



## **Osservatorio Agcom n. 2/2018**

### **Crescita delle infrastrutture e concorrenza nei servizi di rete**

L'Osservatorio sulle Comunicazioni Agcom ha recentemente reso noti i dati relativi alla struttura e all'assetto concorrenziale dei mercati rilevanti.

Il report offre una panoramica dei principali trend nei mercati delle telecomunicazioni, della televisione, della radio, dell'editoria e della pubblicità online, con un focus specifico sul settore delle comunicazioni elettroniche.

Un primo profilo di interesse è l'aumento su base annua dell'importanza della piattaforma internet: non soltanto come mezzo di informazione (elemento già evidenziato dal Report annuale Agcom sul consumo di informazione in Italia) e come mezzo di fruizione dei media (elemento ricordato dalla Relazione annuale Agcom 2018), ma ormai anche come mezzo pubblicitario.

Tra i media, infatti, internet è l'unico che ha aumentato il valore generato su base annua, a fronte di una riduzione che ha riguardato invece i settori dell'editoria, della radio e della televisione. Nel 2017 il settore dei media ha registrato ricavi complessivi per 14,6 miliardi di Euro, con la pubblicità a coprire quasi la metà delle risorse complessive (7,4 miliardi). E proprio sul fronte pubblicitario cresce il peso di internet, che occupa quasi il 30% del totale degli introiti pubblicitari. Nonostante ciò,

la televisione, anche se in leggero calo, continua a rappresentare quasi la metà degli investimenti pubblicitari effettuati nei media.

Nelle telecomunicazioni, invece, aumentano i ricavi della rete fissa retail, mentre diminuiscono quelli della rete fissa wholesale e della rete mobile retail e wholesale. Il settore ha generato ricavi per 32,2 miliardi di Euro. Nelle reti crescono i ricavi dei servizi dati, mentre si riducono quelli dei servizi voce in un contesto in cui la rete mobile rappresenta ancora oltre il 50% del volume d'affari totale. Più in generale, il settore delle comunicazioni ha realizzato, nel 2017, ricavi per 54,2 miliardi di Euro, a fronte dei 53,6 miliardi del 2016 (+1,2%).

Il Report dell'Osservatorio Agcom affronta poi un'analisi più particolareggiata dei due macro-settori, telecomunicazioni e media, concentrandosi in particolare sul graduale mutamento tecnologico e degli assetti di mercato.

*Le comunicazioni elettroniche.* Nel settore delle comunicazioni elettroniche, i numeri restano alti sia nella rete fissa sia nella rete mobile.

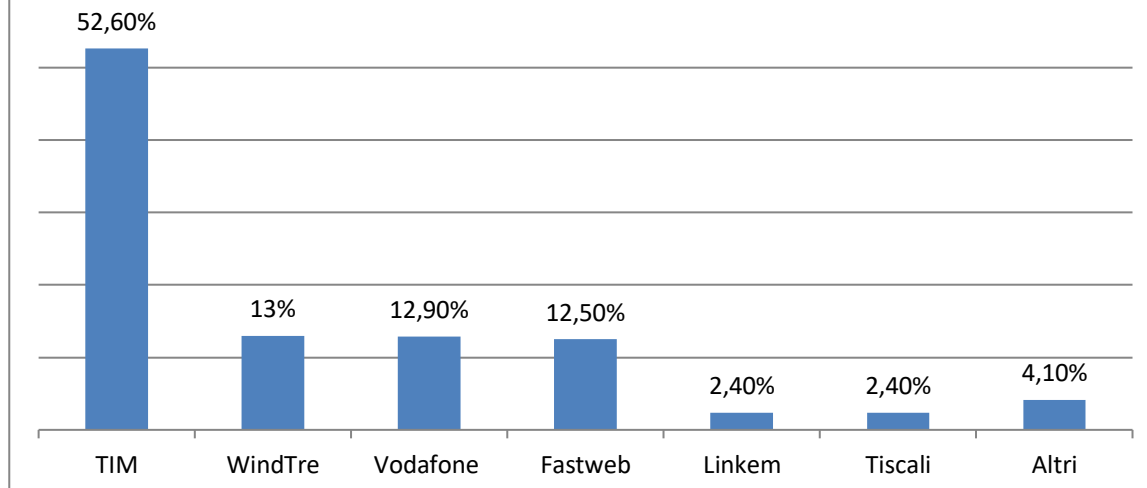
Fenomeni come lo svecchiamento delle infrastrutture, le tariffe al ribasso sul traffico dati e l'approccio degli utenti alla fruizione digitale dei media vanno a braccetto con un incremento nelle quantità di dati consumati e nella velocità delle connessioni.

*La rete fissa.* In particolare, nel segmento di mercato della rete fissa, l'ultimo anno ha visto non soltanto un aumento delle linee complessive, che hanno raggiunto quota 20,61 milioni, ma anche un progressivo svecchiamento delle reti di accesso a internet. Se i piani per lo sviluppo della banda ultralarga procedono spediti per coprire la maggior parte del territorio nazionale, la domanda di reti di nuova generazione è in lenta ma costante crescita.

Nel totale degli accessi alla rete fissa, TIM perde circa 340k linee, mentre gli altri operatori ne guadagnano complessivamente 490k.

TIM, tuttavia, mantiene ancora più della metà del mercato, con 10,85 milioni di linee a fronte di 9,76 milioni degli altri operatori.

