	-23,1	-0,1
	Tg 5 (ore 13:00)	2,79	3,35	2,92	2,79	2,84	+45	+52	+1,6	+1,9
	Studio Aperto (ore 12:25)	1,39	1,74	1,39	1,16	1,08	-307	-71	-22,1	-6,1
La 7	Tg La 7 (ore 13:30)	0,62	0,69	0,56	0,54	0,51	-105	-27	-16,9	-4,9

**FASCIA ORARIA:  
18:30 – 20:30**

		Spettatori medi giornalieri periodo gen. – dic. (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)	4,68	5,64	5,13	4,61	4,31	-370	-293	-7,9	-6,4
	Tg 2 (ore 20:30)	1,58	1,85	1,56	1,25	1,09	-495	-160	-31,3	-12,9
	Tg 3 (ore 19:00)	1,76	2,31	2,09	1,80	1,73	-30	-73	-1,7	-4,1
	Tg 3 Regionale (ore 19:30)	2,29	3,12	2,78	2,29	2,22	-68	-68	-3,0	-3,0
Mediaset	Tg 4 (ore 19:00)	0,58	0,68	0,62	0,62	0,56	-26	-58	-4,5	-9,4
	Tg 5 (ore 20:00)	3,90	4,58	4,02	3,71	3,57	-332	-146	-8,5	-3,9
	Studio Aperto (ore 18:30)	0,76	0,92	0,71	0,55	0,52	-238	-31	-31,5	-5,6
La 7	Tg La 7 (ore 20:00)	1,16	1,23	1,09	1,03	1,03	-131	+3	-11,3	+0,3

## 2.8 TELEVISIONE (DVB-T E SAT): ASCOLTI DEI CANALI «ALL NEWS» NEL 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. – dic. (in migliaia)

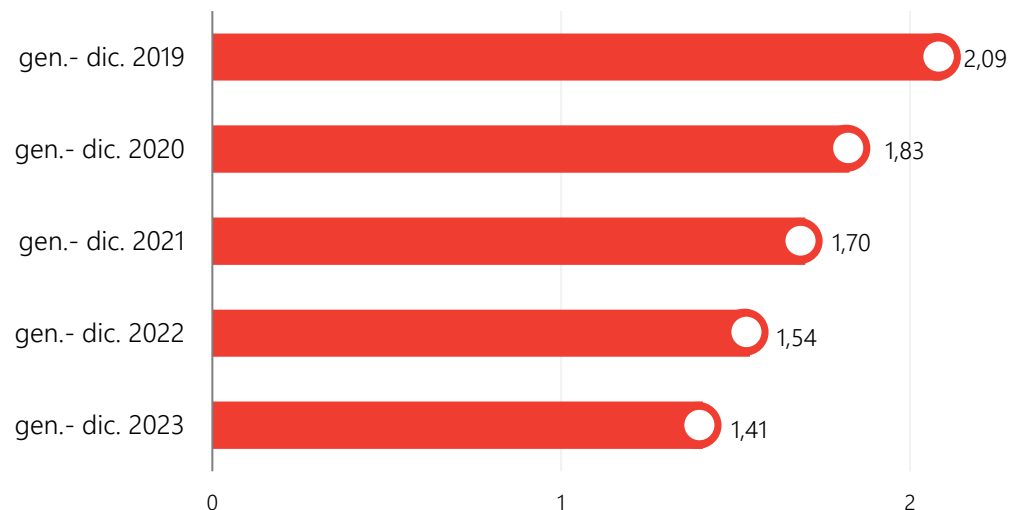
	Anno	Intero giorno	07:00 09:00	12:00 15:00	18:00 20:30
Totale canali «all news»	2023	120	226	177	162
	2022	137	242	197	193
	2021	155	280	214	223
	2020	195	298	273	307
	2019	137	241	194	160
Variazioni %	2023/2022	-12,0	-6,5	-10,4	-16,2
	2023/2019	-12,5	-6,1	-8,8	+1,3
	2023/2020	-38,3	-24,2	-35,3	-47,4

Spettatori medi giornalieri periodo gen. – dic. (in migliaia)

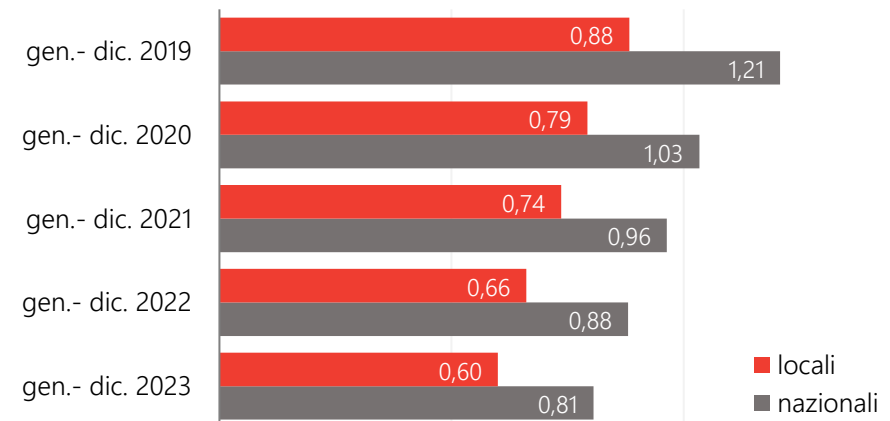
	Anno	Intero giorno	07:00 09:00	12:00 15:00	18:00 20:30
Rai News 24	2023	51	98	62	49
	2022	59	112	72	64
	2021	71	144	86	80
	2020	91	162	108	121
	2019	64	127	71	59
Variazioni %	2023/2022	-13,2	-12,6	-13,3	-23,5
	2023/2019	-19,4	-22,4	-12,1	-16,1
	2023/2020	-43,6	-39,6	-42,5	-59,3
TgCom 24	2023	41	77	69	69
	2022	43	78	69	73
	2021	47	84	69	75
	2020	52	78	82	80
	2019	38	64	65	47
Variazioni %	2023/2022	-5,5	-0,6	-0,1	-5,5
	2023/2019	7,1	20,0	7,1	46,1
	2023/2020	-21,7	-1,1	-15,1	-13,8
Sky Tg24	2023	28	51	45	43
	2022	34	52	56	55
	2021	37	53	58	69
	2020	52	58	83	106
	2019	36	50	58	53
Variazioni %	2023/2022	-18,1	-2,1	-19,4	-22,0
	2023/2019	-21,1	1,7	-22,4	-19,4
	2023/2020	-45,7	-12,0	-45,8	-59,2

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

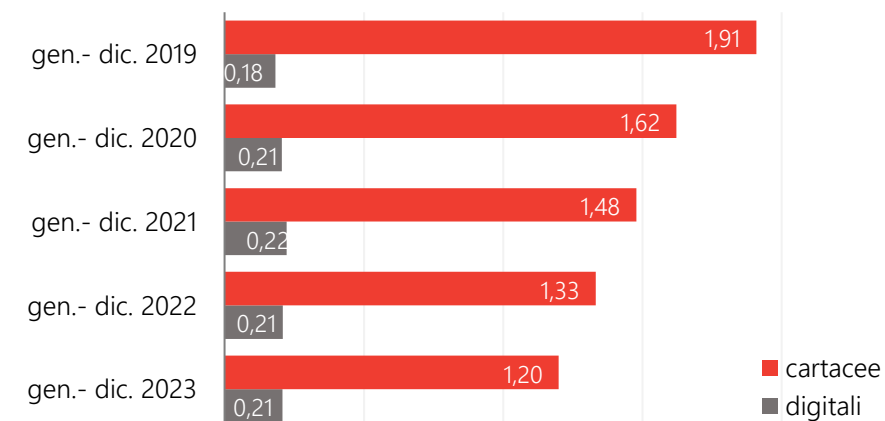
**VENDITE GIORNALIERE**  
(milioni di copie vendute)



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



**COPIE CARTACEE vs. DIGITALI**



**Variazione in %**

Periodo gennaio - dicembre

(2022 – 2023)

(2019 -2023)

<b>Copie complessive:</b>	<b>-8,8</b> ↓	<b>-32,8</b> ↓
Copie cartacee:	<b>-10,0</b> ↓	<b>-37,2</b> ↓
Copie digitali:	<b>-1,0</b> ↓	<b>+13,3</b> ↑
Copie quotidiani nazionali:	<b>-8,4</b> ↓	<b>-33,3</b> ↓
Copie quotidiani locali:	<b>-9,2</b> ↓	<b>-32,1</b> ↓

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

### COPIE CARTACEE PER MACRO CATEGORIA

(migliaia di copie)

	gen. – dic.	2019	2020	2021	2022	2023
Testate nazionali	Generaliste Top 5	608	525	472	419	373
	Generaliste Altre	137	133	120	110	100
	Economici	80	67	58	51	45
	Sportivi	243	158	153	148	137
Testate locali	Top 10	388	349	325	293	266
	Altre testate	453	389	350	310	278

	Variazione in %	gen. – dic.	('19 – '23)	('22 – '23)
Testate nazionali		Generaliste Top 5	-38,8 ↓	-11,1 ↓
		Generaliste Altre	-26,6 ↓	-8,9 ↓
		Economici	-43,6 ↓	-12,3 ↓
		Sportivi	-43,6 ↓	-7,5 ↓
Testate locali		Top 10	-31,4 ↓	-9,2 ↓
		Altre testate	-38,6 ↓	-10,4 ↓

### COPIE DIGITALI PER MACRO CATEGORIA

(migliaia di copie)

	gen. – dic.	2019	2020	2021	2022	2023
Testate nazionali	Generaliste Top 5	75	83	95	87	91
	Generaliste Altre	17	26	31	30	27
	Economici	40	35	29	28	28
	Sportivi	8	7	6	6	5
Testate locali	Top 10	18	23	27	25	24
	Altre testate	25	31	35	33	33

	Variazione in %	gen. – dic.	('19 – '23)	('22 – '23)
Testate nazionali		Generaliste Top 5	+22,0 ↑	+4,5 ↑
		Generaliste Altre	+57,5 ↑	-9,5 ↓
		Economici	-30,6 ↓	-2,2 ↓
		Sportivi	-38,0 ↓	-13,4 ↓
Testate locali		Top 10	+29,7 ↑	-6,3 ↓
		Altre testate	+32,6 ↑	-0,8 ↓

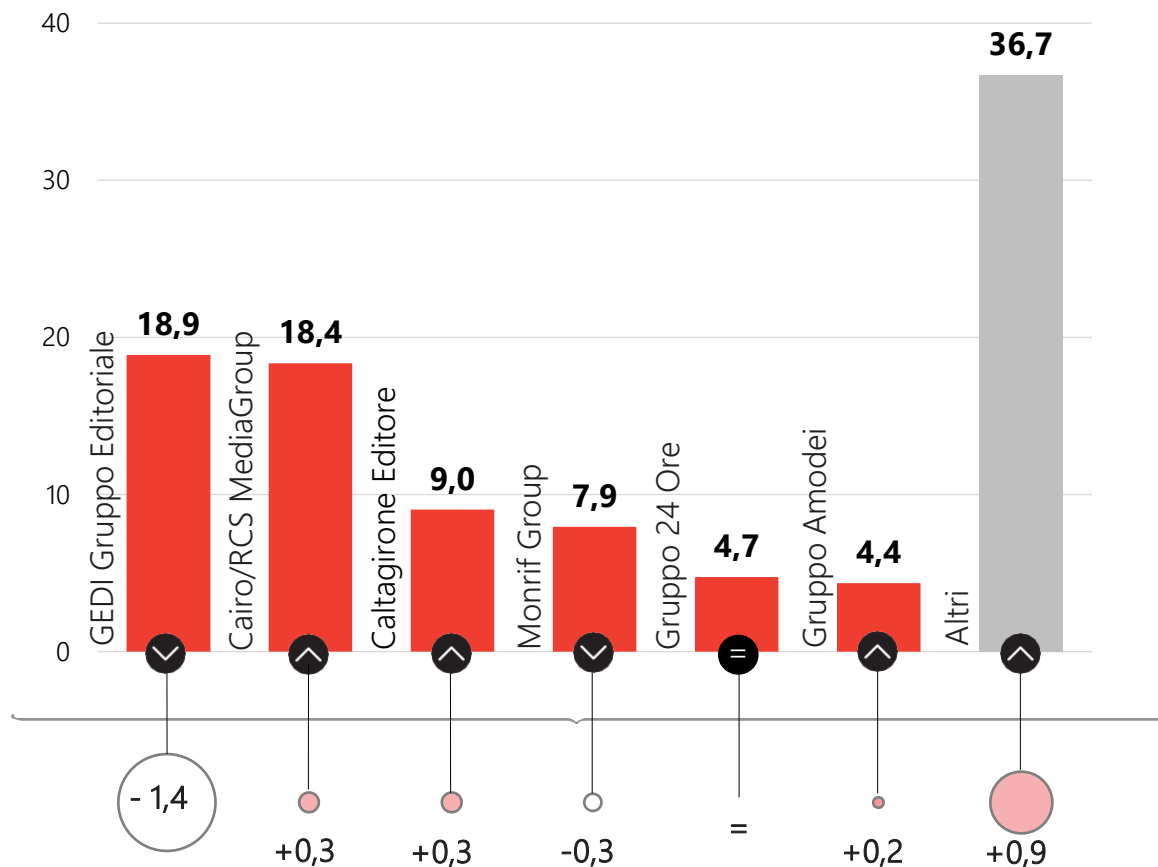
#### Ripartizione delle testate

- **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

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

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

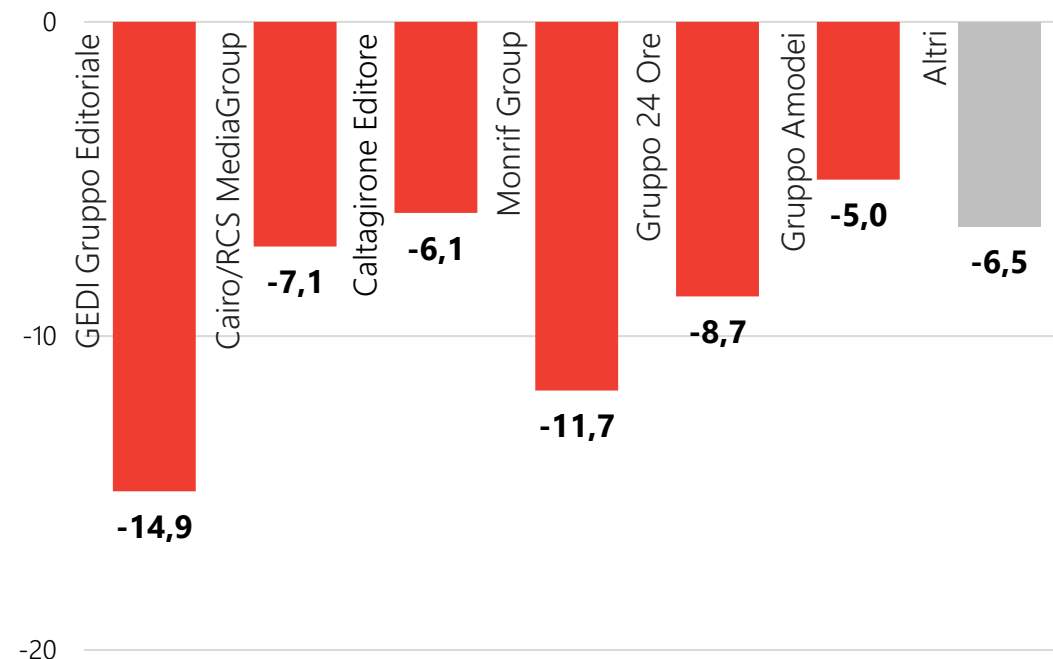
GENNAIO - DICEMBRE 2023



Differenza vs. gen. - dic. 2022  
(punti percentuali)

### VARIAZIONE DELLE COPIE VENDUTE (%)

DIFFERENZA VS. GEN. - DIC. 2022



Fonte: elaborazioni Autorità su dati ADS

## 2.12 EDITORIA QUOTIDIANA: DISTRIBUZIONE DELLE VENDITE PER PRINCIPALI TESTATE

### DISTRIBUZIONE DELLE COPIE VENDUTE NEGLI ULTIMI 12 MESI (%)

(Rank decrescente  $\geq 2\%$  sulla base del periodo gennaio 2023 – dicembre 2023)

