



AUTORITÀ PER LE  
GARANZIE NELLE  
COMUNICAZIONI

# OSSERVATORIO SULLE COMUNICAZIONI

N. 1/2025



# 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

## Rete mobile

- 1.9 Linee complessive
- 1.10 Sim human per tipologia di clientela
- 1.11 Sim human per tipologia di contratto
- 1.12 Traffico dati (download / upload)
- 1.13 Traffico dati medio giornaliero (download + upload)
- 1.14 Traffico dati medio giornaliero per sim human
- 1.15 Traffico dati, intensità dei flussi settimanali
- 1.16 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 (anno) - prime time
- 2.3 Ascolti dei principali gruppi televisivi (anno) - intero giorno
- 2.4 Ascolti dei principali canali nazionali (intero anno)
- 2.5 Tempo speso dagli utenti dei TG nazionali
- 2.6 Ascolti dei principali tg nazionali nel giorno medio (anno)
- 2.7 Ascolti dei canali «all news» nel giorno medio (anno)

## Editoria quotidiana

- 2.8 Copie complessive vendute da inizio anno (1/2)
- 2.9 Copie complessive vendute da inizio anno (2/2)
- 2.10 Distribuzione per principali gruppi editoriali
- 2.11 Distribuzione delle principali testate

## Piattaforme

- 2.12 Utenti unici dei siti/app dei principali operatori
- 2.13 Utenti unici dei siti/app di informazione generalista
- 2.14 Utenti unici dei siti/app di e-commerce
- 2.15 Utenti unici dei siti/app di social network
- 2.16 Utenti unici dei siti/app di servizi VOD a pagamento
- 2.17 Tempo speso sui siti/app di servizi VOD a pagamento
- 2.18 Utenti unici dei siti/app di servizi VOD gratuiti
- 2.19 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 dal Servizio studi e analisi tecniche 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 2024. 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.

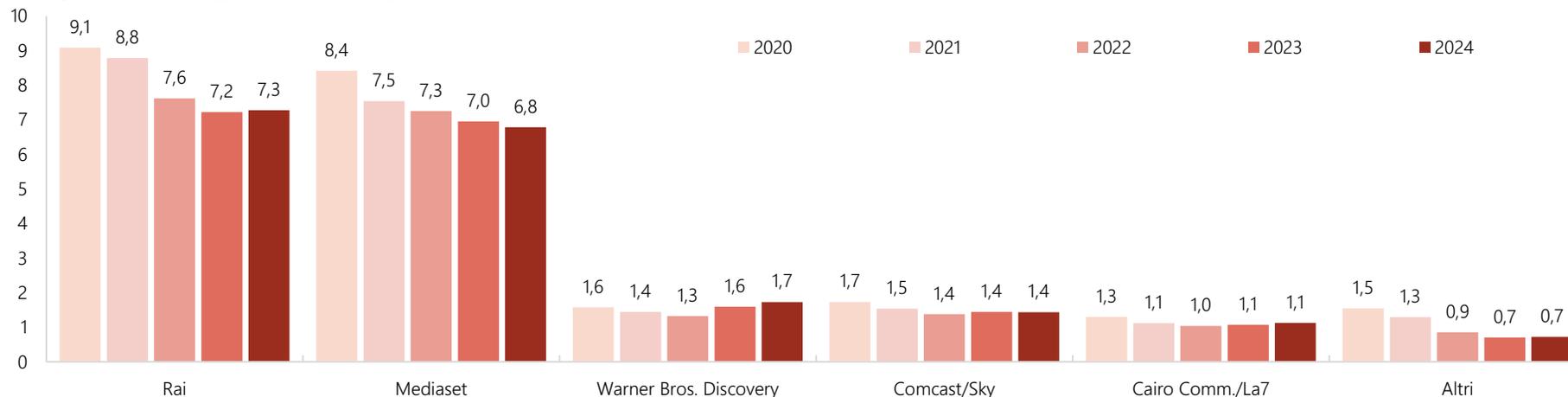
# 04 I PREZZI DEI SERVIZI DI COMUNICAZIONE