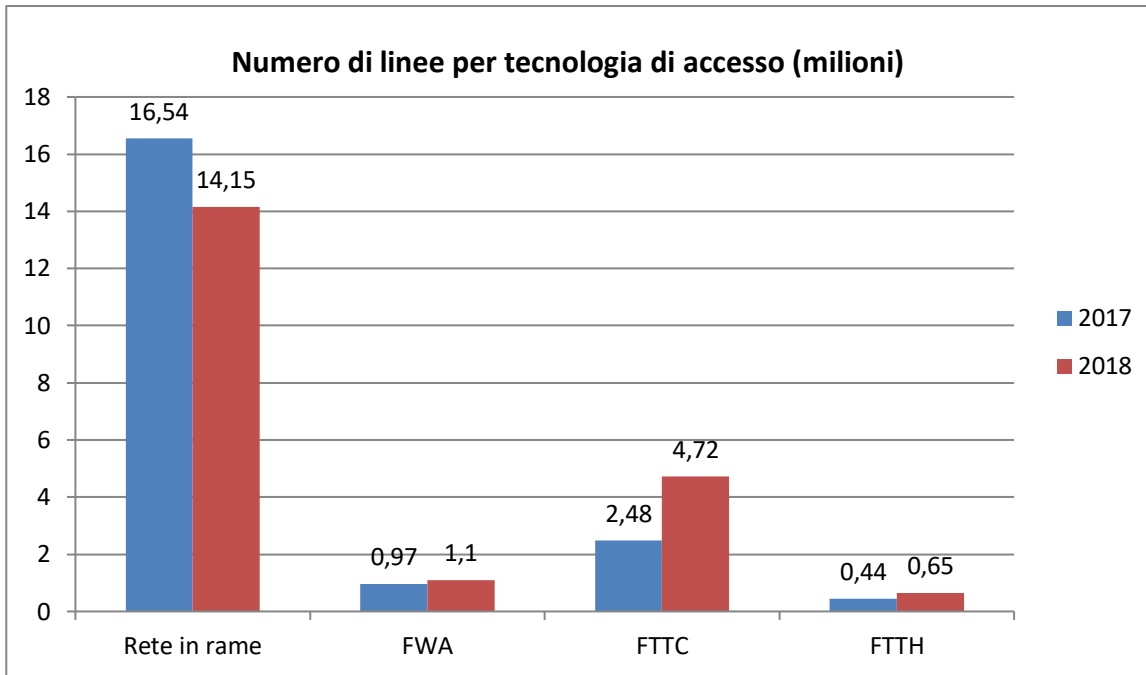
## Quote di mercato rete fissa in Italia - Marzo 2018



Al marzo 2018, quindi, TIM è leader con una quota di mercato del 52,60%, pur con una perdita pari a -2,4% rispetto al 2017. Wind Tre segna un -0,1% e mantiene un risicato secondo posto su Vodafone e Fastweb, che crescono rispettivamente dello 0,5% e dell'1,2%.

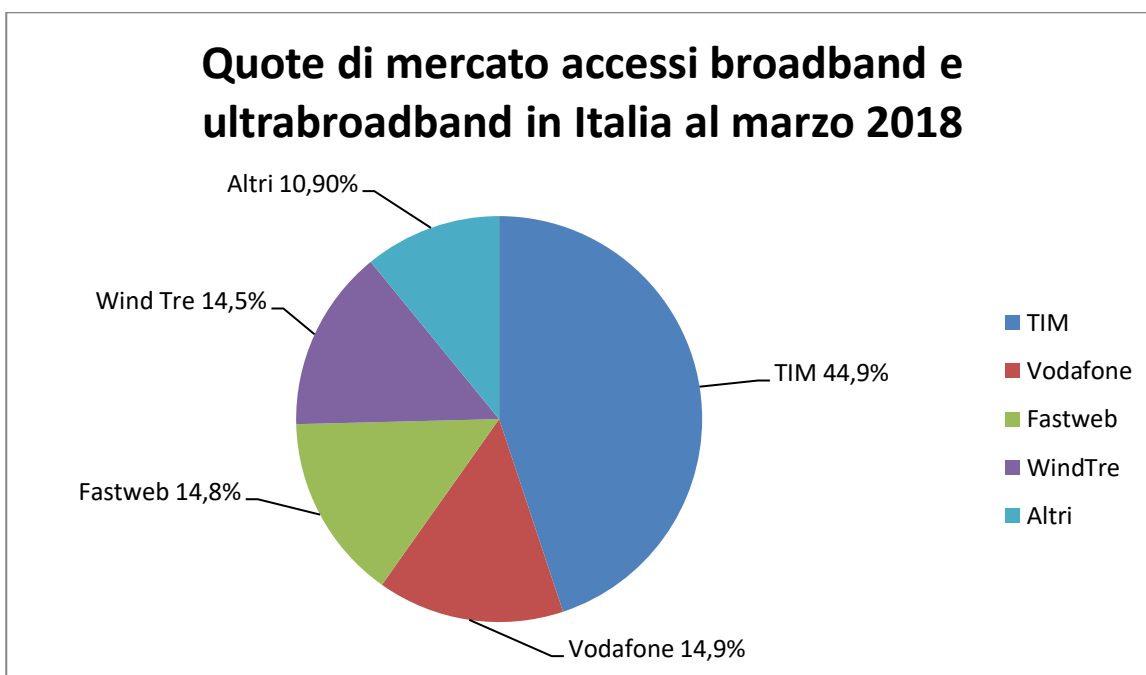
Sul fronte della domanda, inoltre, la novità tecnologica della fibra acquisisce sempre più spazio: le soluzioni FTTC e FTTH, insieme, superano il 25% degli accessi a internet fisso. La rete in rame resta però sempre saldamente la prima forma di accesso, con circa due terzi delle connessioni totali: il rame è però in costante calo dal 2014, e solo nell'ultimo anno ha perso quasi due milioni di utenti.

I dati di accesso delle varie tecnologie, espressi in milioni di linee, sono riportati nel grafico che segue.



Come si può notare, la rete in rame, con i suoi 14,15 milioni di linee, occupa ancora il 68,65% del mercato. La fibra FWA (rete mista radio) raggiunge il 5,34%, superando di poco il milione di linee. Considerevole l'incremento negli accessi in fibra FTTC, quasi raddoppiati in un anno. Questa tecnologia, con i suoi 4,72 milioni di linee, occupa oggi il 22,9% del mercato. Infine, la tecnologia più all'avanguardia, la fibra FTTH, vede una crescita sensibile, toccando le 650k linee e il 3,15% del mercato.