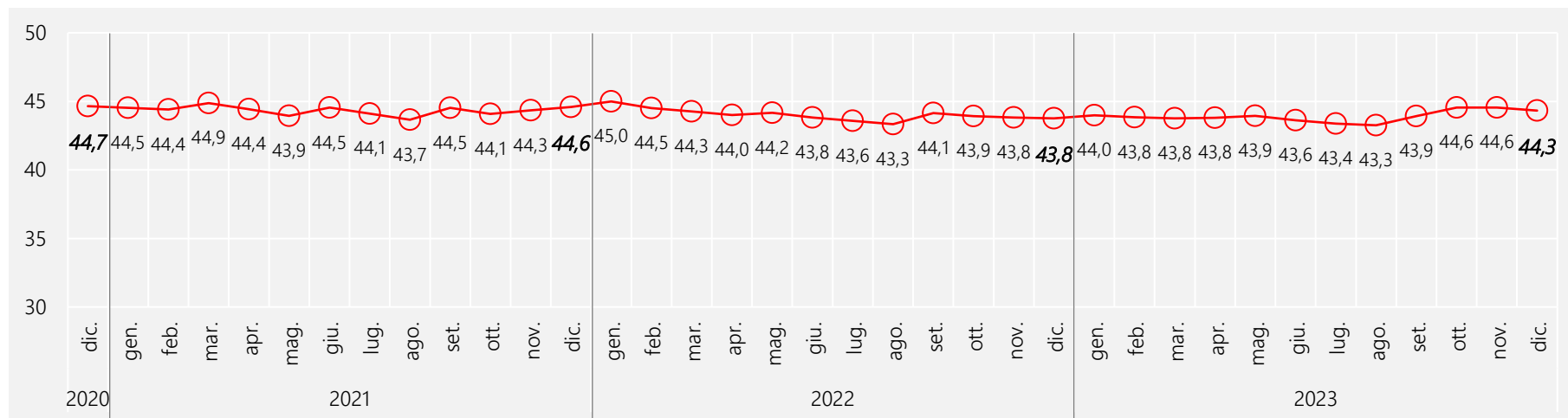
Principali testate	COPIE COMPLESSIVE							COPIE CARTACEE			COPIE DIGITALI		
	2019	2020	2021	2022	2023	Var. p.p. 22 vs 23	Var. p.p. 19 vs 23	2023	Var. p.p. 22 vs 23	Var. p.p. 19 vs 23	2023	Var. p.p. 22 vs 23	Var. p.p. 19 vs 23
Corriere della sera	10,83	11,36	11,38	12,24	12,61	+0,37	+1,78	11,02	-0,26	+0,86	21,82	+3,49	+4,07
Repubblica (La)	8,34	8,85	8,63	7,56	7,17	-0,39	-1,17	6,17	-0,32	-1,41	13,01	-1,35	-3,30
Gazzetta dello sport (La) (*)	6,79	4,76	5,21	5,80	5,75	-0,05	-1,04	6,50	+0,05	-0,63	1,39	-0,28	-1,91
Stampa (La)	5,59	5,46	5,43	5,32	5,12	-0,20	-0,47	5,19	-0,19	-0,53	4,67	-0,19	+0,49
Sole 24 Ore (Il)	5,03	5,03	4,66	4,74	4,75	+0,01	-0,28	3,35	-0,09	-0,09	12,80	-0,22	-8,70
Avvenire	4,00	4,11	4,17	3,97	4,23	+0,26	+0,23	4,72	+0,32	+0,37	1,35	+0,13	+0,98
QN – Il Resto del Carlino	4,05	4,17	4,20	4,19	4,04	-0,16	-0,01	4,64	-0,05	+0,31	0,52	-0,45	-0,55
Messaggero (Il)	3,91	3,52	3,71	3,80	3,87	+0,07	-0,05	3,98	+0,05	-0,09	3,23	+0,25	+0,90
Corriere dello sport (*)	3,15	2,37	2,57	2,68	2,86	+0,18	-0,29	3,26	+0,25	-0,14	0,52	-0,02	+0,01
QN - La Nazione	2,94	2,89	2,86	2,74	2,66	-0,09	-0,28	3,06	-0,03	-0,10	0,34	-0,23	-0,36
Gazzettino (Il)	2,25	2,38	2,48	2,52	2,60	+0,08	+0,35	2,52	+0,09	+0,29	3,06	+0,03	+0,59
Fatto quotidiano (Il)	1,64	2,26	2,61	2,53	2,52	-0,01	+0,88	1,55	+0,01	+0,30	8,13	-0,72	+2,36
Giornale (Il)	2,14	2,46	2,22	2,01	2,01	-0,01	-0,13	2,24	+0,01	-0,04	0,66	+0,02	-0,02

(\*) – include edizione del lunedì

Fonte: elaborazioni Autorità su dati ADS

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

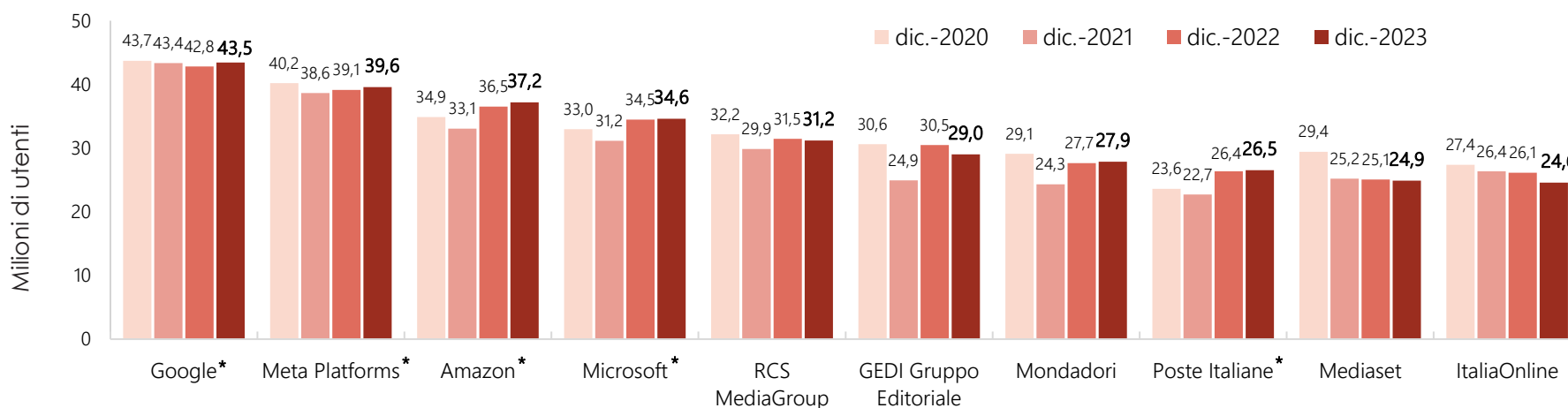
MILIONI DI UTENTI UNICI MENSILI (Dicembre 2020 – Dicembre 2023)



**44 milioni e 331 mila** utenti unici si sono collegati a internet nel mese di dicembre 2023 (+**564 mila** utenti rispetto a dicembre 2022)

Oltre **65 ore e 43 minuti** complessive trascorse, in media, da ciascun utente navigando su internet nel mese di dicembre 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.

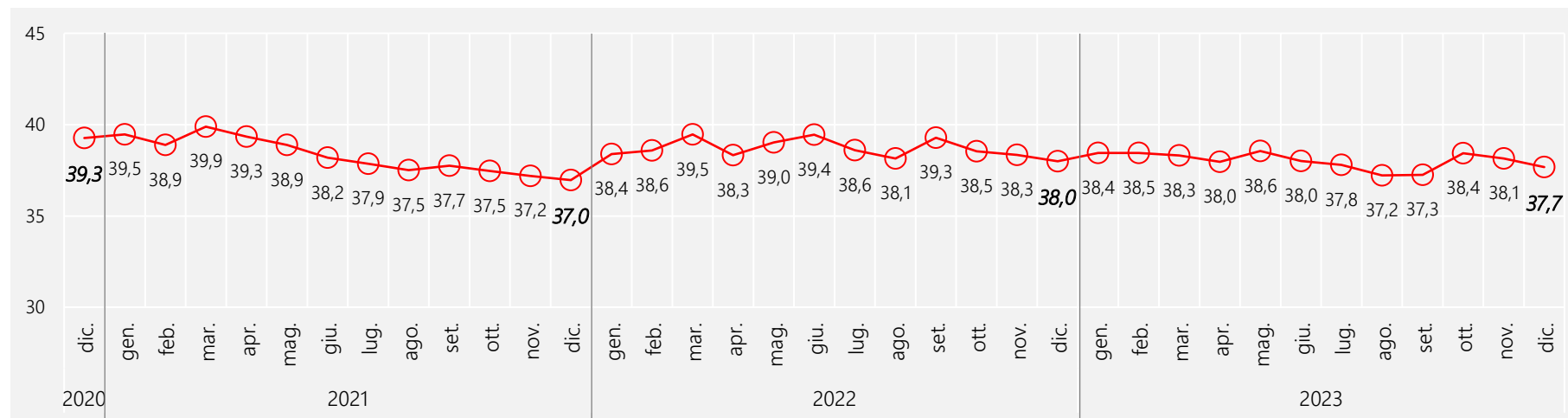
\* Nota: Google, Meta Platforms, Amazon, Microsoft e Poste Italiane sono rilevati solo attraverso *Audiweb Panel*.

Fonte: elaborazioni Autorità su dati Audicom – sistema Audiweb



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

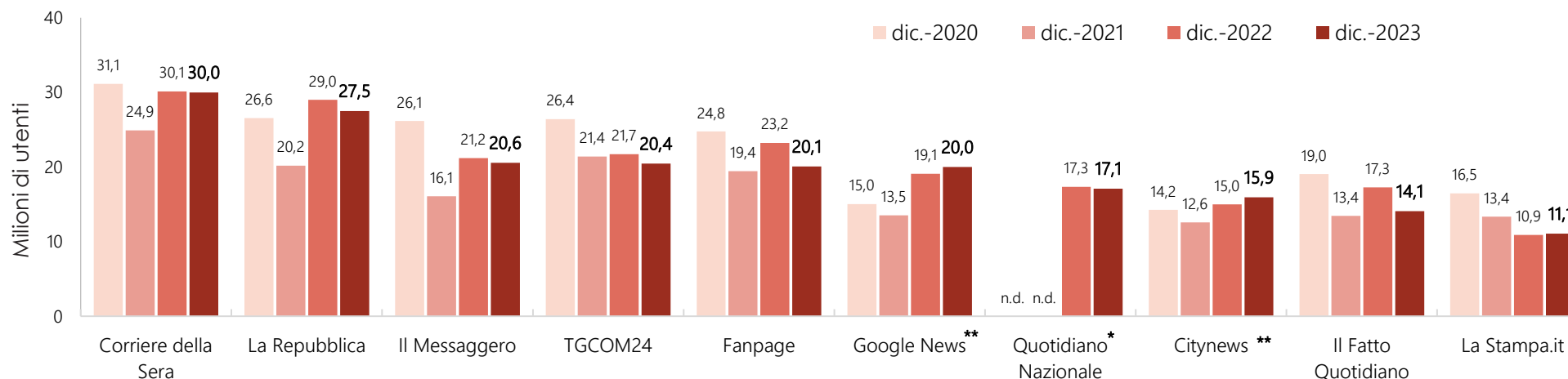
MILIONI DI UTENTI UNICI MENSILI (Dicembre 2020 – Dicembre 2023)



**37 milioni e 675 mila** di utenti unici si sono collegati a siti/APP di informazione generalista nel mese di dicembre 2023 (**325 mila** utenti in meno rispetto a dicembre 2022)

Poco più di **1 ora e 2 minuti** trascorsi, in media, da ciascun utente navigando su siti/APP di informazione generalista nel mese di dicembre 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.

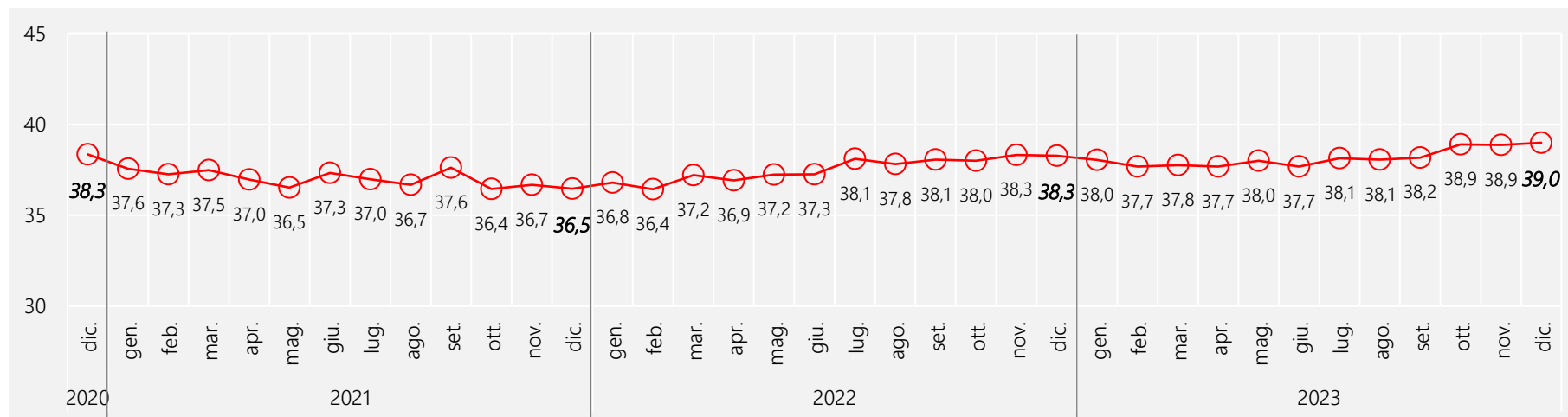
\* Nota: a partire da aprile 2022 il gruppo Monrif è entrato nel sistema di rilevazione Audiweb. Ciò ha comportato una modifica del perimetro di classificazione e della modalità di rilevazione che – oltre ad *Audiweb Panel* – utilizza ora anche la componente censuaria, *Audiweb Censurus*. Per questa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

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

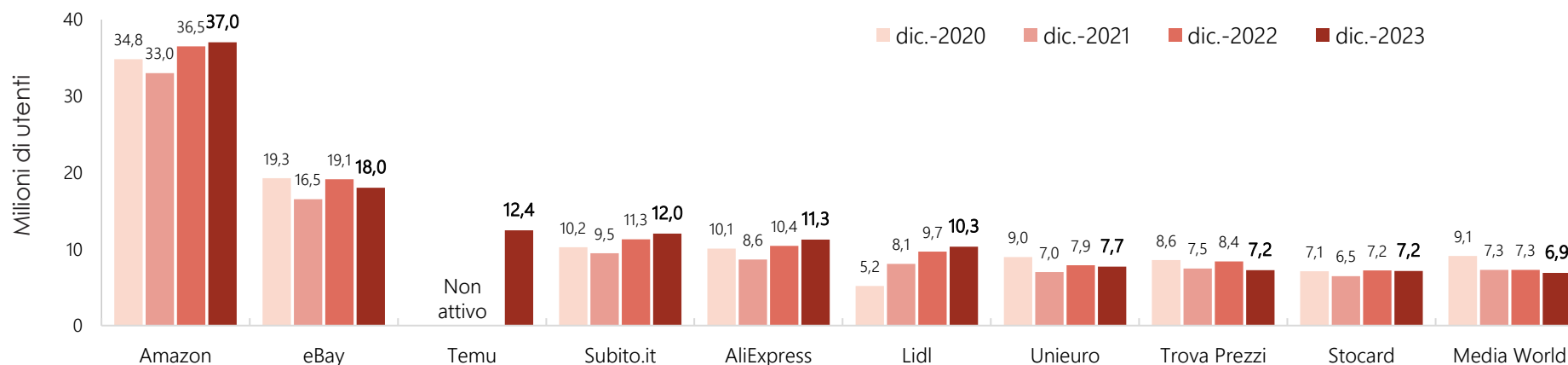
MILIONI DI UTENTI UNICI MENSILI (Dicembre 2020 – Dicembre 2023)



**38 milioni e 989 mila** utenti unici si sono collegati a siti/APP di e-commerce nel mese di dicembre 2023 (+**712** mila utenti rispetto a dicembre 2022)

**3 ore e 3 minuti**, in media, trascorse da ciascun utente navigando su siti/APP di e-commerce nel mese di dicembre 2023

### UTENTI UNICI MENSILI DEI PRINCIPALI SITI\*



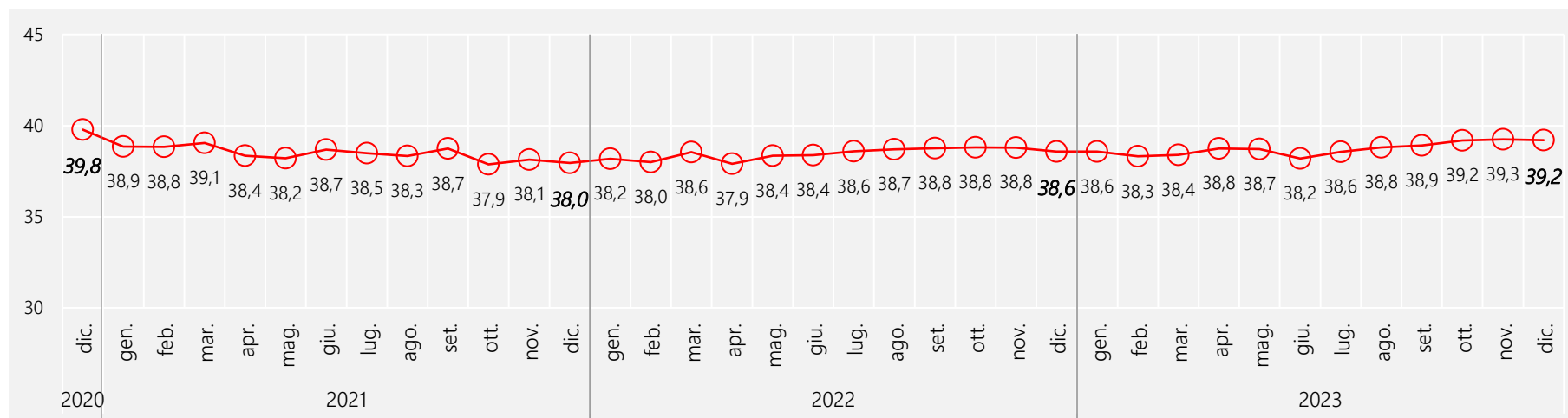
**Utenti unici:** numero di utenti/persone diverse che hanno visitato qualsiasi contenuto di un sito Web, una categoria, un canale o un'applicazione durante il periodo di riferimento.