- 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

## 2.2 TELEVISIONE (DVB-T E SAT): ASCOLTI DEI PRINCIPALI GRUPPI TELEVISIVI (ANNO) – PRIME TIME (1)

### GIORNO MEDIO - PRIME TIME

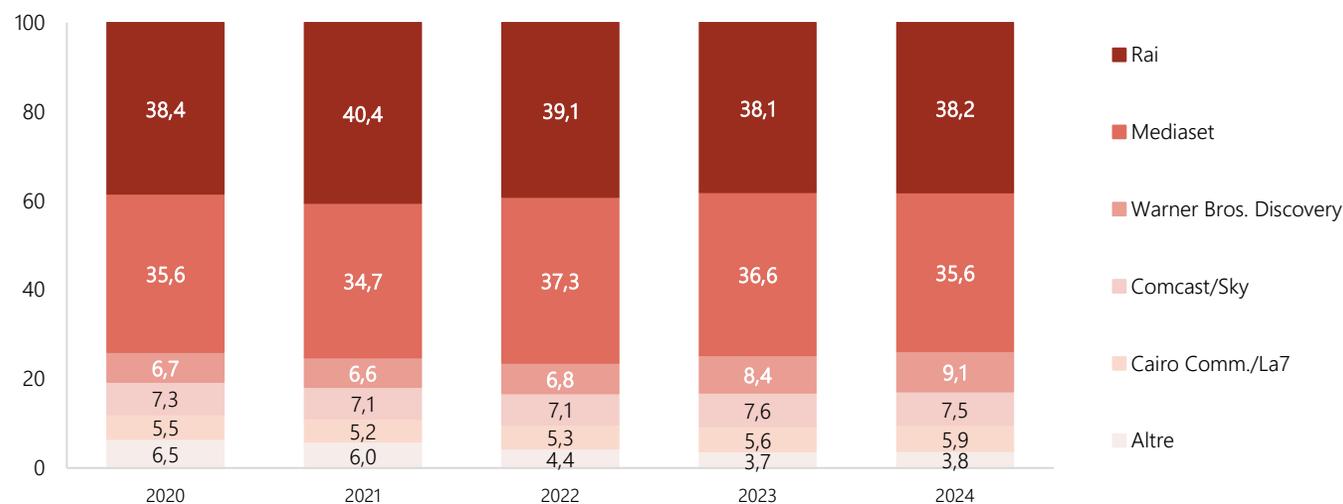
Spettatori nel giorno medio gen. – dic. (in milioni)



Var. %  
'20-'24 '23-'24

Rai	-20,0	+0,7
Mediaset	-19,4	-2,4
Warner Bros. Discovery	9,5	+8,3
Comcast/Sky	-17,0	-0,3
Cairo Comm./La7	-13,4	+5,3
Altri	-53,4	+2,2

Share in %



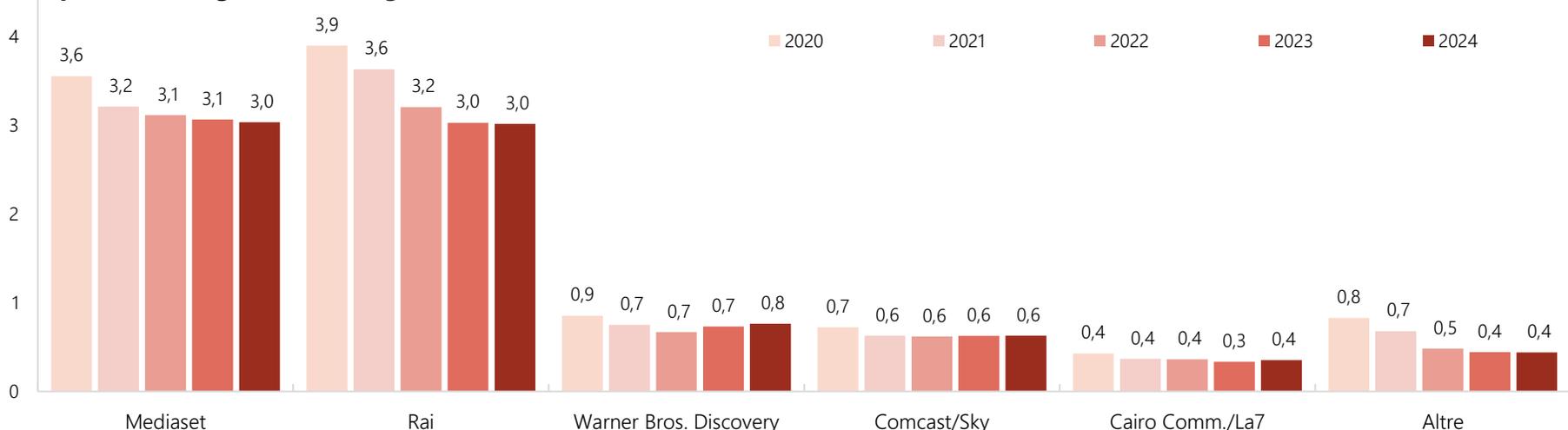
Var.  
punti percentuali  
'20-'24 '23-'24