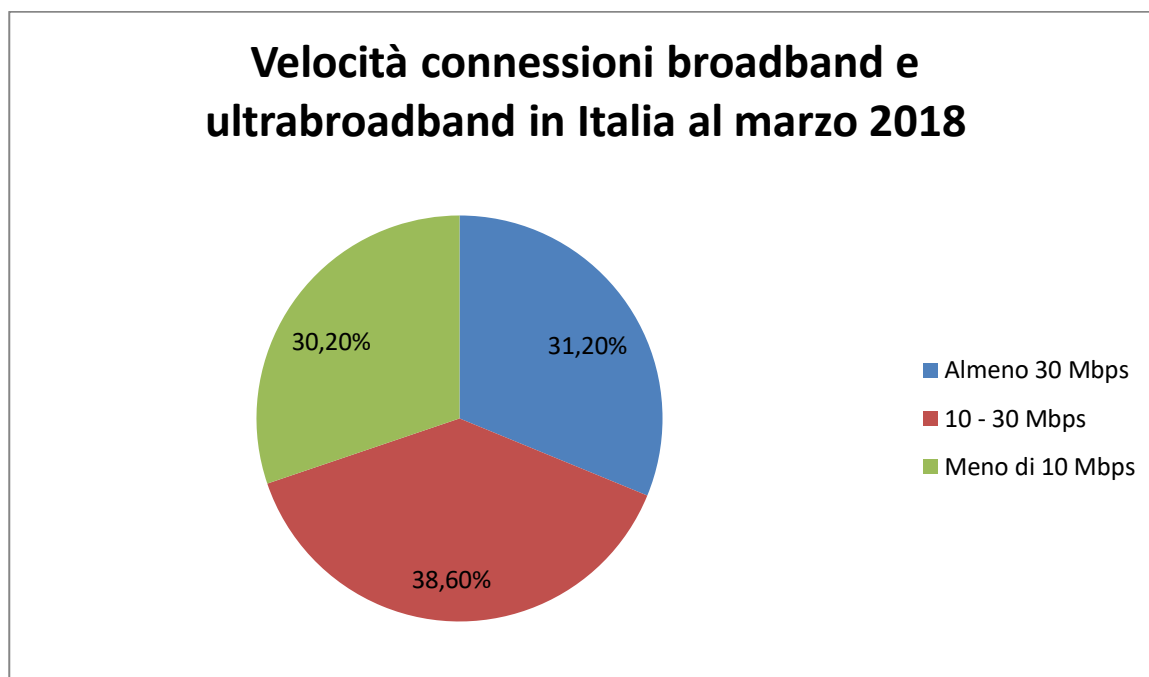
*L'assetto di mercato nella rete fissa.* Il Report Agcom descrive anche l'assetto di mercato nell'accesso a internet broadband e ultrabroadband.



Questo segmento di mercato appare quindi diviso in due parti: una metà degli accessi è in mano a TIM, col suo 44,9% (in lieve calo rispetto al 2017: -0,3%), l'altra metà è in mano a Vodafone, Fastweb e Wind Tre in porzioni uguali: Vodafone col 14,9% (-0,3%), Fastweb col 14,8% (-0,5%) e Wind Tre col 14,5% (+1,1%). I primi quattro operatori, dunque, raggiungono una quota pari all'89,1% degli accessi. Gli operatori minori si spartiscono il restante 10,9%, con Linkem e Tiscali a spiccare, appaiate attorno al 3% l'una.

*La velocità della rete fissa.* Anche per quanto riguarda la velocità di accesso a internet delle connessioni broadband e ultrabroadband, l'Italia presenta dati incoraggianti.

Come evidenzia il grafico sottostante, infatti, sono in netto aumento le connessioni in grado di superare i 30Mbps, mentre cala la percentuale delle connessioni inferiori ai 10Mbps.



Le percentuali sono vicine, ma mentre le connessioni capaci di superare i 30Mbps sono quasi raddoppiate di numero in appena un anno (si sale dai 2,79 milioni del 2017 ai 5,23 milioni del 2018), quelle che non raggiungono i 10Mbps perdono più del 10% (si scende dai 6,48 milioni del 2017 ai 5,06 milioni del 2018). A chiudere il cerchio, in leggero calo le connessioni di livello intermedio, tra i 10 e i 30 Mbps (si passa dai 6,66 milioni del 2017 ai 6,46 milioni del 2018).

Peraltro, nell'ottica della Gigabit Society di matrice europea, è significativo notare che il cambio di passo nelle tecnologie di rete sembra puntare particolarmente sulle

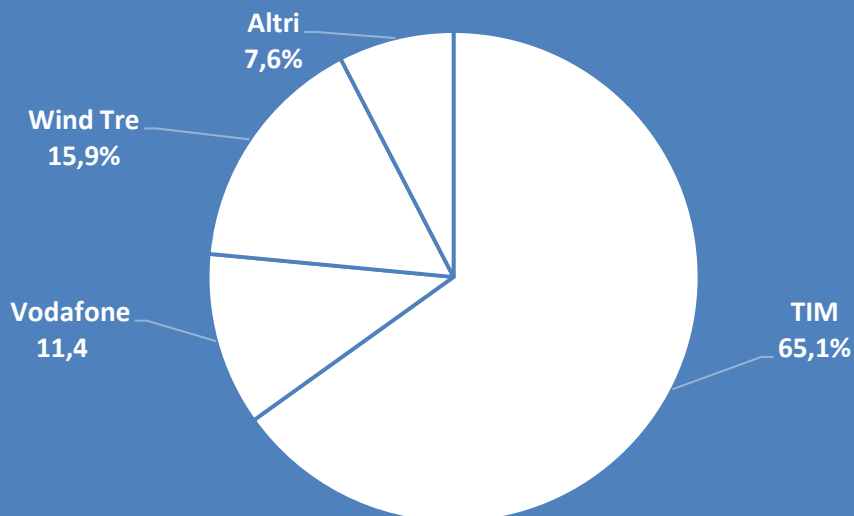
connessioni ultraveloci. Ciò è dimostrato, per esempio dal fatto che – sul totale dei 5,23 milioni di connessioni ad almeno 30 Mbps – il 59% raggiunge i 100 Mbps (3,1 milioni di connessioni), mentre il 41% addirittura supera il tetto dei 100 Mbps (2,1 milioni di connessioni).

*L'assetto di mercato nei segmenti di rete fissa a differenti velocità.* In termini di assetto di mercato, è da notare poi che sulle connessioni broadband (almeno 30 Mbps) TIM segna il maggior incremento nel numero di accessi, con un +1,3 milioni di linee. A seguire, Vodafone guadagna un +480k linee e Fastweb +323k linee. Nel segmento delle linee ultrabroadband (almeno 100 Mbps), invece, Fastweb diventa leader col 50% dei nuovi accessi.

Un dato, questo, confermato anche dalle quote di mercato relative alle diverse velocità di connessione.