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.

## 2.16 PIATTAFORME: UTENTI UNICI DEI SITI/APP DI SOCIAL NETWORK

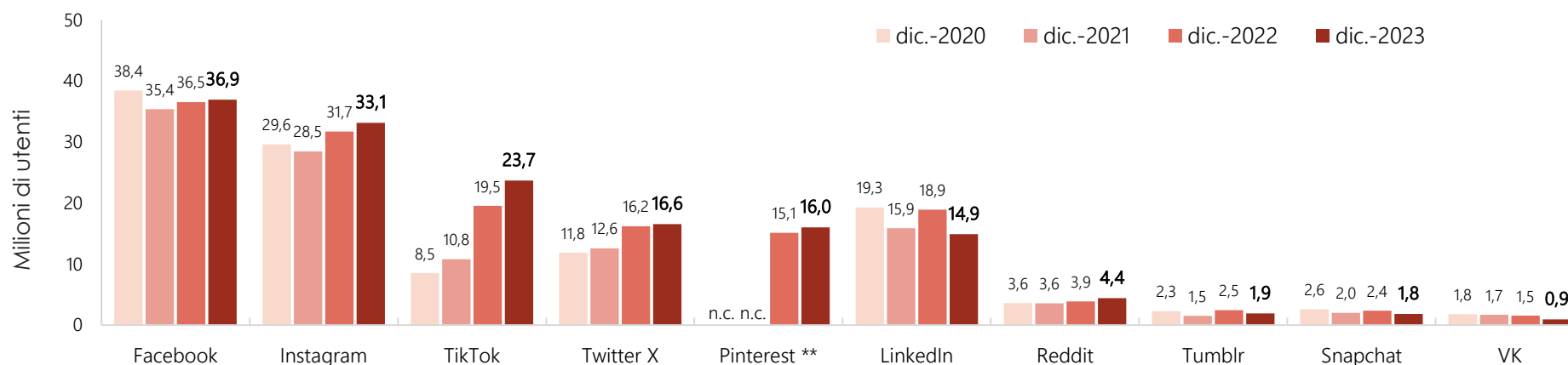
MILIONI DI UTENTI UNICI MENSILI (Dicembre 2020 – Dicembre 2023)



**39 milioni e 200 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 dicembre 2023 (+624 mila utenti rispetto a dicembre 2022)

**21 ore e 26 minuti**, in media, trascorse da ciascun utente navigando su tali siti/nel mese di dicembre 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.

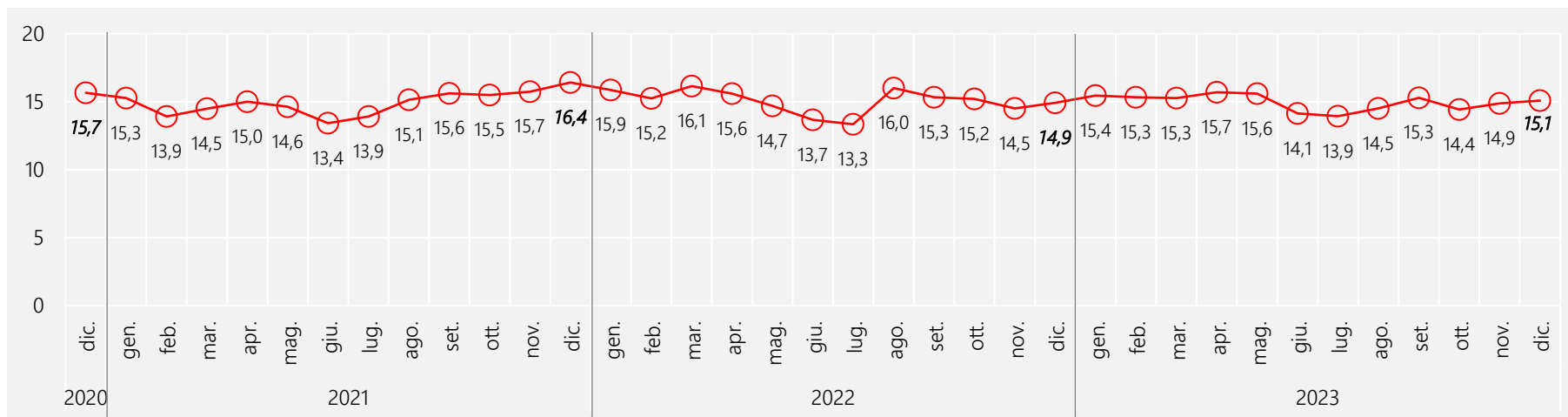
\*\* Nota: in conseguenza di attività tese a migliorare l'accuratezza della rilevazione del Brand, i dati a partire da gennaio 2022 non sono confrontabili (n.c.) con quelli degli anni precedenti; gli esiti di tale attività non possono essere isolati da eventuali effetti stagionali.

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

## 2.17 PIATTAFORME: UTENTI UNICI DEI SITI/APP DI SERVIZI VOD A PAGAMENTO

### MILIONI DI UTENTI UNICI MENSILI

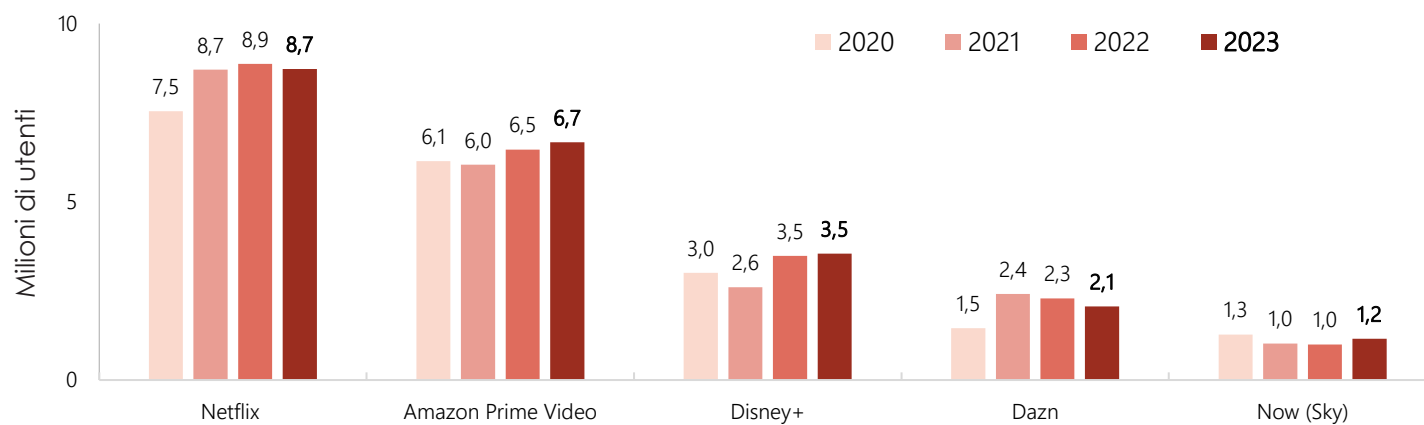
(Dicembre 2020 – Dicembre 2023)



**15 milioni e 93 mila** utenti unici si sono collegati a siti/APP di video on demand nel mese di dicembre 2023 (**169 mila** utenti in più rispetto a dicembre 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 2 milioni

Fonte: elaborazioni Autorità su dati Comscore

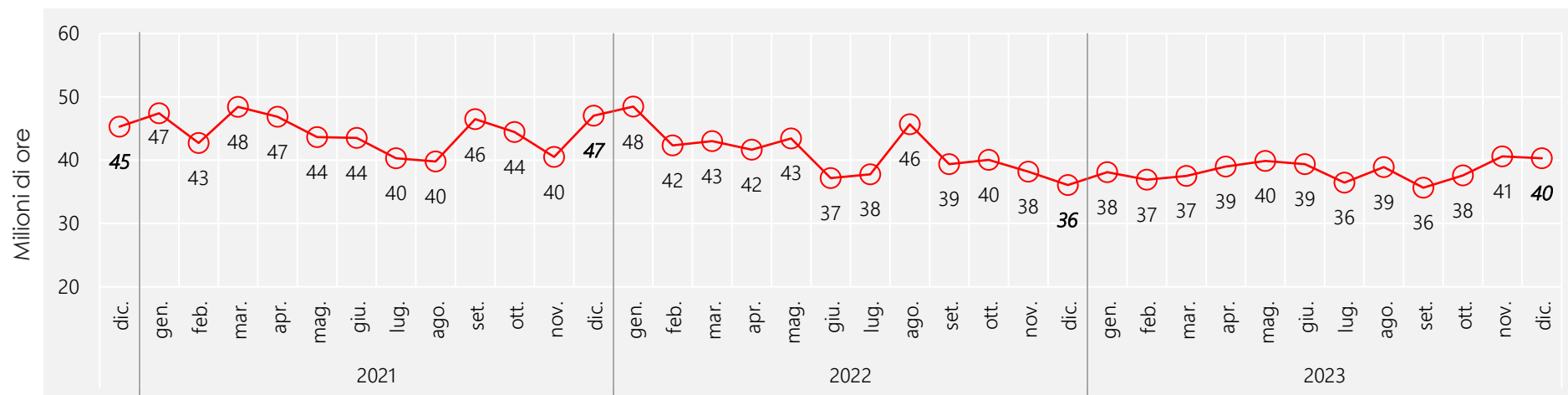
Nel grafico si riportano gli utenti unici della categoria costituita dai principali operatori che offrono in Italia servizi di video on demand a pagamento, in particolare: Alphabet/Google (Google Play Movies & TV); Amazon (Primevideo.com set. 20 - lug. 23); Amazon Streaming da ago. 23); Apple (Apple 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.

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»

## 2.18 PIATTAFORME: TEMPO SPESO SUI SITI/APP DI SERVIZI VOD A PAGAMENTO

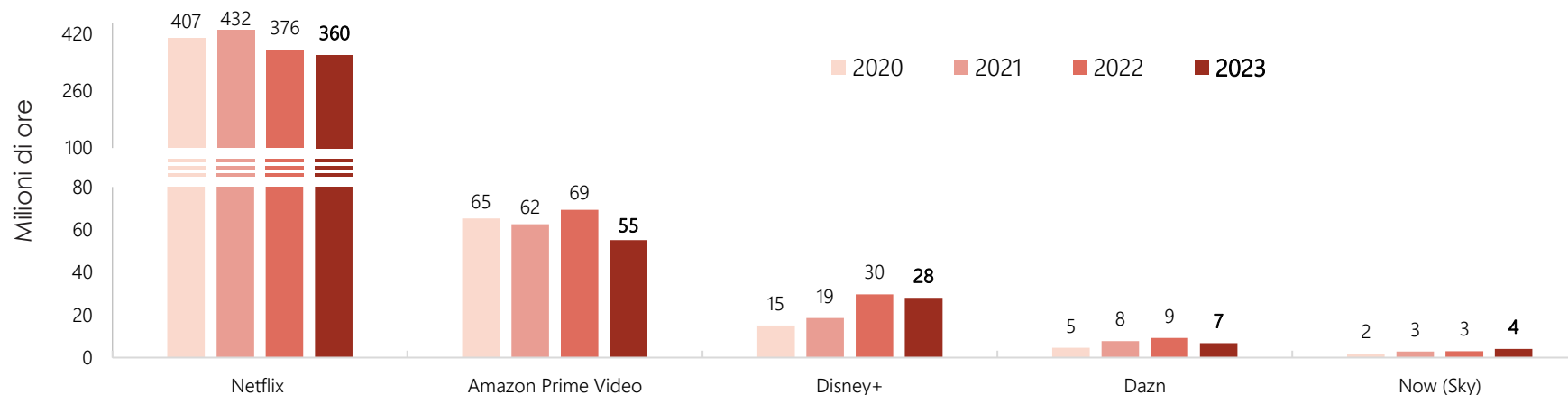
ORE COMPLESSIVE DI NAVIGAZIONE (in milioni) (Dicembre 2020 – Dicembre 2023)



A dicembre 2023, il tempo trascorso sui siti/APP di servizi video on demand a pagamento supera le **40 milioni di ore**

Il tempo trascorso in media da ciascun visitatore nel mese di dicembre 2023 è pari a **2 ore e 40 minuti**

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



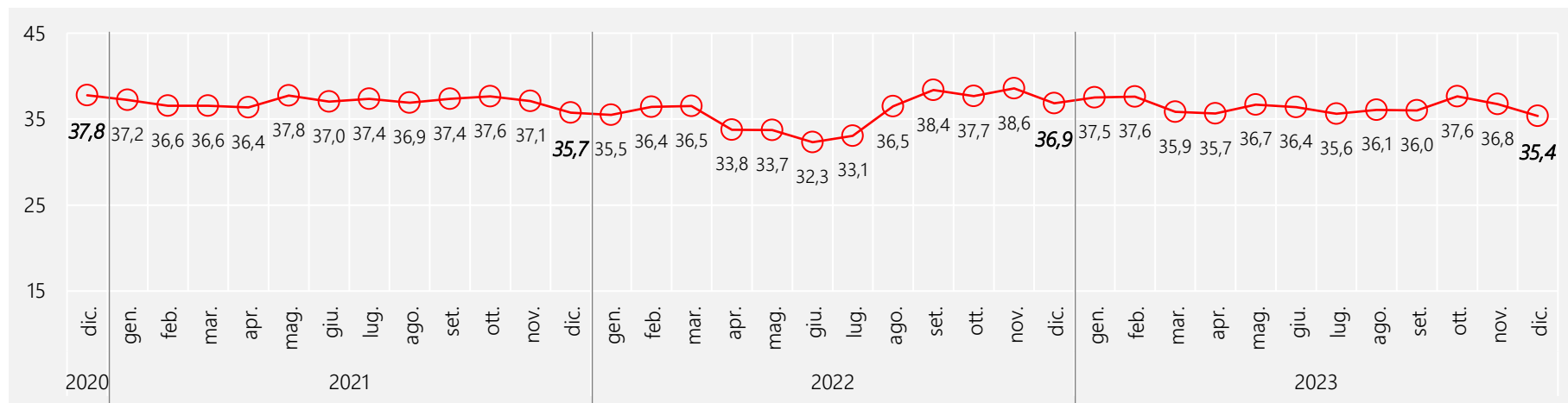
Fonte: elaborazioni Autorità su dati Comscore  
 Nel grafico si riportano gli utenti unici della categoria costituita dai principali operatori che offrono in Italia servizi di video on demand a pagamento, in particolare: Alphabet/Google (Google Play Movies & TV); Amazon (Primevideo.com set. 20 - lug. 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 2.17)

## 2.19 PIATTAFORME: UTENTI UNICI DEI SITI/APP DI SERVIZI VOD GRATUITI

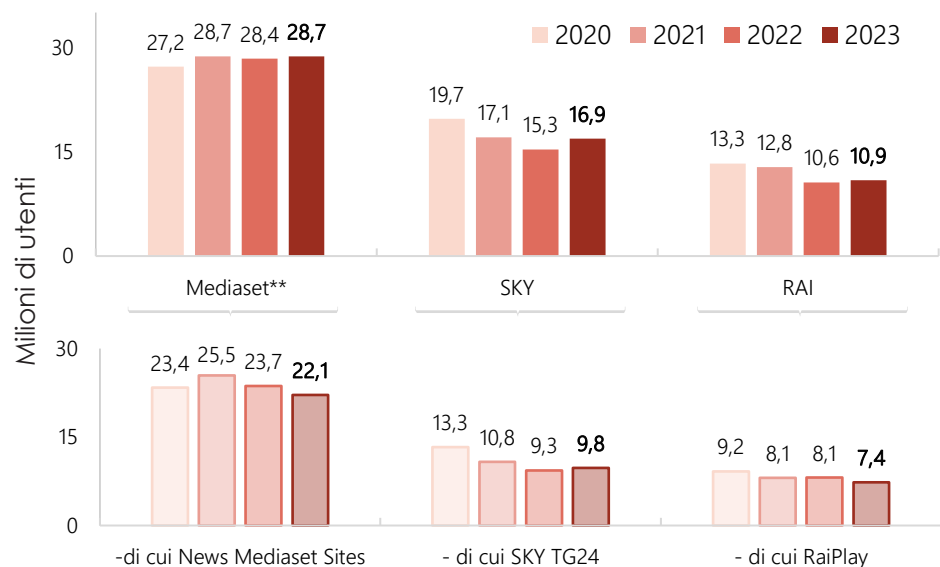
MILIONI DI UTENTI UNICI MENSILI (Dicembre 2020 – Dicembre 2023)



Oltre **35,4** milioni di utenti unici si sono collegati a siti/APP di video on demand gratuiti nel mese di dicembre 2023 (oltre **1,5** milioni di utenti in meno rispetto a dicembre 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 (VVVVVID.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).