Rai	-0,3	+0,1
Mediaset	=	-1,0
Warner Bros. Discovery	+2,4	+0,7
Comcast/Sky	+0,2	-0,1
Cairo Comm./La7	+0,4	+0,3
Altri	-2,8	+0,1

## 2.3 TELEVISIONE (DVB-T E SAT): ASCOLTI DEI PRINCIPALI GRUPPI TELEVISIVI (ANNO) – INTERO GIORNO (2)

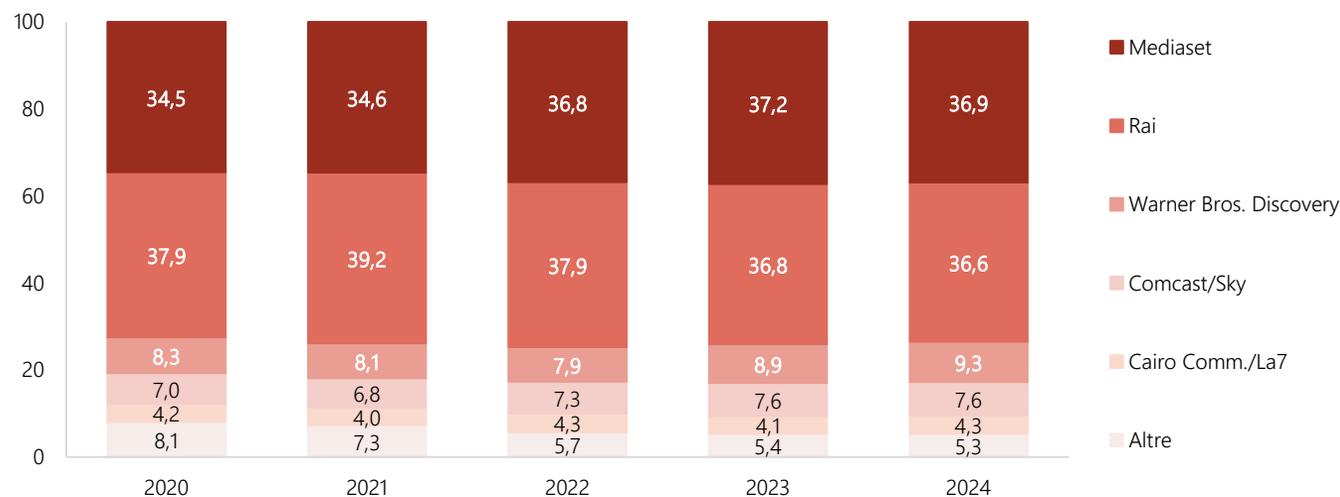
### GIORNO MEDIO – INTERO GIORNO

Spettatori nel giorno medio gen. – dic. (in milioni)



	Var. %	
	'20-'24	'23-'24
Mediaset	-14,6	-1,0
Rai	-22,7	-0,5
Warner Bros. Discovery	-10,5	+4,2
Comcast/Sky	-13,1	+0,4
Cairo Comm./La7	-17,7	+4,8
Altri	-47,1	-0,7