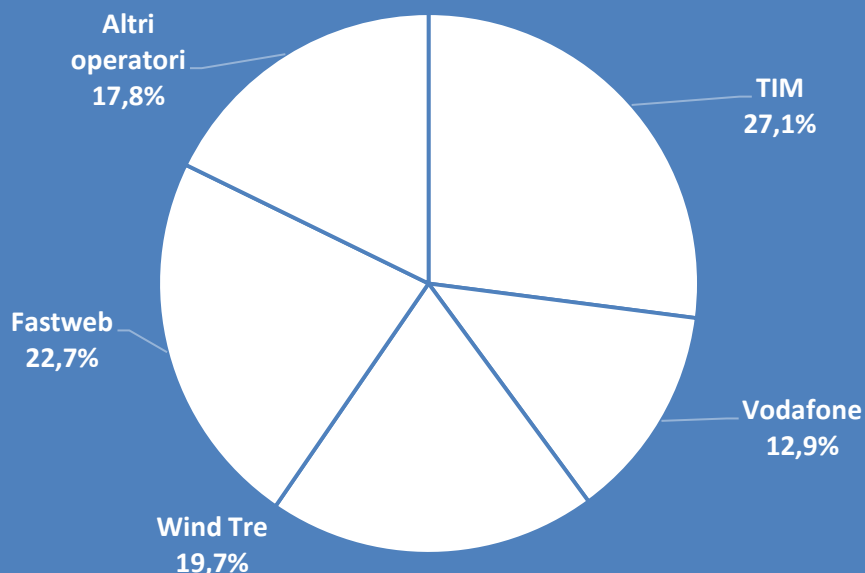
*L'assetto di mercato nelle connessioni a 10 Mbps.* Come è possibile notare dal grafico, il ruolo storico di TIM nelle connessioni a internet in rete di rame è tutt'oggi un dato significativo nelle connessioni meno veloci. Infatti, TIM occupa quasi due terzi di questo specifico segmento (+1% rispetto al 2017). Vodafone (-0,4%), Wind Tre (+2,1%) e gli altri operatori (Linkem, Tiscali, ecc, -0,8%) giocano invece un ruolo secondario nel settore; questo anche per scelte di business, cioè disinteresse a investire in tecnologie e in velocità di connessione non più al passo con i tempi. Tale elemento vale ancor più per Fastweb, operatore che fin dal primo momento si è schierato sul fronte delle connessioni broadband e ultrabroadband, e che perde del tutto la sua già marginale quota di mercato nelle connessioni a meno di 10 Mbps (-1,9%).

## QUOTE DI MERCATO CONNESSIONI A MENO DI 10 MBPS - MARZO 2018



*L'assetto di mercato nelle connessioni a 10-30Mbps. Più equilibrata appare invece la situazione nel range intermedio, quello delle connessioni dai 10 Mbps ai 30 Mbps.*

## QUOTE DI MERCATO 10 MBPS - 30 MBPS

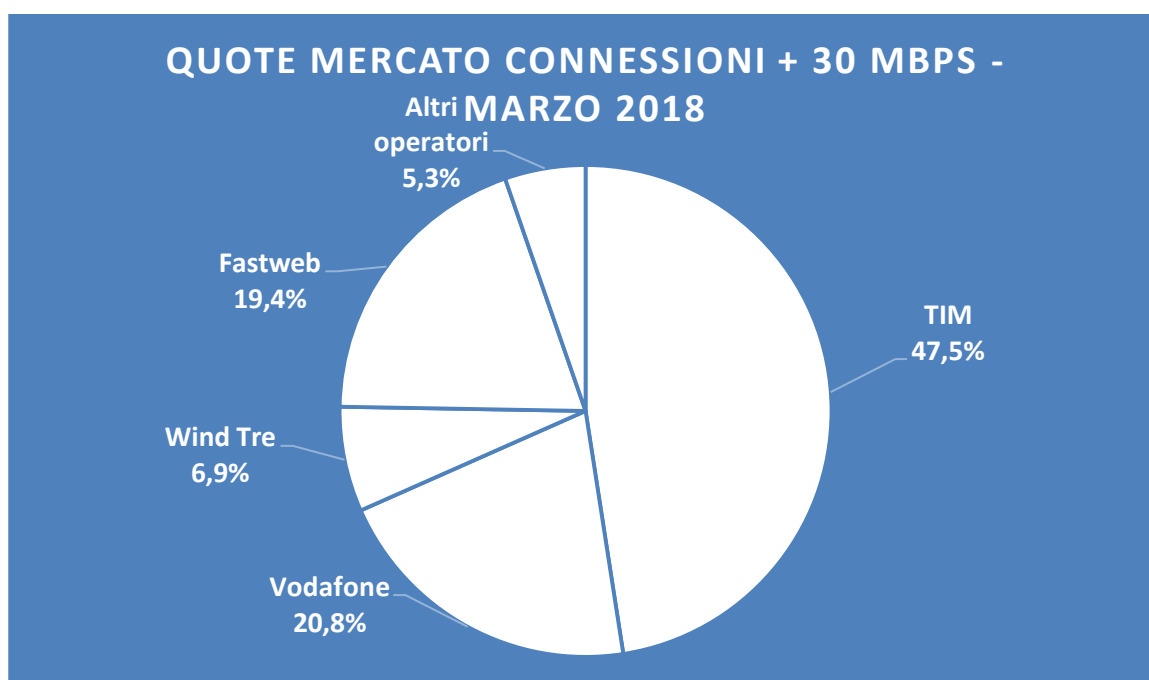


Nella fascia tra i 10 e i 30 Mbps non c'è un vero e proprio leader di mercato, e anzi i principali operatori si ripartiscono quote abbastanza omogenee. TIM supera di poco un quarto dell'intero mercato (-0,3% rispetto al 2017), mentre Wind Tre (-1,2% rispetto al 2017) e Fastweb (-1,1% rispetto al 2017) sono rispettivamente a poco

meno e a poco più di un quinto del mercato: i primi tre player, in combinazione, non raggiungono il 70%.

Inoltre, è interessante notare che gli altri operatori (esclusa Vodafone, che col 12,9% guadagna un +0,5%), presi nell'insieme, riescono a prendersi quasi un quinto dell'intero segmento di mercato, con Linkem (8,1%) e Tiscali (6,5%) a risaltare.

*L'assetto di mercato nelle connessioni a 30Mbps. Una spartizione omogenea che, invece, non si ripresenta nelle connessioni a più di 30 Mbps, dove TIM torna a essere leader di mercato, sebbene con quote inferiori a quelle viste nelle connessioni lente.*



Con poco meno della metà del mercato, TIM è anche l'operatore che cresce di più (+3,5% rispetto al 2017). Quasi appaiate Vodafone e Fastweb, entrambe in perdita: un calo leggero per Vodafone (-1% rispetto al 2017), più importante per Fastweb (-5,4%). Wind Tre, che in questo segmento ha una quota di mercato pari appena al 6,9%, ha tuttavia quasi raddoppiato la propria presenza rispetto all'anno scorso. Gli altri operatori, presi in combinazione, raggiungono appena il 5,3%, con Eolo a prendersi il 3,6%.