### 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 13 milioni e 539 mila utenti unici a fronte di Mediaset.it Sites che nello stesso periodo (gennaio - dicembre 2023) raggiunge 28 milioni e 685 mila utenti unici medi mensili.

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.

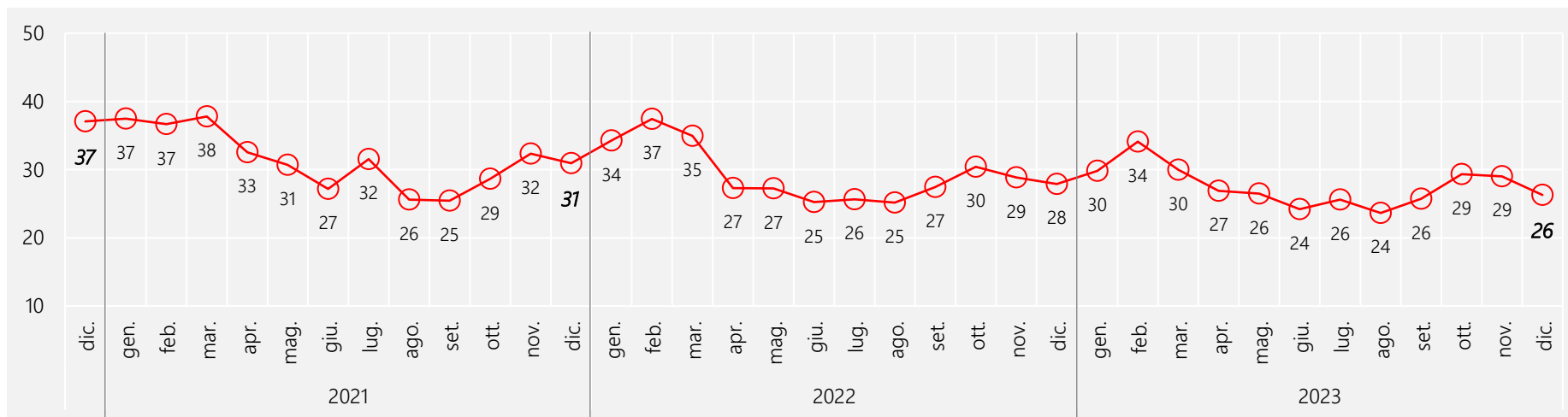
Nel leggere la serie storica occorre considerare che non è più presente il tag in pagina sul sito di RaiPlay e di RaiNews, rispettivamente da febbraio 2021 e da novembre 2021.

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

Fonte: elaborazioni Autorità su dati ComScore

## 2.20 PIATTAFORME: TEMPO SPESO SUI SITI/APP DI SERVIZI VOD GRATUITI

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

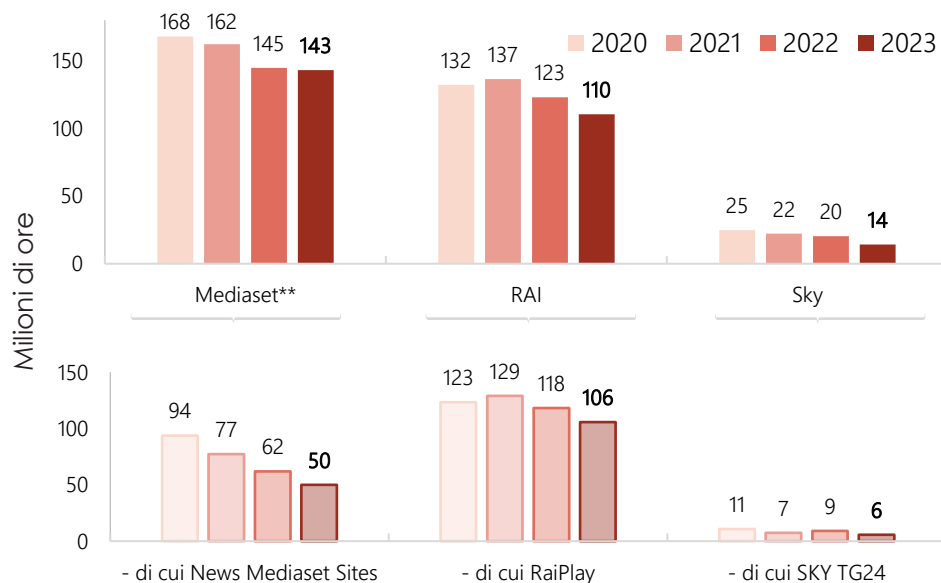


A dicembre 2023, il tempo trascorso sui siti/APP di servizi video on demand gratuiti è stato di circa **26 milioni di ore**

Il tempo trascorso in media da ciascun visitatore nel mese di dicembre 2023 è di quasi **44 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).

### 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 74 milioni di ore), nel complesso Mediaset Sites nel periodo gennaio – dicembre 2023 raggiunge 143 milioni di ore di navigazione.

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.

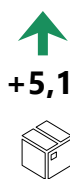
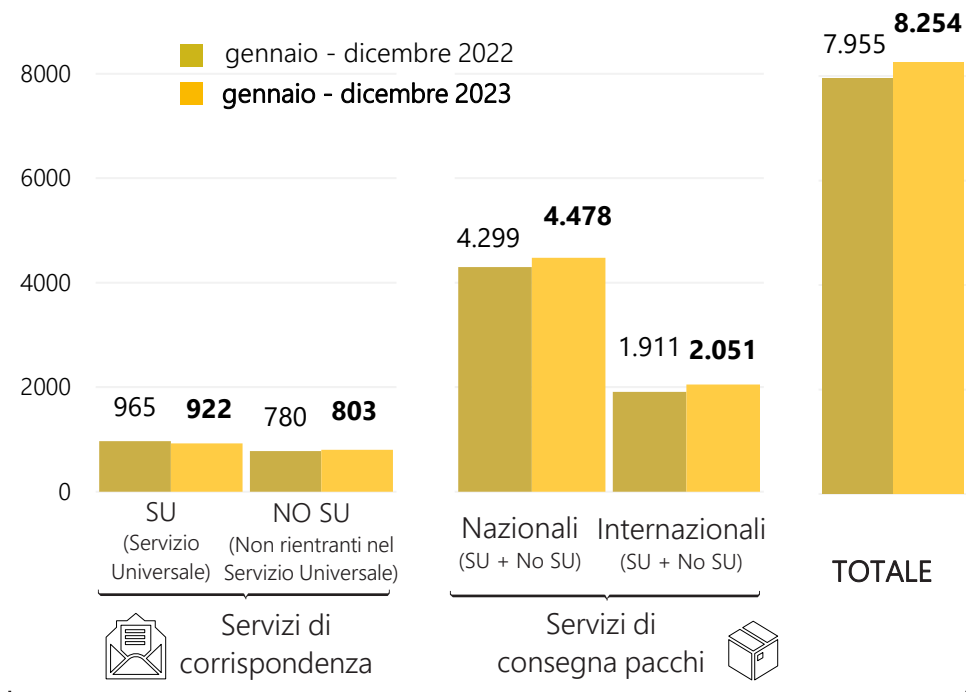
Il dato si riferisce al traffico Desktop e Mobile e non include il traffico da Connected TV.

Fonte: elaborazioni Autorità su dati ComScore

### 3.1 SERVIZI POSTALI: ANDAMENTO DEI RICAVI

#### RICAVI CUMULATI DA INIZIO ANNO

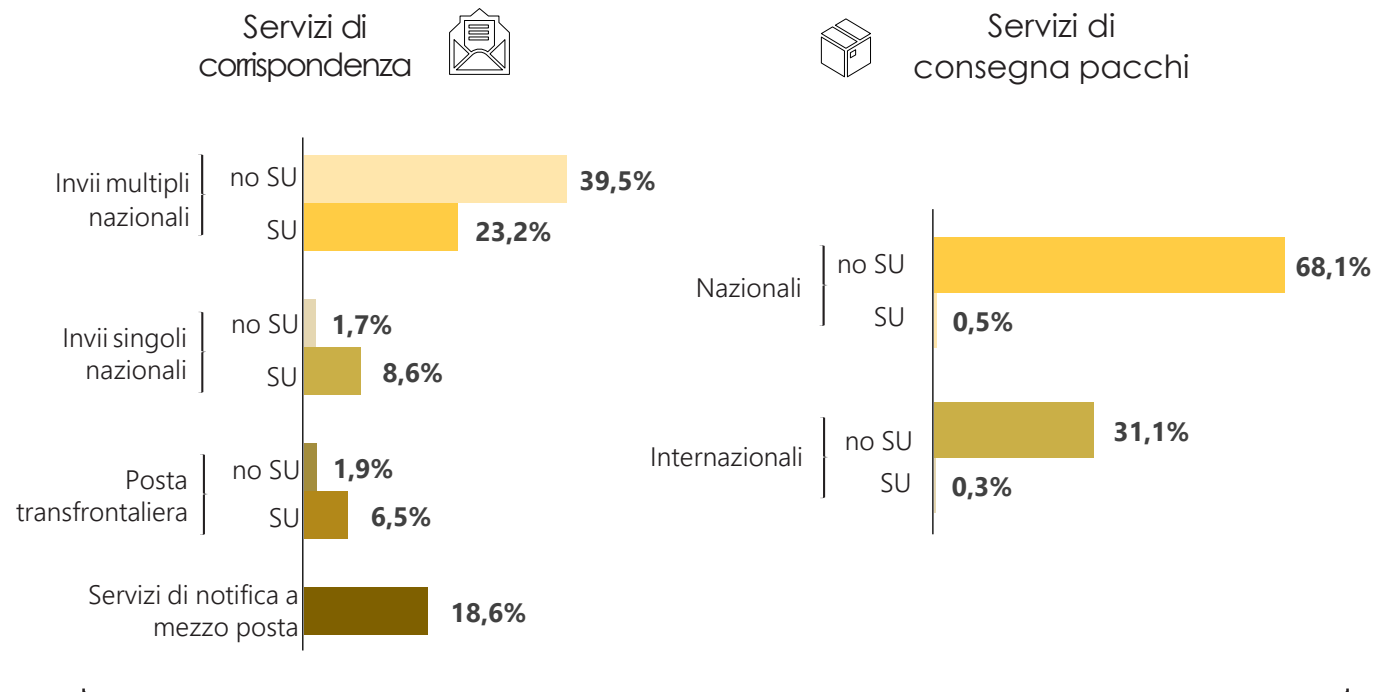
MILIONI DI €



Variazione annuale in %  
(gen. - dic. 2022) - (gen. - dic. 2023)

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

(gennaio - dicembre 2023)



Variazione annuale in %  
(gen. - dic. 2022) - (gen. - dic. 2023)



Invii multipli nazionali

Invii singoli nazionali

Posta transfrontaliera

Servizi di notifica a mezzo posta

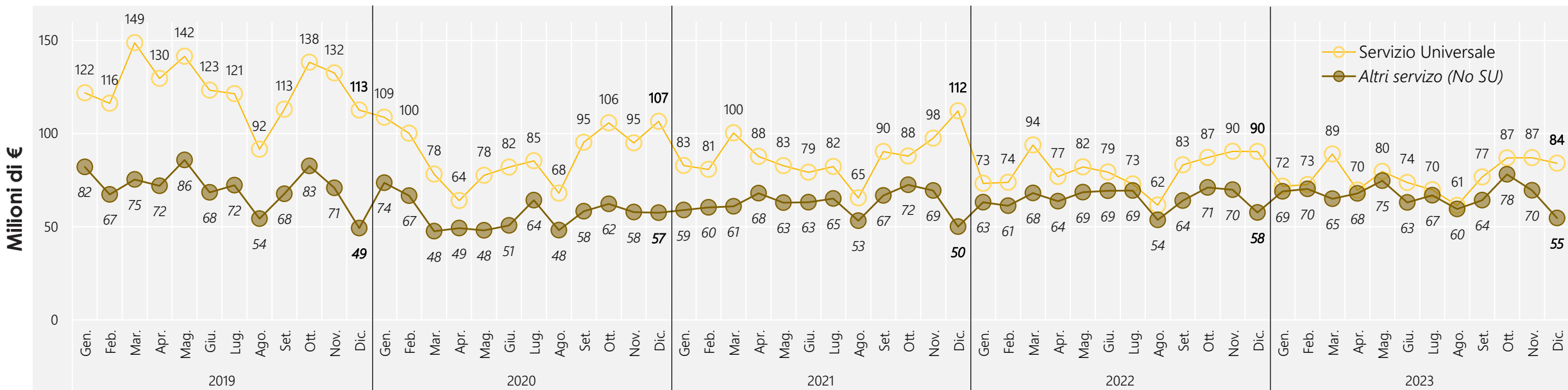
Nazionali

Internazionali

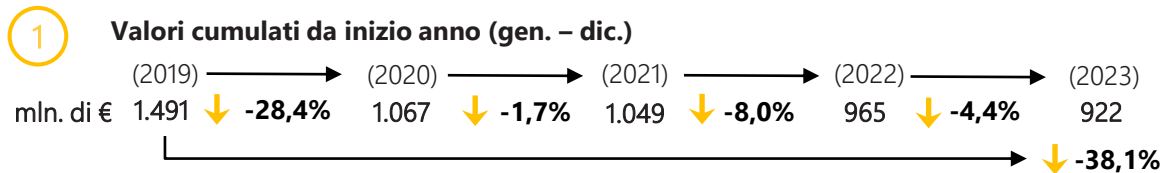
**Nota:** a seguito di riclassifiche effettuate dalle imprese i valori esposti non sono confrontabili con quanto corrispondentemente illustrato nelle precedenti versioni dell'Osservatorio. I dati esposti fanno riferimento ai seguenti operatori: Amazon Italia Transport S.r.l., BRT S.p.A., DHL Express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



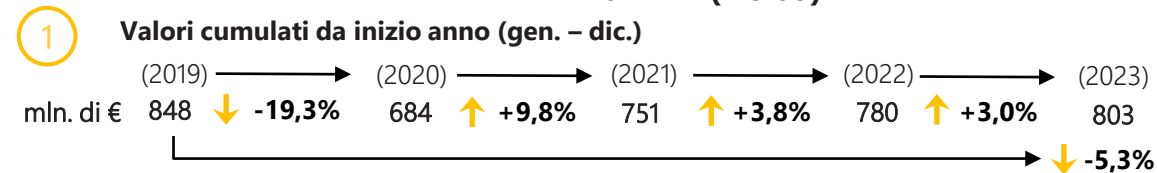
### SERVIZIO UNIVERSALE



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
4° trimestre (Set. - Dic.)	-19,8	-3,2	-10,0	-3,6	-32,7