Share in %



	Var. punti percentuali	
	'20-'24	'23-'24
Mediaset	+2,3	-0,4
Rai	-1,3	-0,2
Warner Bros. Discovery	+1,0	+0,4
Comcast/Sky	+0,6	=
Cairo Comm./La7	+0,1	+0,2
Altri	-2,7	=

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

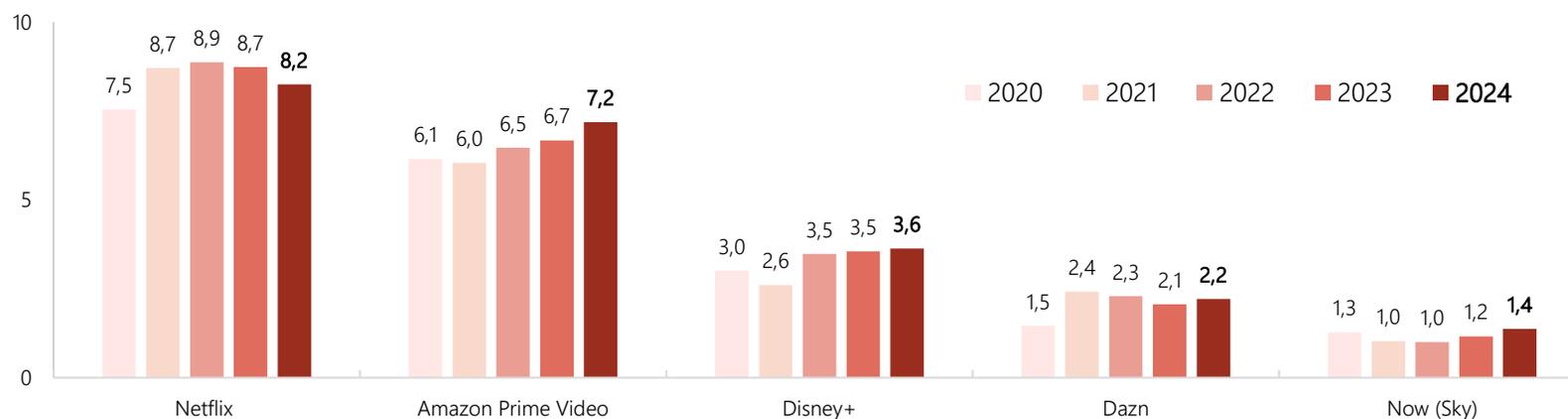
MILIONI DI UTENTI UNICI MENSILI (gennaio 2020 – dicembre 2024)



**15 milioni e 546** utenti unici si sono collegati a siti/APP di video on demand nel mese di dicembre 2024 (**453** mila soggetti in più rispetto a dicembre 2023)

**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.

### MILIONI DI UTENTI UNICI MENSILI DELLE PRINCIPALI PIATTAFORME\* (media nell'anno)



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.

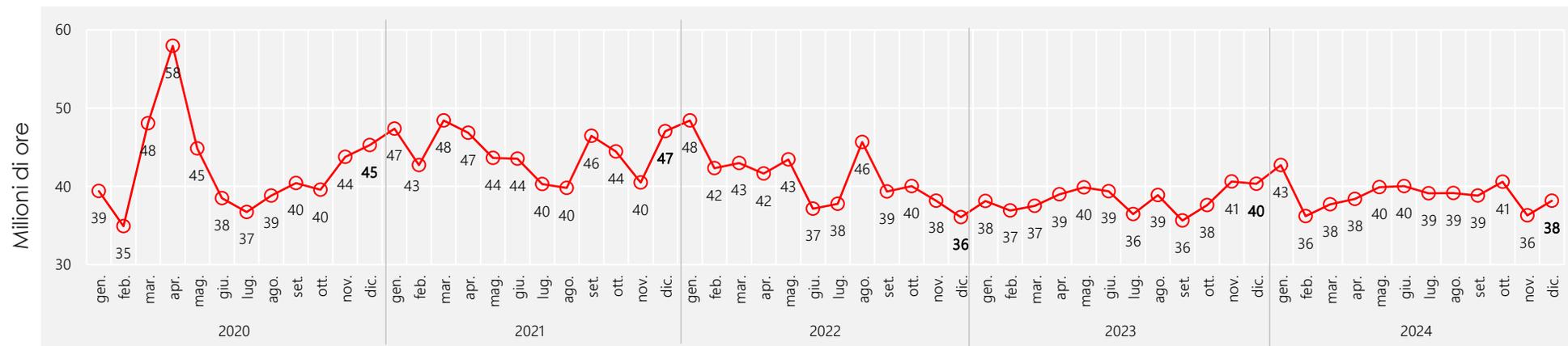
A partire da Agosto 2022 i dati di Dazn sono rilevati da Auditel ai sensi di quanto stabilito da AGCOM con la delibera n. 18/22/CONS recante «Chiusura dell'istruttoria avviata nei confronti della società DAZN avente ad oggetto la verifica della metodologia di rilevazione degli ascolti»