Segmentando ulteriormente il mercato delle connessioni veloci, si può notare che TIM, col 78%, è leader anche nell'intervallo delle connessioni di velocità compresa tra i 30 e i 100 Mbps, ambito nel quale Eolo raggiunge il 6%.

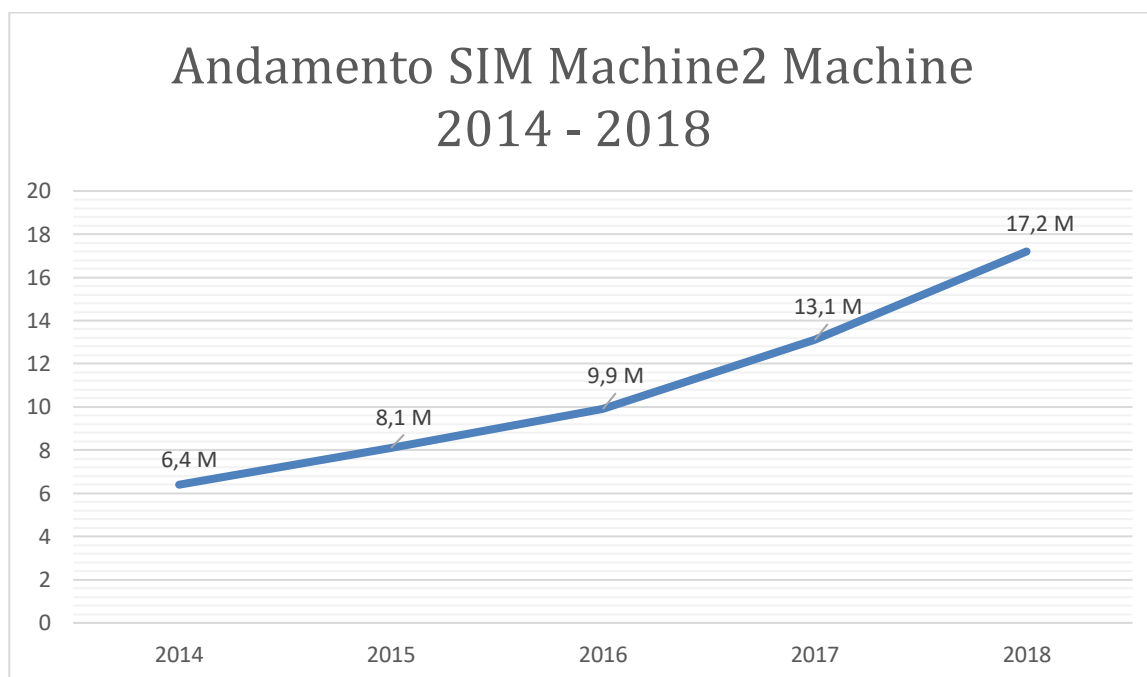
La situazione cambia nelle connessioni ultra veloci (+100 Mbps), dove TIM non è presente e Fastweb, Vodafone e Wind Tre hanno quasi il 90% del mercato. Nello



specifico, Fastweb raggiunge il 48,8%, Vodafone il 34% e Wind Tre il 15%.

*Le reti mobili.* Anche il mercato delle reti mobili appare in piena salute. La crescita annua è complessivamente pari a 2,5 milioni di nuove SIM: dai 98,1 milioni di linee del 2017 si è passati ai 100,6 milioni di linee del 2018.

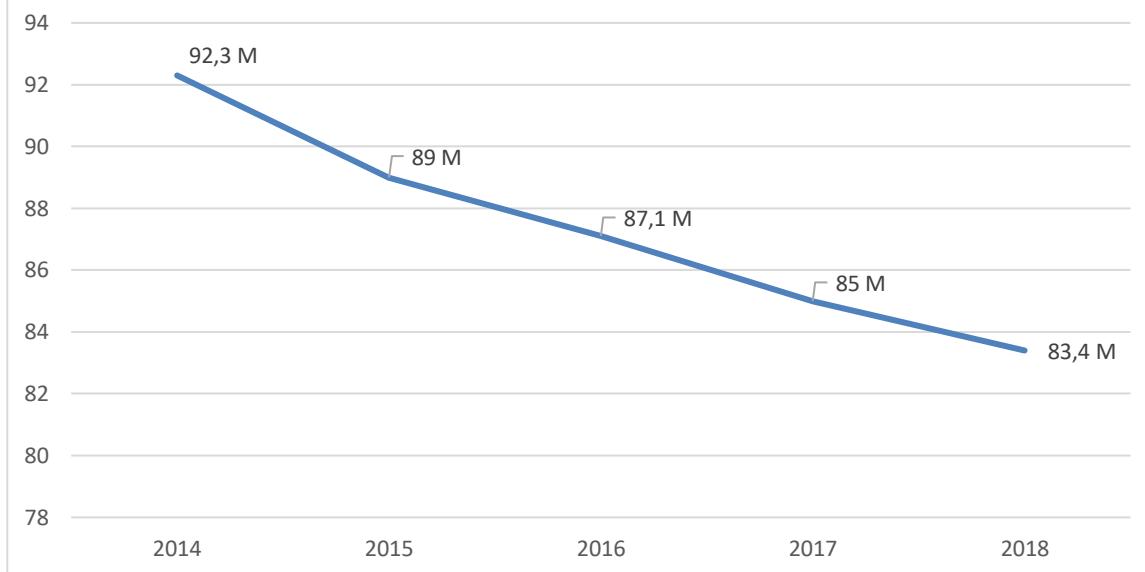
Tuttavia, le SIM “Human” hanno visto una riduzione di circa 1,6 milioni di linee rispetto al 2017, seguendo un trend in costante calo dal 2014. A compensare questa riduzione, le SIM “M2M” hanno visto un aumento di 4,1 milioni di unità rispetto al 2017. Anche qui, si conferma un trend costante dal 2014.