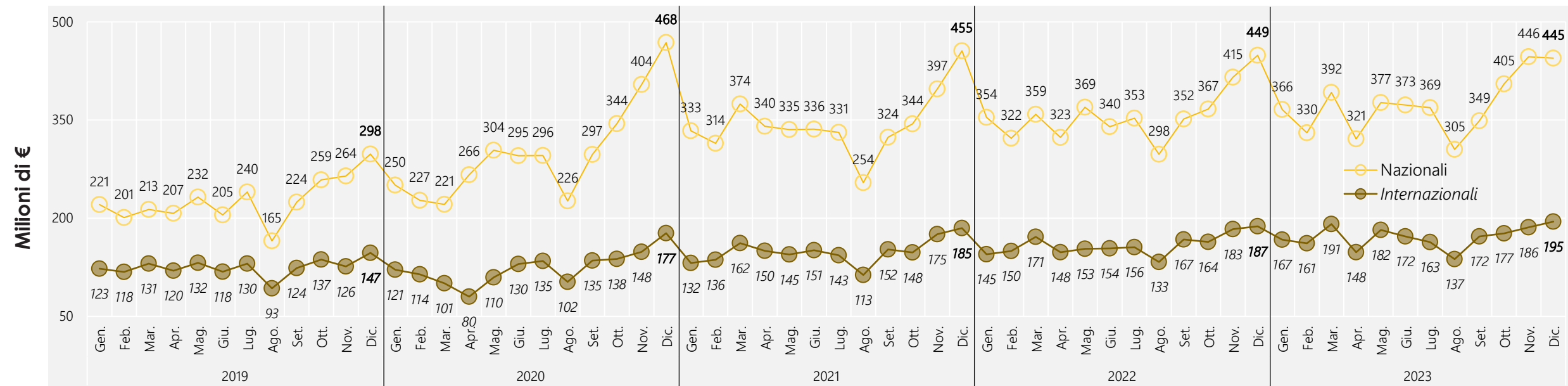
### ALTRI SERVIZI (NO SU)



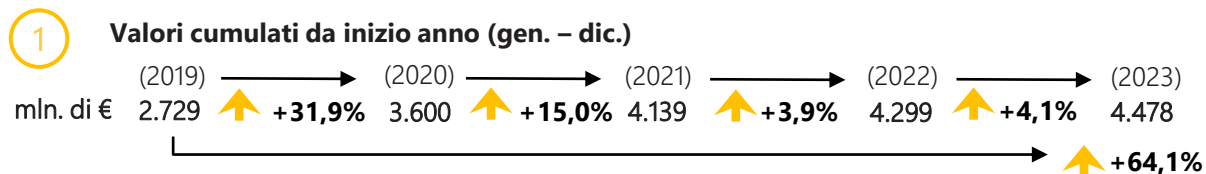
2 Confronto valori trimestrali (variazioni %)

	Annuale				Di periodo 2019/2023
	2019/2020	2020/2021	2021/2022	2022/2023	
1° trimestre (Gen. - Mar.)	-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
4° trimestre (Set. - Dic.)	-12,4	+8,0	+3,4	+1,9	-0,3

### 3.3 SERVIZI POSTALI: ANDAMENTO DEI RICAVI DA SERVIZI DI CONSEGNA PACCHI



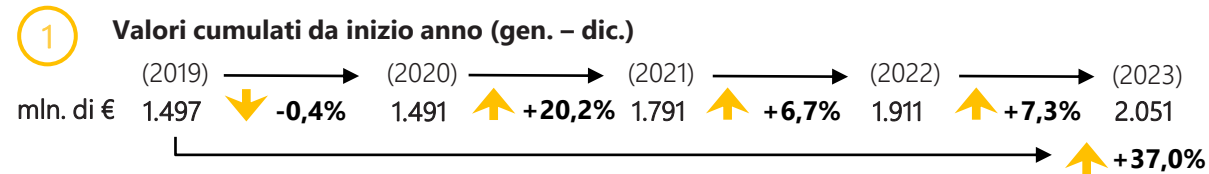
#### NAZIONALI



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
4° trimestre (Set. - Dic.)	+48,2	-1,6	+2,8	+5,3	+57,9

#### INTERNAZIONALI



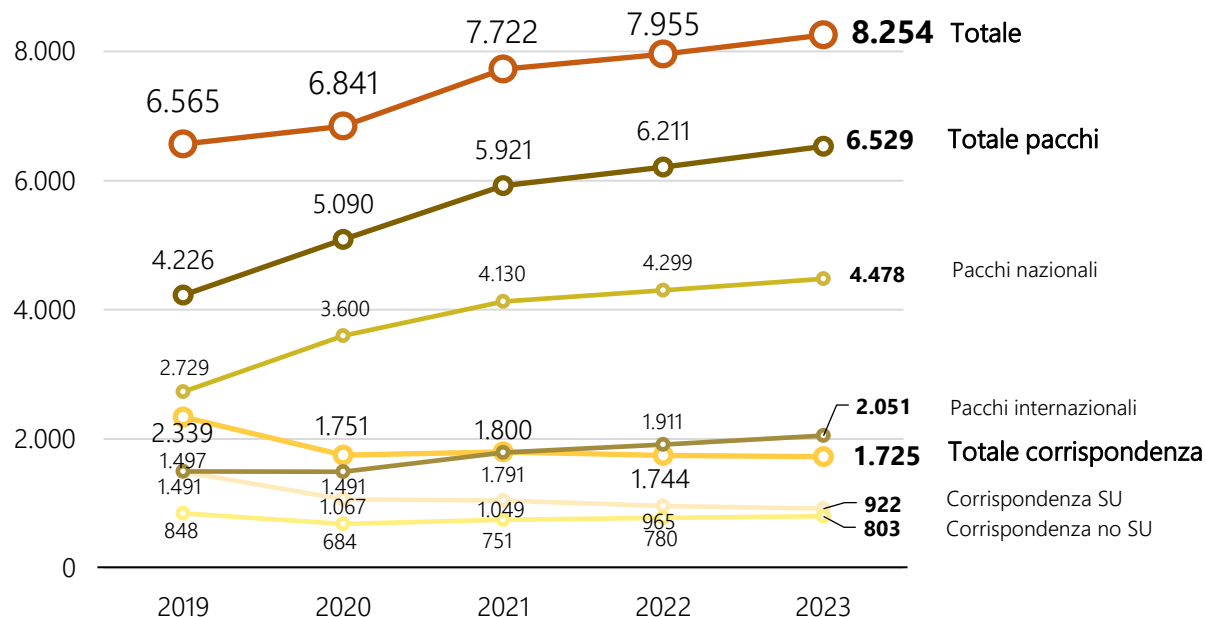
2 Confronto valori trimestrali (variazioni %)

	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
4° trimestre (Set. - Dic.)	+13,0	+9,6	+5,3	+4,3	+35,9

### 3.4 SERVIZI POSTALI: TREND STORICO DEI RICAVI

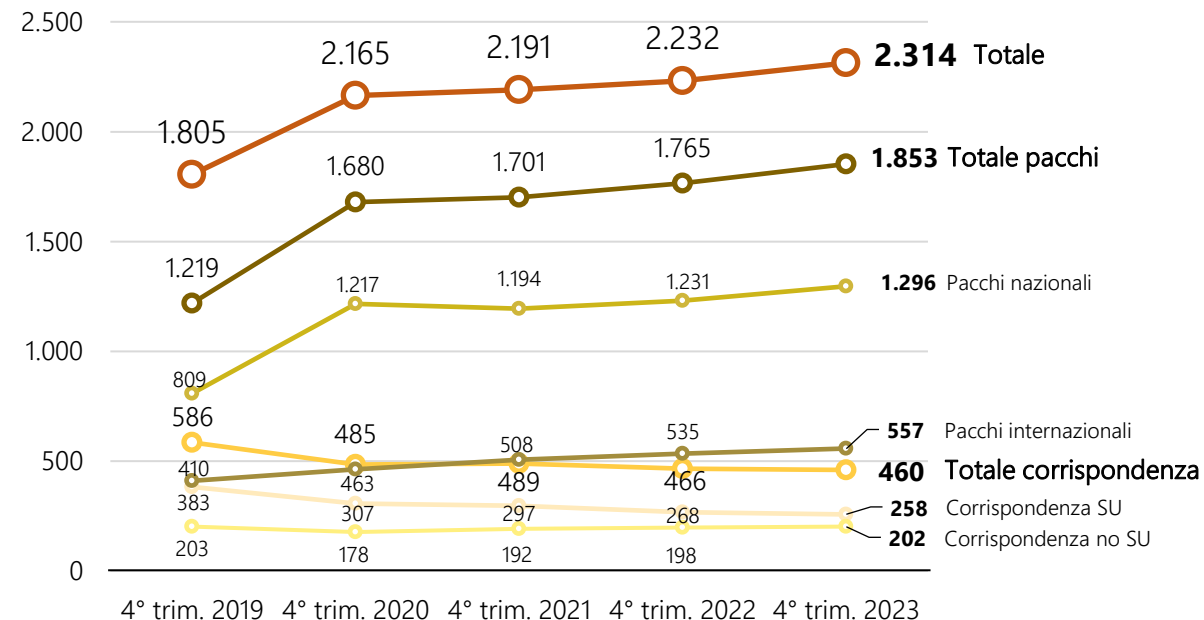
#### BASE ANNUALE (VALORI CUMULATI 12 MESI)

MILIONI DI €



#### BASE TRIMESTRALE

MILIONI DI €



Variazione in %

(2019 – 2023)

(2022 – 2023)

<b>Totale:</b>	<b>+25,7</b>	↑	<b>+3,8</b>	↑
<b>Servizi di corrispondenza:</b>	<b>-26,2</b>	↓	<b>-1,1</b>	↓
- Servizio Universale:	-38,1	↓	-4,4	↓
- No Servizio Universale:	-5,3	↓	+3,0	↑
<b>Servizi di consegna pacchi:</b>	<b>+54,5</b>	↑	<b>+5,1</b>	↑
- Pacchi nazionali:	+64,1	↑	+4,1	↑
- Pacchi internazionali:	+37,0	↑	+7,3	↑

Variazione in %

(4° trim. 2019 – 4° trim. 2023)

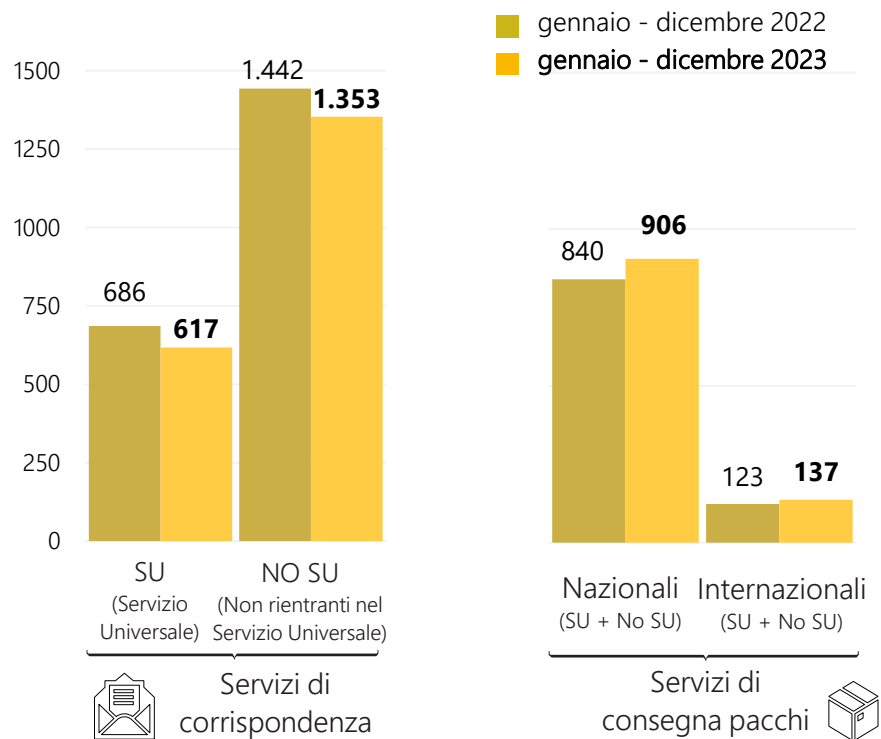
(4° trim. 2022 – 4° trim. 2023)

<b>Totale:</b>	<b>+28,2</b>	↑	<b>+3,7</b>	↑
<b>Servizi di corrispondenza:</b>	<b>-21,5</b>	↓	<b>-1,3</b>	↓
- Servizio Universale:	-32,7	↓	-3,6	↓
- No Servizio Universale:	-0,3	↓	+1,9	↑
<b>Servizi di consegna pacchi:</b>	<b>+52,0</b>	↑	<b>+5,0</b>	↑
- Pacchi nazionali:	+60,2	↑	+5,3	↑
- Pacchi internazionali:	+35,9	↑	+4,3	↑

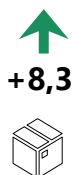
### 3.5 SERVIZI POSTALI: ANDAMENTO DEI VOLUMI

#### VOLUMI COMPLESSIVI DA INIZIO ANNO

MILIONI DI INVII

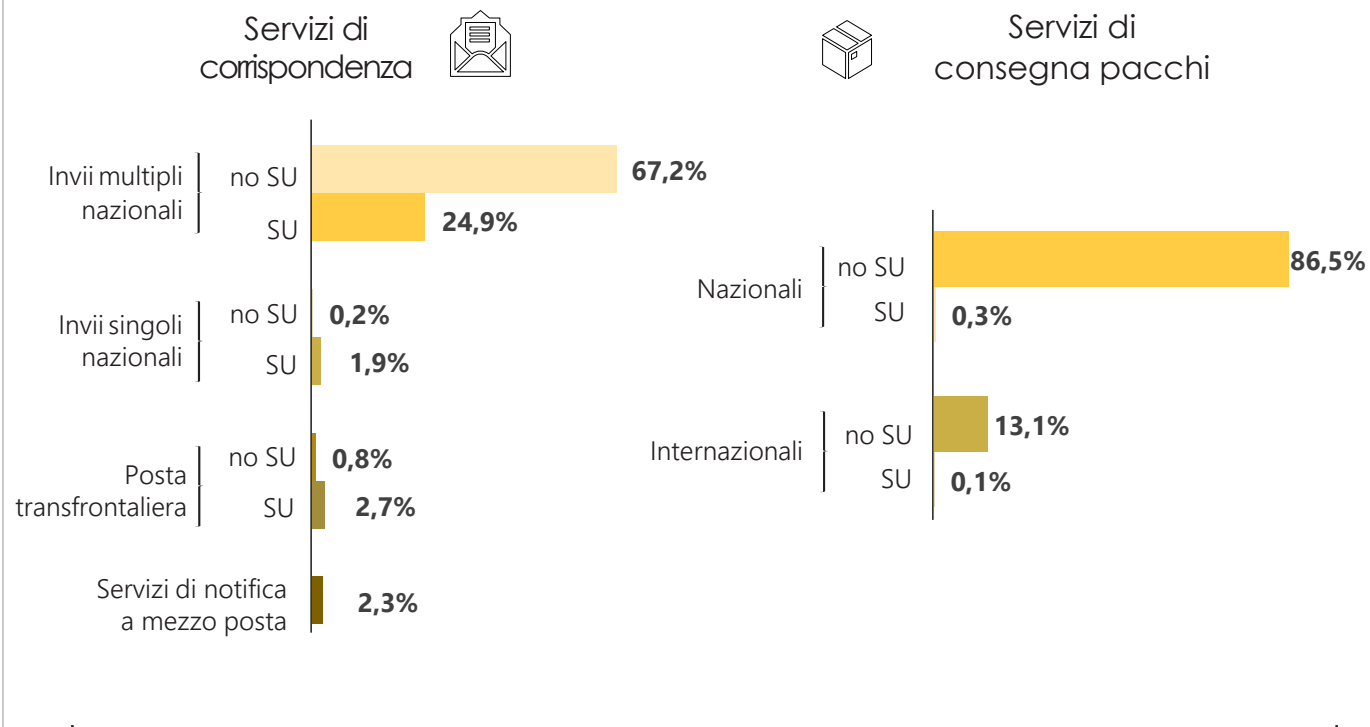


Variazione annuale in %  
(gen.- dic. 2022) – (gen.- dic. 2023)

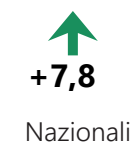
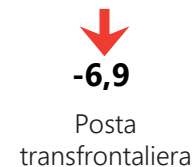


#### RIPARTIZIONE DEI VOLUMI DA INIZIO ANNO (%)

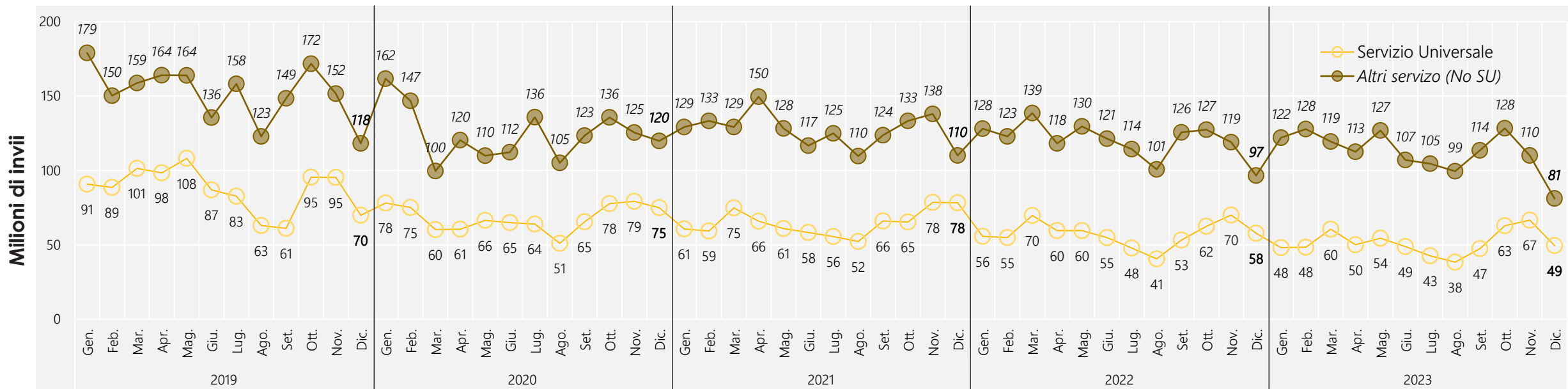
(gennaio - dicembre 2022)