\* Nota: sono rappresentati i principali operatori per utenti unici medi

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



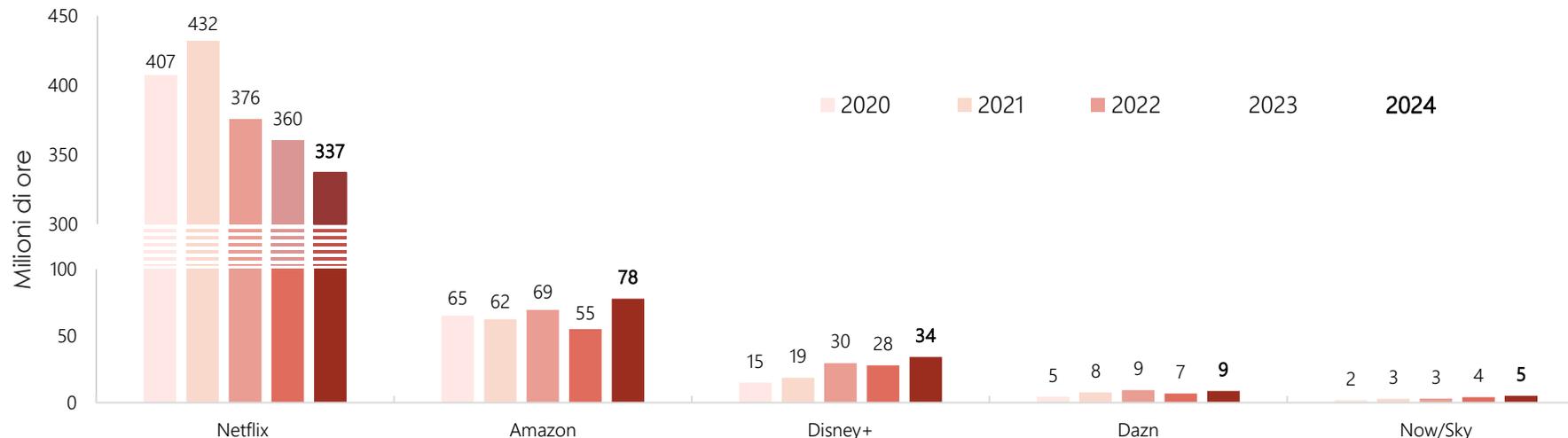
### ORE COMPLESSIVE DI NAVIGAZIONE (gennaio 2020 – dicembre 2024)



A dicembre 2024, il tempo trascorso sui siti/APP di servizi video on demand a pagamento è poco meno di **38 milioni di ore**

Il tempo trascorso in media da ciascun visitatore nel mese di dicembre 2024 è superiore a **2 ore e 27 minuti**

### PRINCIPALI PIATTAFORME – ORE COMPLESSIVE DI NAVIGAZIONE NELL'ANNO\* (in milioni)



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

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

\* Nota: sono rappresentate le ore complessive dei primi 5 operatori per utenti unici (slide 2.15). Per Netflix il dato di dicembre 2024 è stato stimato