In cinque anni, le SIM Machine 2 Machine sono passate dal 6,47% al 17,1% del mercato. Da 6,4 milioni di SIM nel 2014 siamo arrivati oggi a 17,2 milioni, con un aumento di più di 2 milioni di SIM all’anno.

Il mercato delle SIM human, anche se con cifre ben diverse, vede un forte calo su base annuale.

## Andamento SIM Human 2014 - 2018

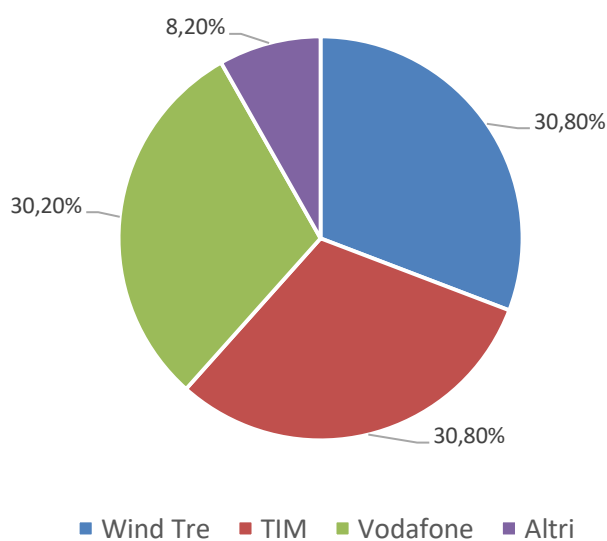


In cinque anni, le SIM Human sono passate dal 93,42% del mercato all'82,9%. Nello specifico, da 92,3 milioni di SIM nel 2014 siamo scesi oggi a 83,4 milioni, con un calo di quasi 2 milioni di SIM all'anno.

*L'assetto di mercato di rete mobile.* Per quanto riguarda l'assetto concorrenziale, sono essenzialmente tre gli operatori a spartirsi il mercato della rete mobile: Wind Tre, TIM e Vodafone godono ciascuna di una quota del 30%.

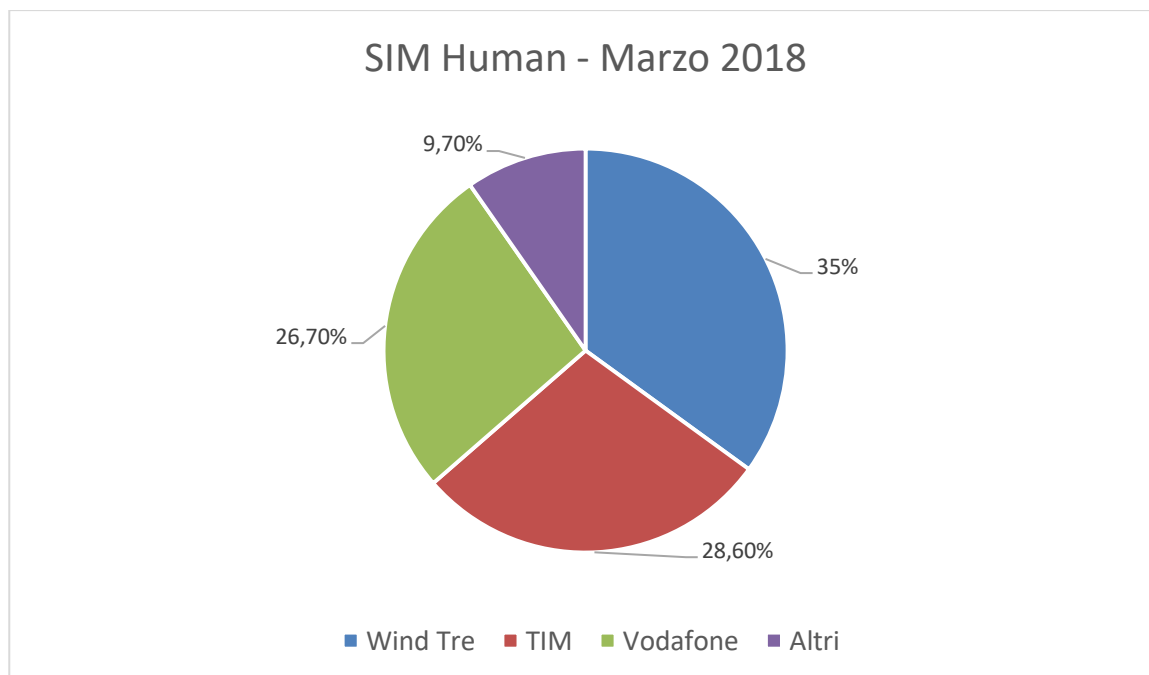
Il grafico che segue prende a riferimento l'intero mercato, Human e M2M.

## SIM complessive - Marzo 2018



Dei tre player principali, Wind Tre è l'unica a perdere linee rispetto all'anno precedente (-1,9%), mentre TIM e Vodafone guadagnano, rispettivamente, lo 0,8% e lo 0,4%. Tra gli altri operatori si distingue Poste Mobile con una quota di mercato del 3,9% (+0,1% rispetto al 2017).

*L'assetto di mercato delle SIM Human.* Leggermente meno equilibrato appare invece il segmento di mercato delle SIM Human, dove aumenta la distanza tra Wind Tre (leader di mercato) e TIM e Vodafone e cresce la quota degli altri operatori.



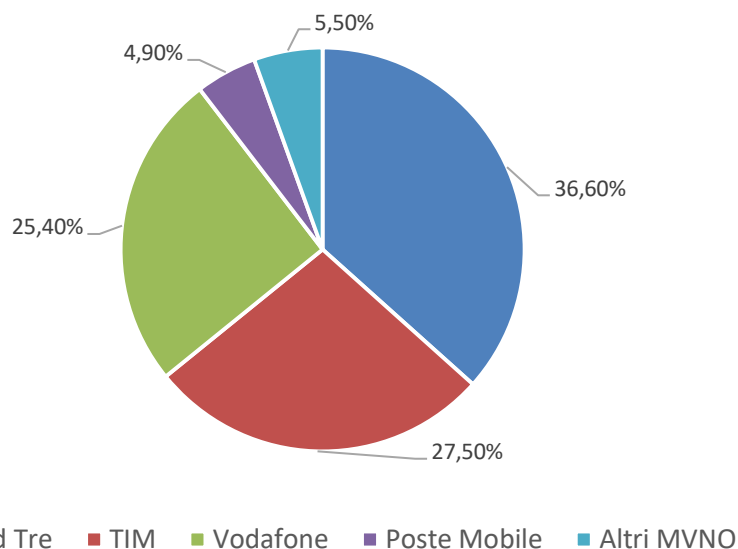
Il principale operatore italiano perde l'1,3%, ma mantiene un distacco pari a +6,4% sul secondo e +8,3% sul terzo. Poste Mobile è il primo tra gli "altri operatori" (4,6%) e occupa quasi la metà della quota di mercato degli operatori virtuali (fra i quali Fastweb e Tiscali).