Variazione annuale in %  
(dic. 2022 – dic. 2023)

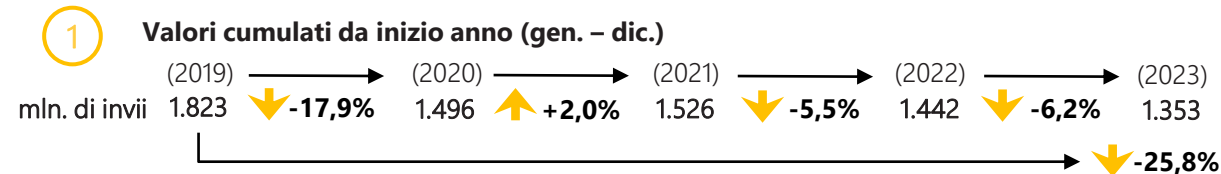
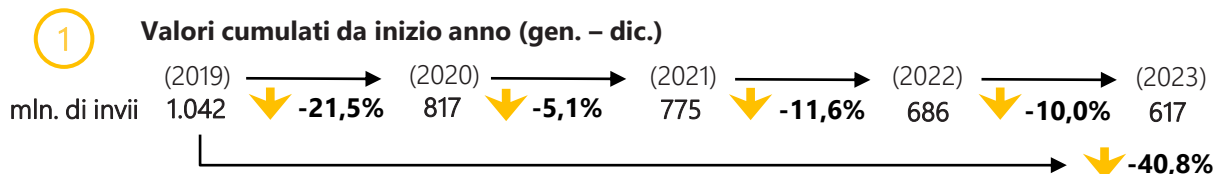


### 3.6 SERVIZI POSTALI: ANDAMENTO DEI VOLUMI DA SERVIZI DI CORRISPONDENZA



#### SERVIZIO UNIVERSALE

#### ALTRI SERVIZI (NO SU)



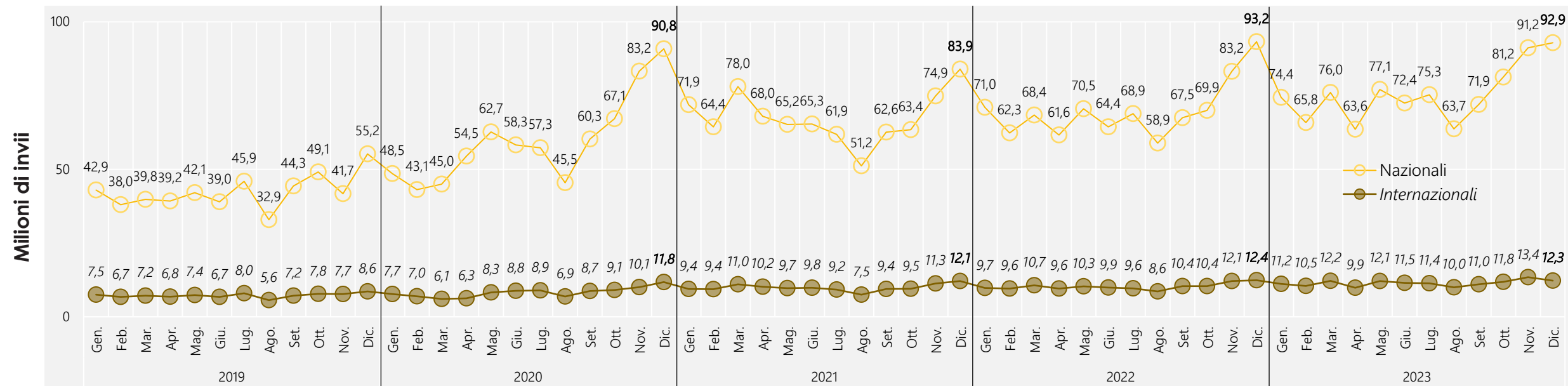
2 Confronto valori trimestrali (variazioni %)

	Annuale				Di periodo 2019/2023
	2019/2020	2020/2021	2021/2022	2022/2023	
1° trimestre (Gen. - Mar.)	-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
4° trimestre (Set. - Dic.)	-11,0	-4,2	-14,4	-5,9	-31,4

2 Confronto valori trimestrali (variazioni %)

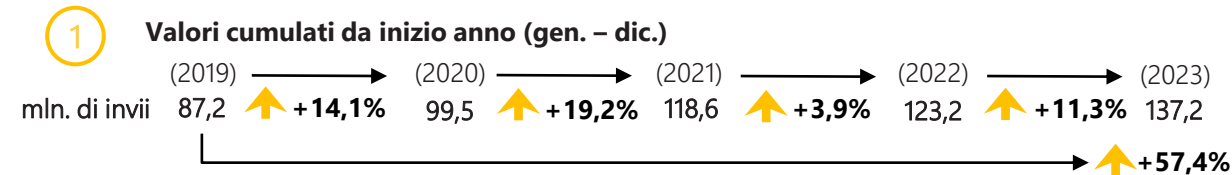
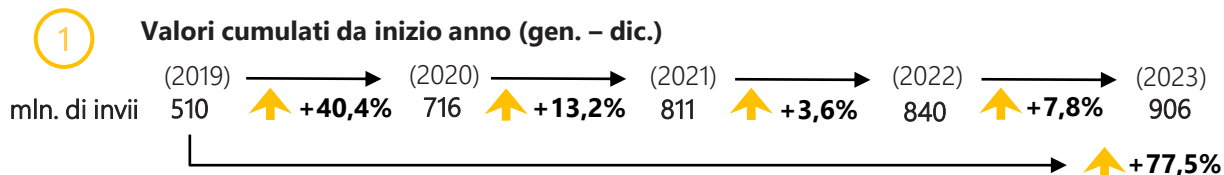
	Annuale				Di periodo 2019/2023
	2019/2020	2020/2021	2021/2022	2022/2023	
1° trimestre (Gen. - Mar.)	-16,4	-4,0	-0,6	-5,2	-24,4
2° trimestre (Apr. - Giu.)	-26,1	+15,1	-6,4	-6,2	-25,3
3° trimestre (Lug. - Set.)	-15,2	-1,7	-4,9	-6,8	-26,1
4° trimestre (Set. - Dic.)	-13,7	+0,1	-10,0	-6,8	-27,6

### 3.7 SERVIZI POSTALI: ANDAMENTI DEI VOLUMI DA SERVIZI DI CONSEGNA PACCHI



#### NAZIONALI

#### INTERNAZIONALI



2 Confronto valori trimestrali (variazioni %)

2 Confronto valori trimestrali (variazioni %)

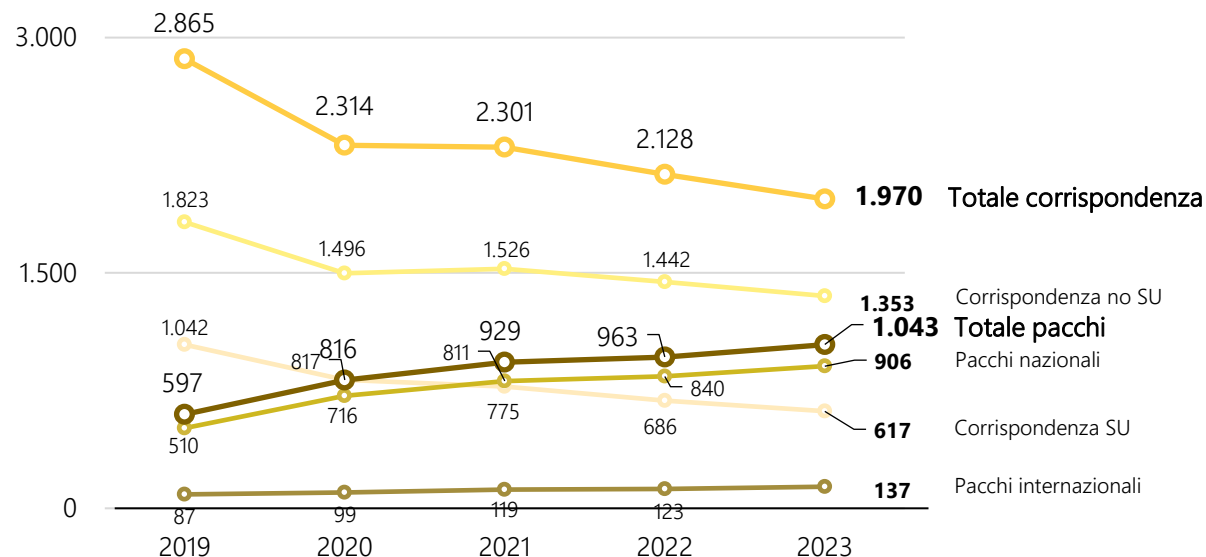
	Annuale				Di periodo 2019/2023
	2019/2020	2020/2021	2021/2022	2022/2023	
1° trimestre (Gen. - Mar.)	+13,2	+56,8	-5,9	+7,2	+79,1
2° trimestre (Apr. - Giu.)	+45,9	+13,2	-1,0	+8,4	+77,2
3° trimestre (Lug. - Set.)	+32,4	+7,7	+11,2	+8,1	+71,3
4° trimestre (Set. - Dic.)	+65,2	-7,9	+10,9	+7,7	+81,7

	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
4° trimestre (Set. - Dic.)	+28,4	+6,5	+5,9	+7,4	+55,5

### 3.8 SERVIZI POSTALI: TREND STORICO DEI VOLUMI

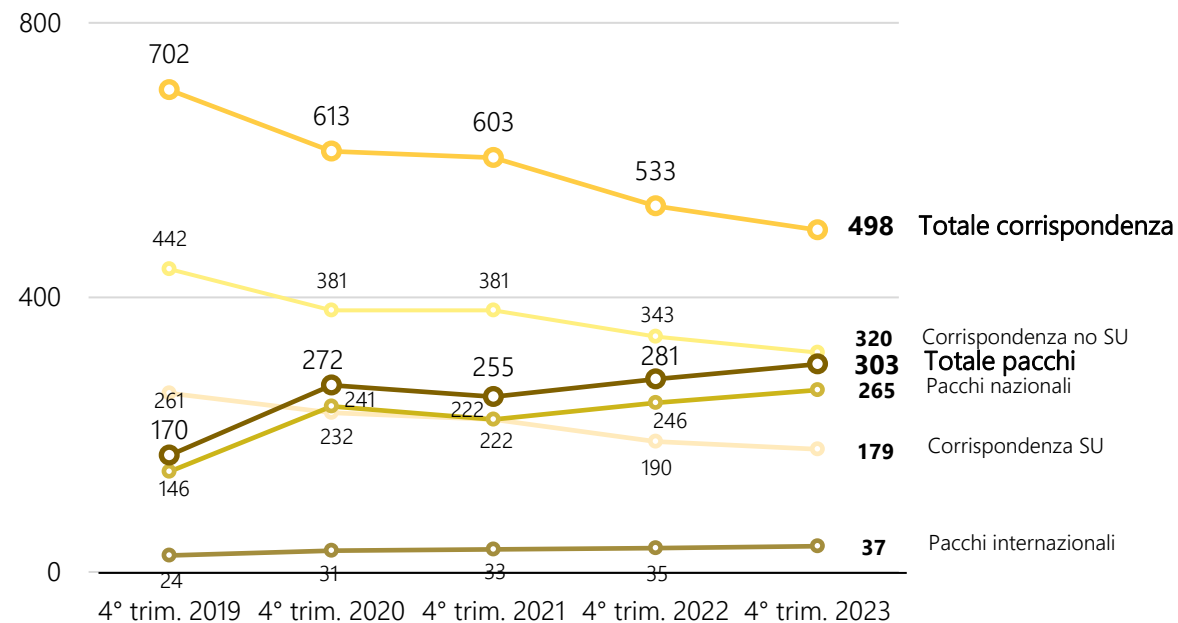
#### BASE ANNUALE (VALORI CUMULATI 12 MESI)

MILIONI DI INVII



#### BASE TRIMESTRALE

MILIONI DI INVII



Variazione in %

(2019 – 2023)

(2022 – 2023)

<b>Servizi di corrispondenza:</b>	<b>-31,2</b>	▼	<b>-7,4</b>	▼
- Servizio Universale:	-40,8	▼	-10,0	▼
- No Servizio Universale:	-25,8	▼	-6,2	▼
<b>Servizi di consegna pacchi:</b>	<b>+74,6</b>	▲	<b>+8,3</b>	▲
- Pacchi nazionali:	+77,5	▲	+7,8	▲
- Pacchi internazionali:	+57,4	▲	+11,3	▲

Variazione in %

(4° trim. 2019 – 4° trim 2023)

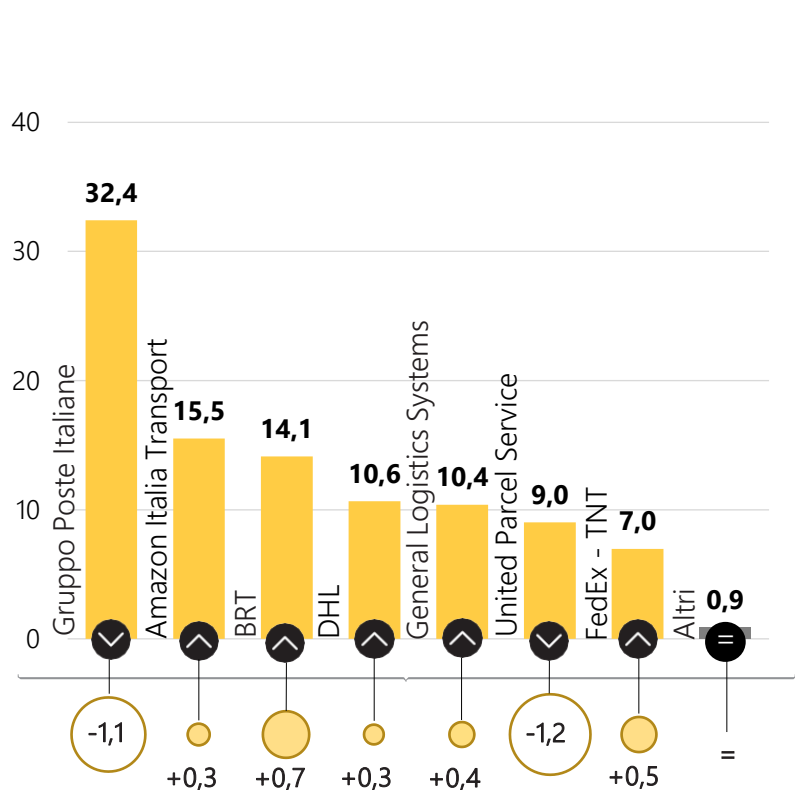
(4° trim. 2022 – 4° trim 2023)

<b>Servizi di corrispondenza:</b>	<b>-29,0</b>	▼	<b>-6,5</b>	▼
- Servizio Universale:	-31,4	▼	-5,9	▼
- No Servizio Universale:	-27,6	▼	-6,8	▼
<b>Servizi di consegna pacchi:</b>	<b>+78,0</b>	▲	<b>+7,7</b>	▲
- Pacchi nazionali:	+81,7	▲	+7,7	▲
- Pacchi internazionali:	+55,5	▲	+7,4	▲

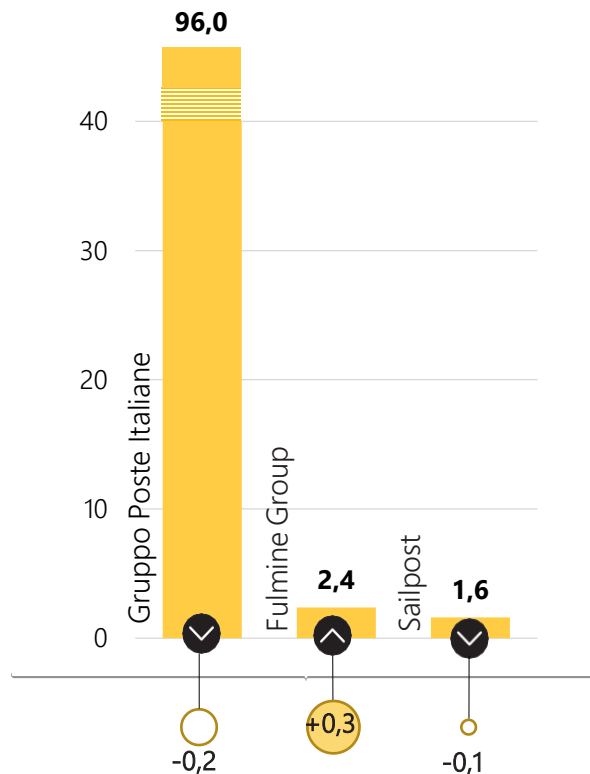
### 3.9 SERVIZI POSTALI: IL QUADRO CONCORRENZIALE