*SIM Personal e SIM Business.* Con riferimento alle SIM Human, l'Agcom suddivide poi il mercato per tipologia di clientela, tra SIM Personal e SIM Business.

Tra le due categorie, le quote restano grossomodo invariate rispetto al 2017: l'88,4% delle SIM Human è Personal, l'11,6% è Business.

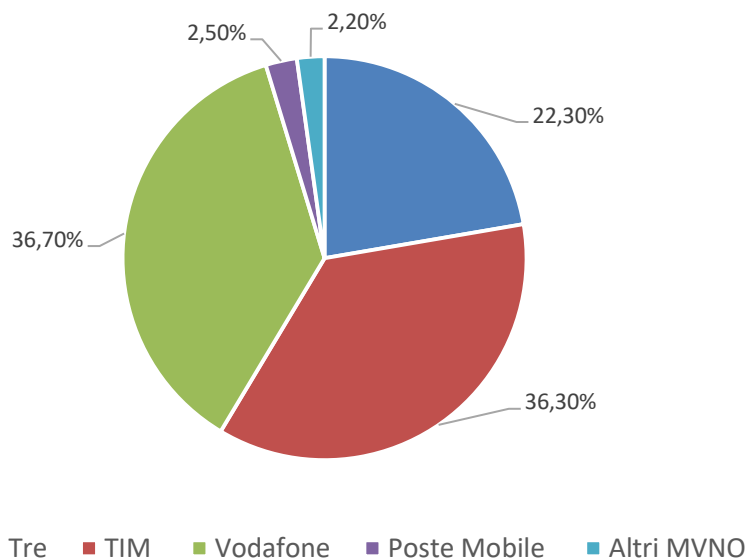
Le due categorie, come dimostrano i grafici sottostanti, sono però caratterizzate da un diverso assetto concorrenziale.

### Quote mercato SIM Personal - Marzo 2018



Nella categoria Personal, Wind Tre (che perde l'1,6% rispetto al 2017) distanzia di un +9,1% TIM (che però guadagna lo 0,5% rispetto al 2017) e di un +11,2% Vodafone (che perde lo 0,2% rispetto al 2017).

### Quote mercato SIM Business - Marzo 2018

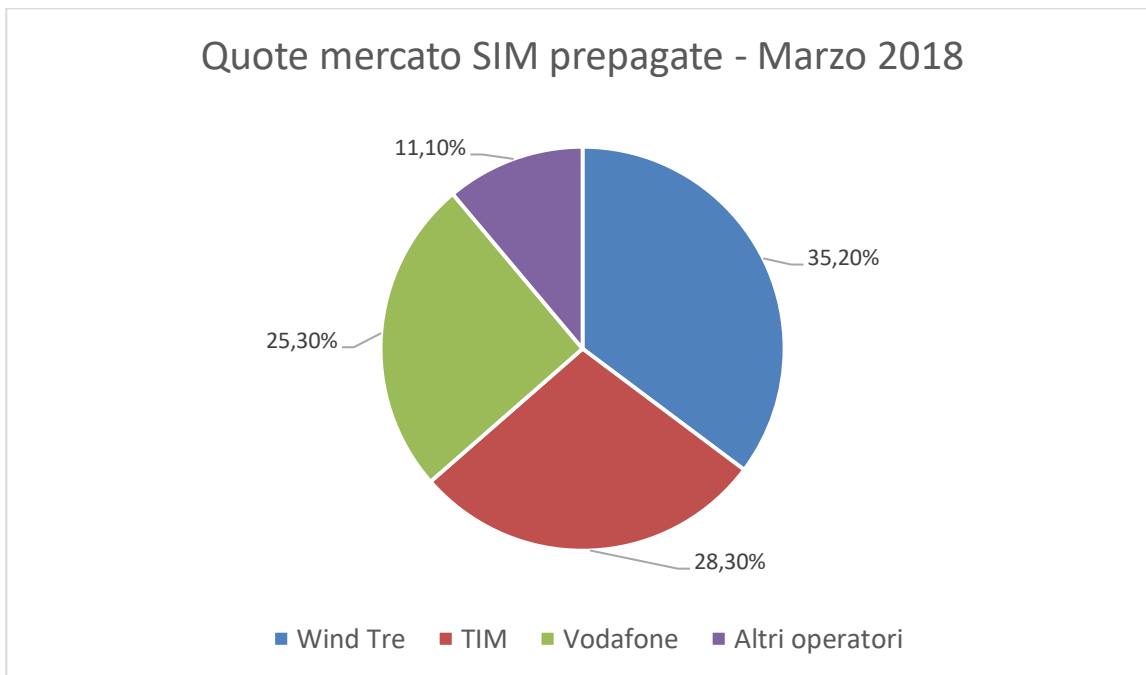


Nella categoria Business, Vodafone (che perde l'1,4% rispetto al 2017) distanzia di un +1,4% TIM (che perde lo 0,3% rispetto al 2017) e di un +14,4% Wind Tre (che guadagna l'1,2% rispetto al 2017).

In entrambi i segmenti, Poste Mobile si conferma il primo degli operatori virtuali.

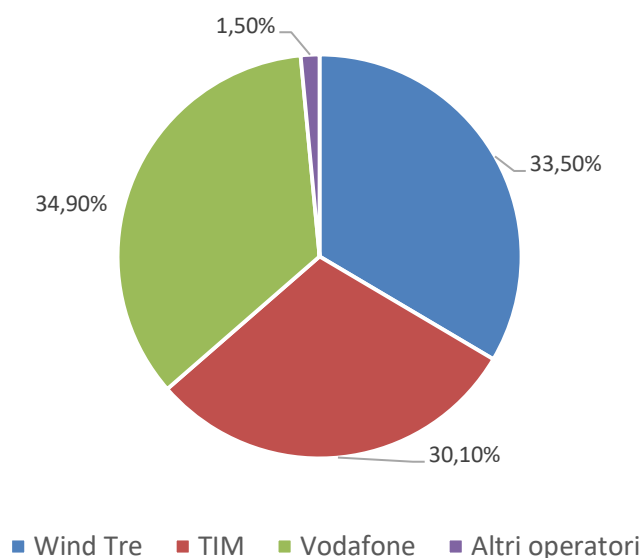
*SIM prepagate e SIM in abbonamento.* Un altro aspetto del mercato mobile che merita considerazione è poi la suddivisione delle SIM per tipologia di contratto, tra SIM prepagate (85,7%) e SIM in abbonamento (14,3%).