GENNAIO – DICEMBRE 2023, IN % DEI RICAVI TOTALI (Servizio Universale + Servizio non Universale)

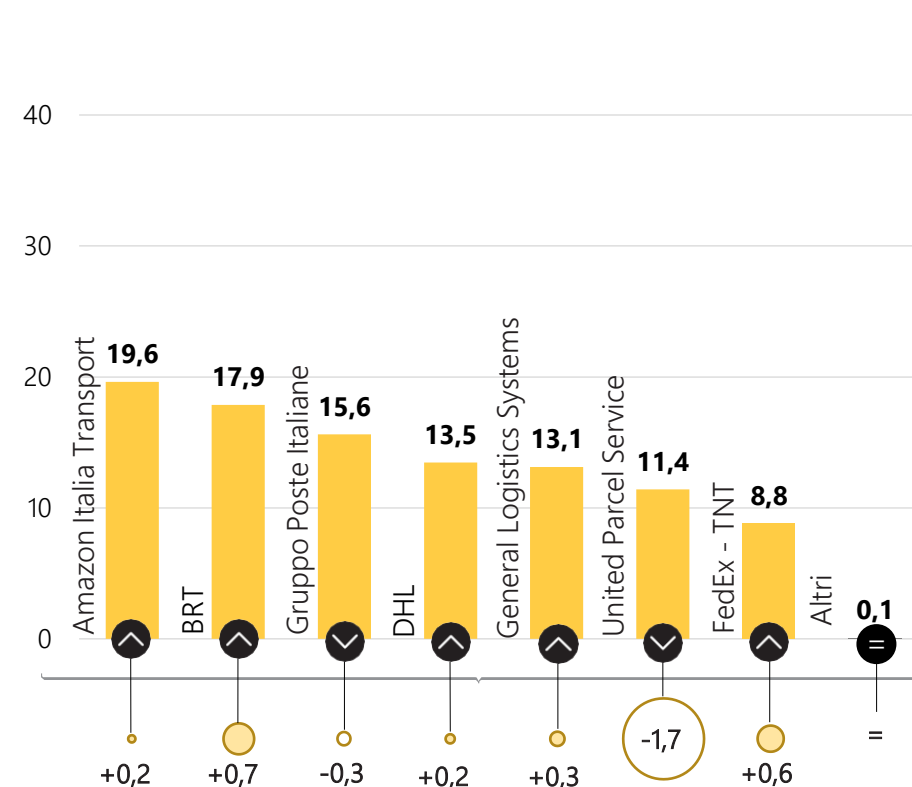
SERVIZI DI CORRISPONDENZA E CONSEGNA PACCHI



SERVIZI DI CORRISPONDENZA (includono invii singoli e multipli)



SERVIZI DI CONSEGNA PACCHI



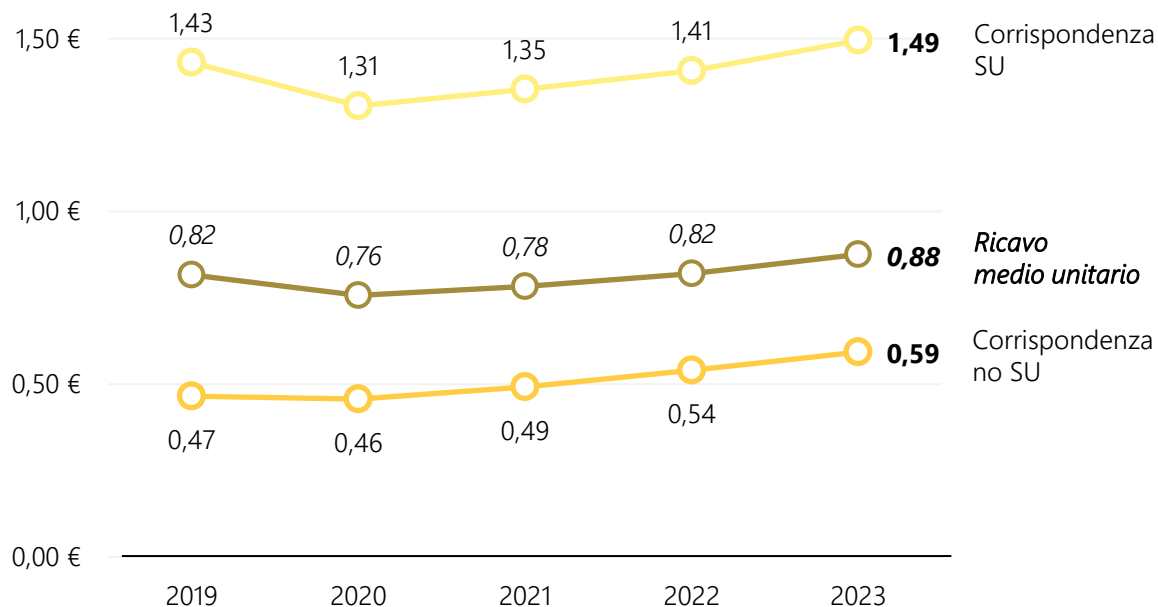
Differenza vs. Gen. – Dic. 2022 (punti percentuali)

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.

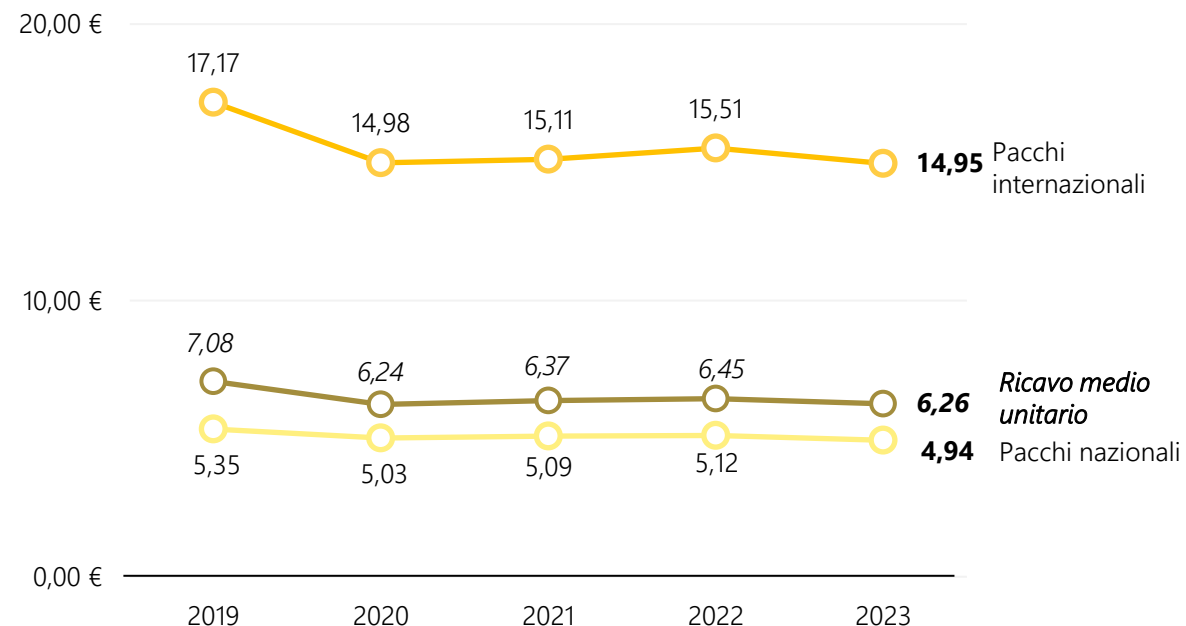


### 3.10 SERVIZI POSTALI: TREND STORICO DEI RICAVI UNITARI (media degli ultimi 12 mesi)

#### SERVIZI DI CORRISPONDENZA



#### SERVIZI DI CONSEGNA PACCHI



#### Variazione in %

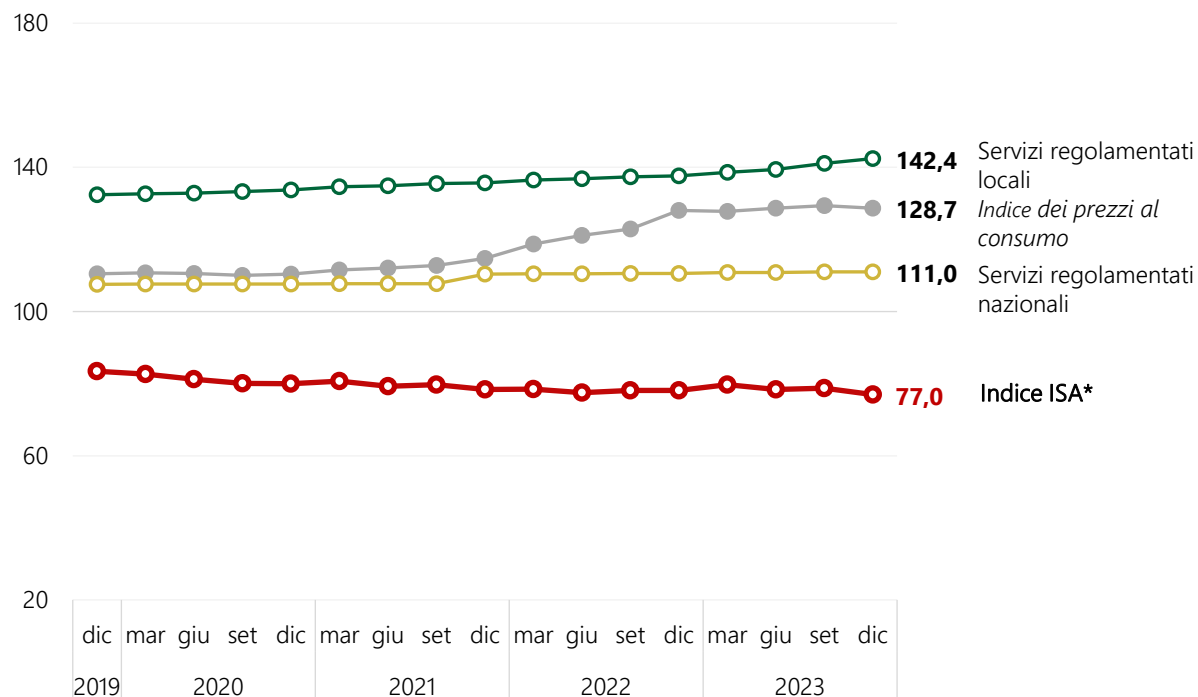
	(2019 – 2023)		(2022 – 2023)	
Ricavo medio unitario:	<b>+7,3</b>	↑	<b>+6,8</b>	↑
Corrispondenza SU:	+4,4	↑	+6,2	↑
Corrispondenza no SU:	+27,6	↑	+9,8	↑

#### Variazione in %

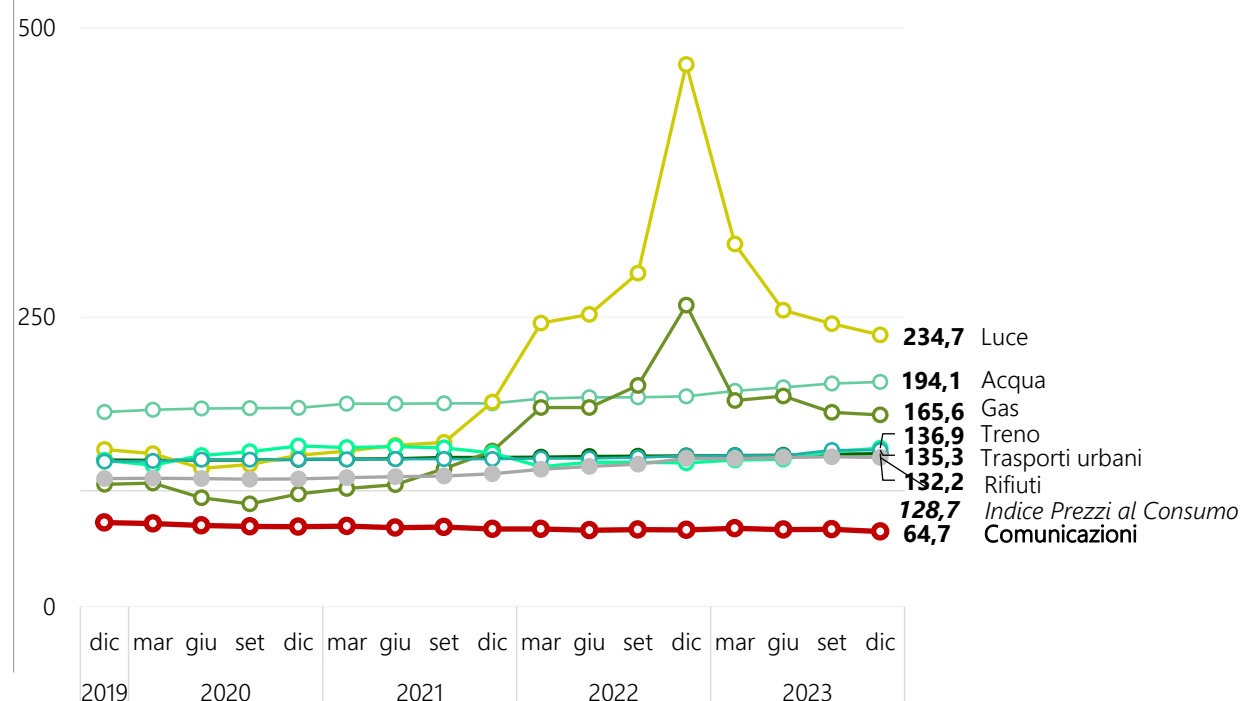
	(2019 – 2023)		(2022 – 2023)	
Ricavo medio unitario:	<b>-11,5</b>	↓	<b>-2,9</b>	↓
Pacchi internazionali:	-12,9	↓	-3,6	↓
- SU:	+10,3	↑	+0,9	↑
- No SU:	-13,0	↓	-3,6	↓
Pacchi nazionali:	-7,6	↓	-3,4	↓
- SU:	+7,5	↑	+7,2	↑
- No SU:	-7,5	↓	-3,5	↓

## 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)
<b>ISA (Indice Sintetico Agcom):</b>	<b>-7,7</b> ↓	<b>-1,4</b> ↓
<b>Indice dei prezzi al consumo:</b>	<b>+16,5</b> ↑	<b>+0,5</b> ↑
Servizi regolamentati locali:	<b>+7,6</b> ↑	<b>+3,5</b> ↑
Servizi regolamentati nazionali:	<b>+3,3</b> ↑	<b>+0,4</b> ↑

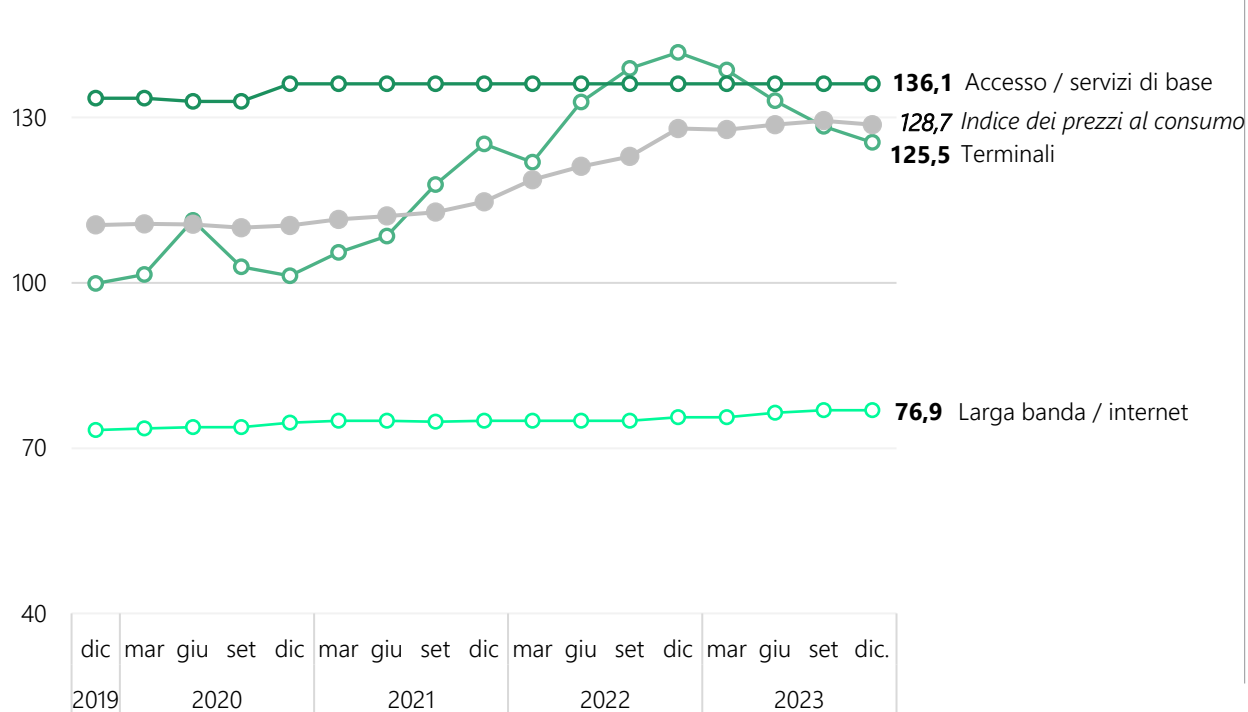
	Variazione in %			Variazione in %	
	(2019 - 2023)	(2022 - 2023)		(2019 - 2023)	(2022 - 2023)
Acqua (04.4.1):	<b>+15,5</b> ↑	<b>+6,8</b> ↑	Treno (07.3.1):	<b>+8,5</b> ↑	<b>+10,2</b> ↑
Rifiuti (04.4.2):	<b>+4,3</b> ↑	<b>+1,6</b> ↑	Trasporti urbani (07.3.2.1.1):	<b>+8,2</b> ↑	<b>+4,0</b> ↑
Luce (04.5.1):	<b>+73,1</b> ↑	<b>-49,9</b> ↓	<b>Comunicazioni (08):</b>	<b>-10,9</b> ↓	<b>-2,3</b> ↓
Gas (04.5.2):	<b>+56,7</b> ↑	<b>-36,4</b> ↓			

(\*) Nota: l'Indice Sintetico Agcom (ISA) include i servizi postali, gli apparecchi ed i servizi per la telefonia fissa e mobile, il canone radiotelevisivo (fino a dicembre 2017), la pay tv, l'editoria quotidiana e periodica, per complessive 10 distinte voci.

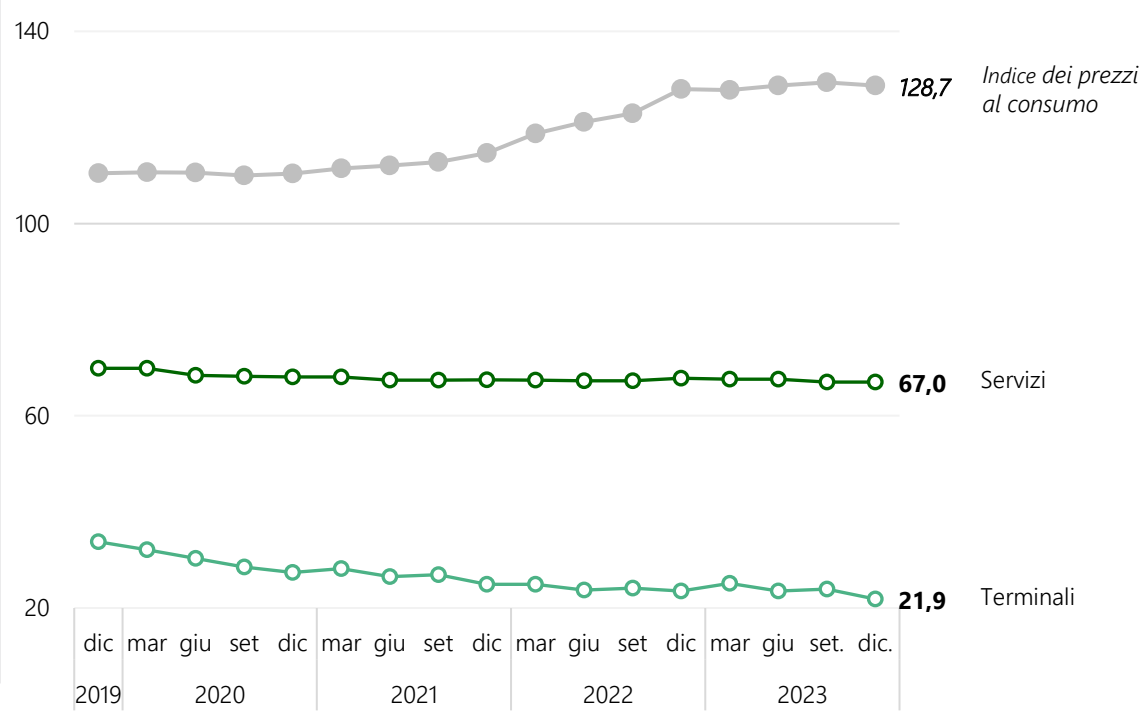
(Codice COICOP - Classification of Individual Consumption by Purpose)

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

### INDICI PREZZI TELEFONIA FISSA



### INDICI PREZZI TELEFONIA MOBILE



Fonte: Istat ed elaborazioni Agcom

Variazione in %

	(2019 - 2023)	(2022 - 2023)
Accesso / servizi di base (08.3.0.1):	<b>+1,9</b> ▲	=
Terminali (08.2.0.1):	<b>+25,6</b> ▲	<b>-11,5</b> ▼
Larga banda / internet (08.3.0.3.0.01):	<b>+4,9</b> ▲	<b>+1,7</b> ▲

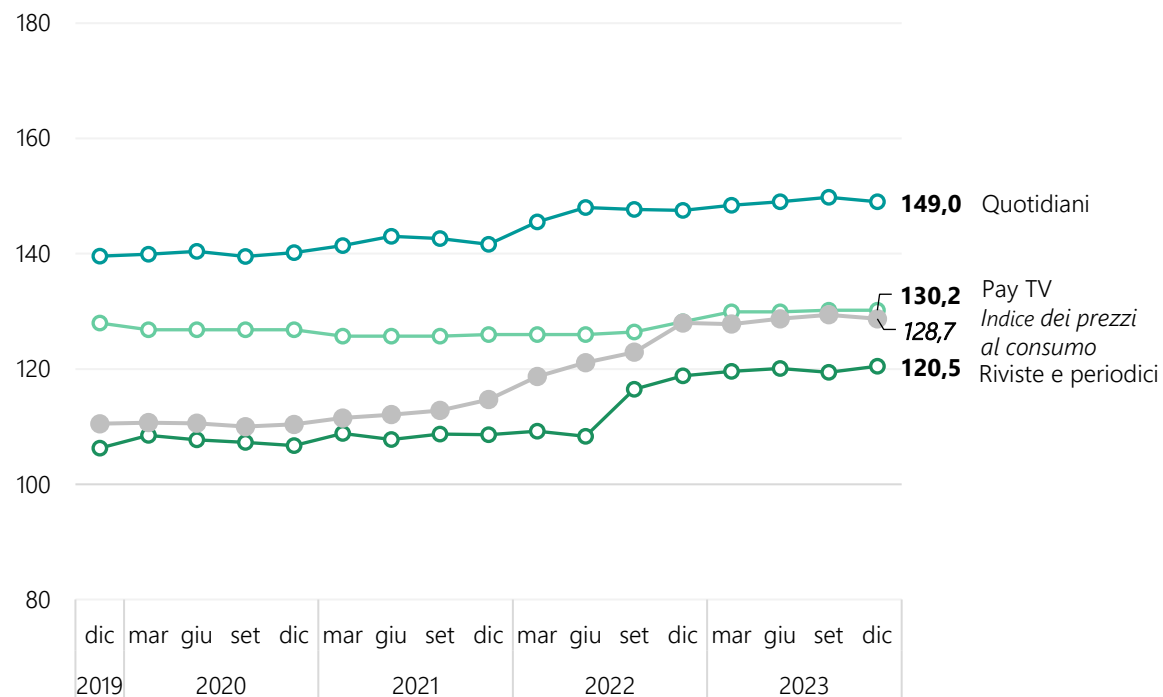
Variazione in %

	(2019 - 2023)	(2022 - 2023)
Servizi (08.3.0.2):	<b>-4,1</b> ▼	<b>-1,2</b> ▼
Terminali (08.2.0.2):	<b>-35,2</b> ▼	<b>-6,8</b> ▼

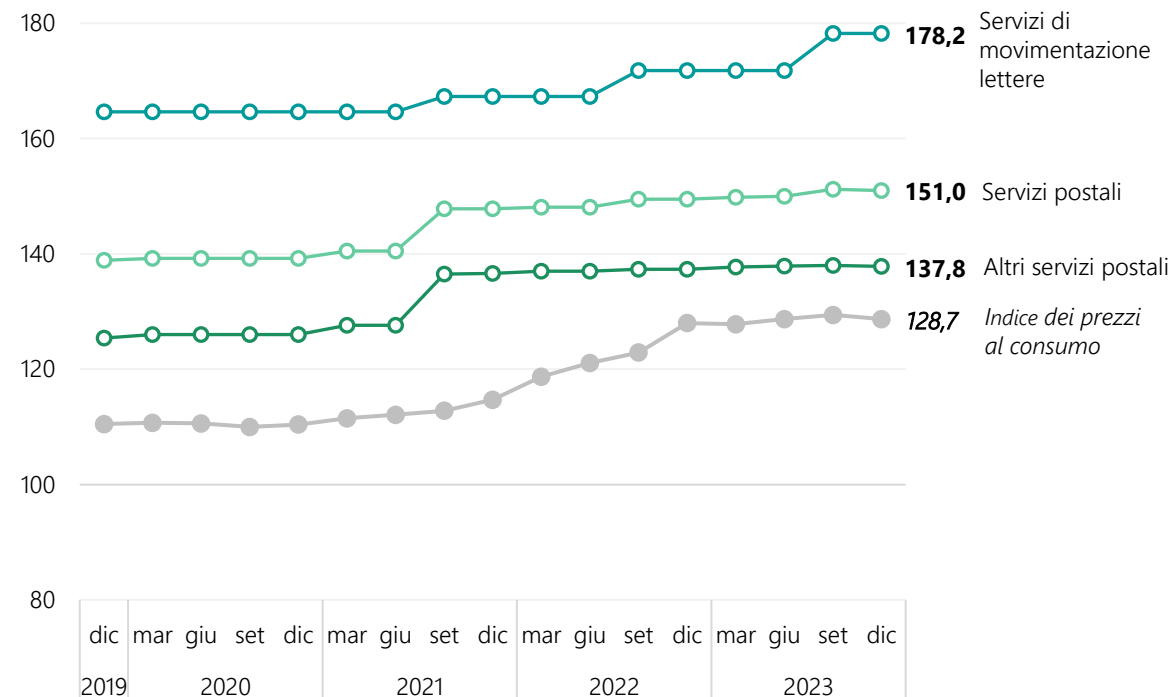
(Codice COICOP - Classification of Individual Consumption by Purpose)

## 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):	<b>+6,7</b> ▲	<b>+1,0</b> ▲
Pay TV (09.4.2.3.0.02):	<b>+1,7</b> ▲	<b>+1,6</b> ▲
Riviste e periodici (09.5.2.2.0):	<b>+13,4</b> ▲	<b>+1,4</b> ▲

Variazione in %

(2019 - 2023) (2022 - 2023)

Servizi postali (08.1):	<b>+8,7</b> ▲	<b>+1,0</b> ▲
Servizi di movimentazione lettere (08.1.0.1.0.00):	<b>+8,3</b> ▲	<b>+3,7</b> ▲
Altri servizi postali (08.1.0.9.0.00):	<b>+9,9</b> ▲	<b>+0,4</b> ▲

(Codice COICOP - Classification of Individual Consumption by Purpose)

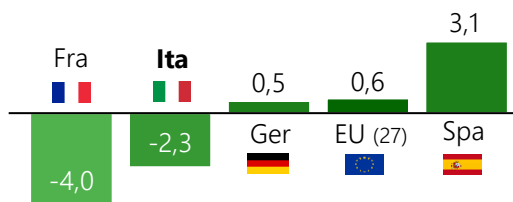
## 4.4 PREZZI: DINAMICHE IN EUROPA

### COMUNICAZIONI ELETTRONICHE

(COICOP 08.2 - 08.3)

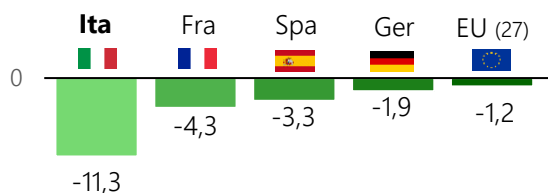
**Variazione %  
(1 anno)**

Dic. 2022  
-  
Dic. 2023



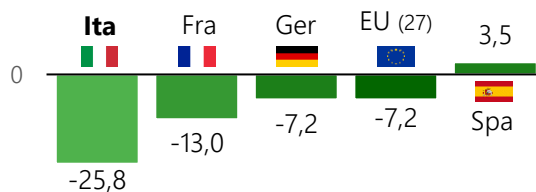
**Variazione %  
(5 anni)**

Dic. 2019  
-  
Dic. 2023



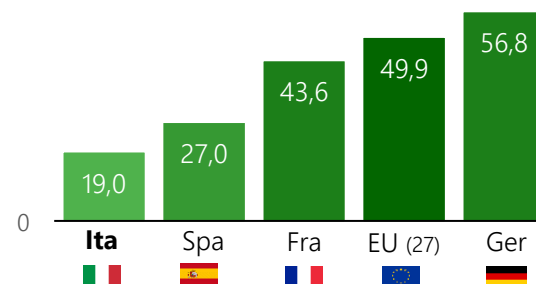
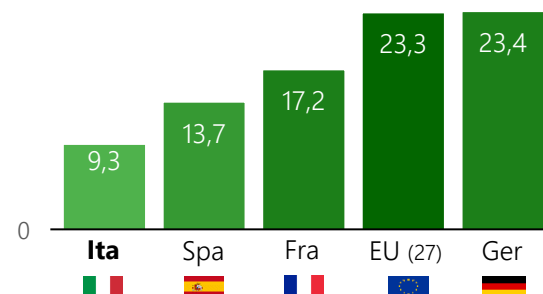
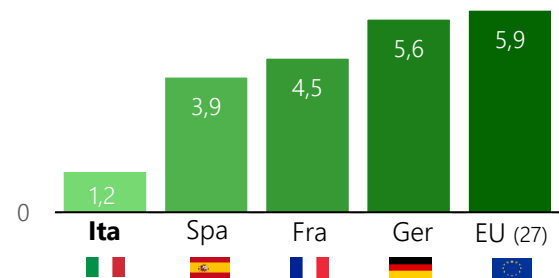
**Variazione %  
(10 anni)**

Dic. 2013  
-  
Dic. 2023



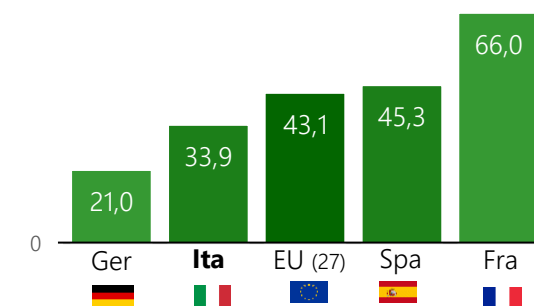
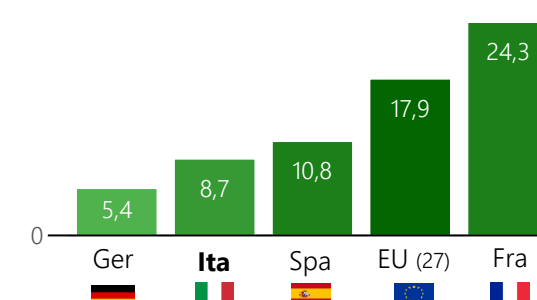
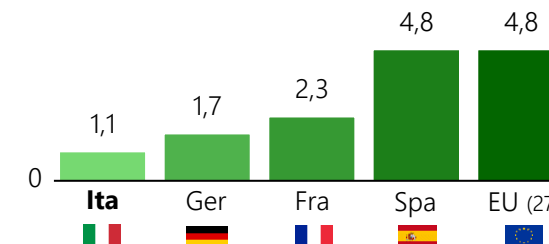
### QUOTIDIANI E PERIODICI

(COICOP 09.5.2)



### SERVIZI POSTALI

(COICOP 08.1)





AUTORITÀ PER LE  
GARANZIE NELLE  
AGCOM COMUNICAZIONI

## OSSERVATORIO SULLE COMUNICAZIONI

N. 1/2024

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

**Roma**

Via Isonzo 21/b -00198

**Napoli**

Centro Direzionale Isola B5 -80143