Tra le SIM prepagate, pari a 71,5 milioni di linee, Wind Tre supera TIM di un +6,9% e Vodafone di un +9,9%. Tra gli altri operatori spicca Poste Mobile col 5,4% del mercato.

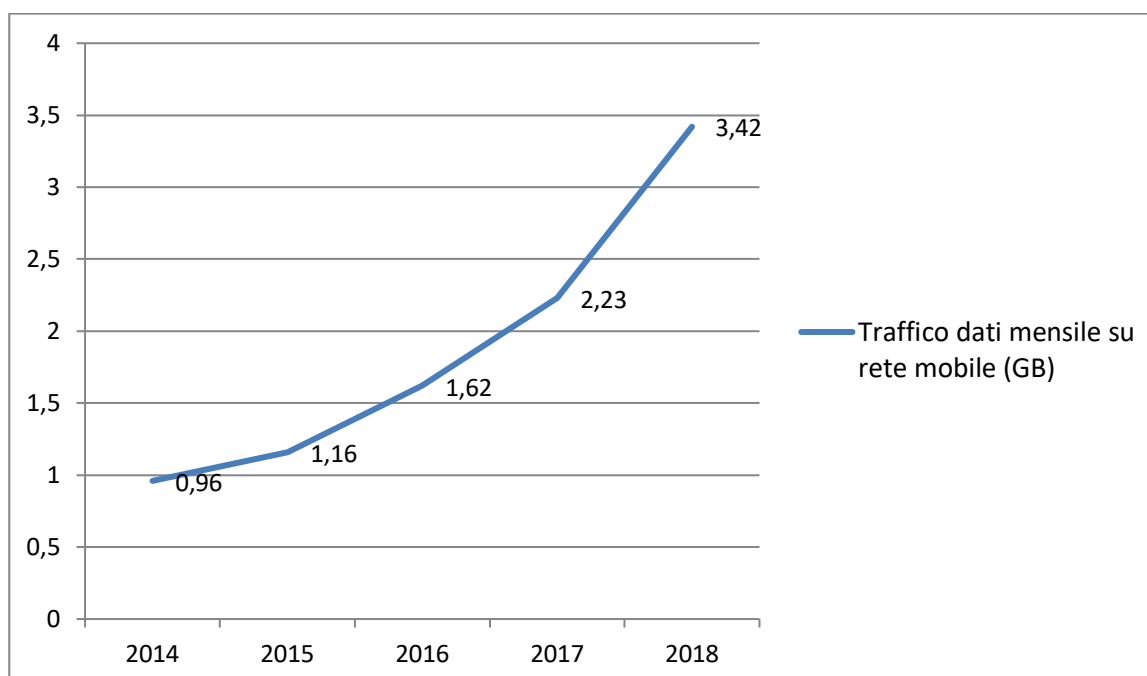


Tra le SIM in abbonamento, pari a 12 milioni di linee, Vodafone supera Wind Tre di un +1,4% e TIM di un +3,8% in un mercato che lascia pochissimo spazio ad altri operatori.

## Quote mercato SIM in abbonamento - Marzo 2018



*Il traffico dati.* È di rilievo l'aumento sistematico, su base annua, del traffico dati relativo alle linee mobili, specchio di un'interconnessione sempre più spiccata (tra device e app) e di un mutamento nello stile di vita e nella fruizione dei contenuti mediali tramite smart device da parte degli utenti.



Si tratta di una crescita favorita anche dal graduale ribasso, negli anni, del prezzo delle tariffe di navigazione, che ha contribuito alla fruizione sempre più "mobile-oriented" dei contenuti mediali. Non a caso, in cinque anni si è avuto un aumento

dei GB consumati mensilmente pari al 356%.

Questa crescita è inoltre destinata ad aumentare ulteriormente grazie all'arrivo del nuovo ecosistema 5G.

*La portabilità del numero.* In aumento anche le operazioni di portabilità del numero, frutto di una “guerra di offerte” sempre più consistente tra i vari operatori e anche delle proposte degli operatori nuovi entranti. Il giro di queste operazioni giova a TIM (+486k linee nel saldo tra uscita e ingresso) e agli operatori virtuali (+587k linee), meno a Wind Tre (-957k linee) e a Vodafone (-116k linee).

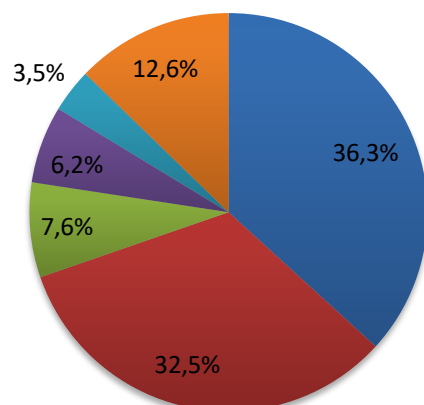
Emerge dunque, nel complessivo, il quadro di un mercato dinamico, in cui la domanda di traffico dati stimola la concorrenza e la riduzione delle tariffe, e in cui la generale buona qualità dei servizi non crea “rendite di posizione”, ma stimola gli operatori a offrire il servizio migliore al prezzo più basso per mantenere la propria clientela e attrarre nuovi utenti. Un dinamismo che, nel settore della rete mobile, non potrà che aumentare in virtù dell'ingresso del nuovo competitor Iliad e dello sviluppo delle infrastrutture e delle offerte per il 5G.

*I media.* Sul fronte dei media, l'Agcom riporta i dati e gli indici di ascolto/utilizzo di TV, quotidiani e internet.

*La televisione.* Per quanto riguarda la televisione, lo share registrato nel mese di marzo 2018 conferma una sostanziale posizione di dominio di Rai e Mediaset.

## Share televisivo - Marzo 2018

■ RAI ■ Mediaset ■ 21 Century Fox / Sky ■ Discovery ■ La7 ■ Altri



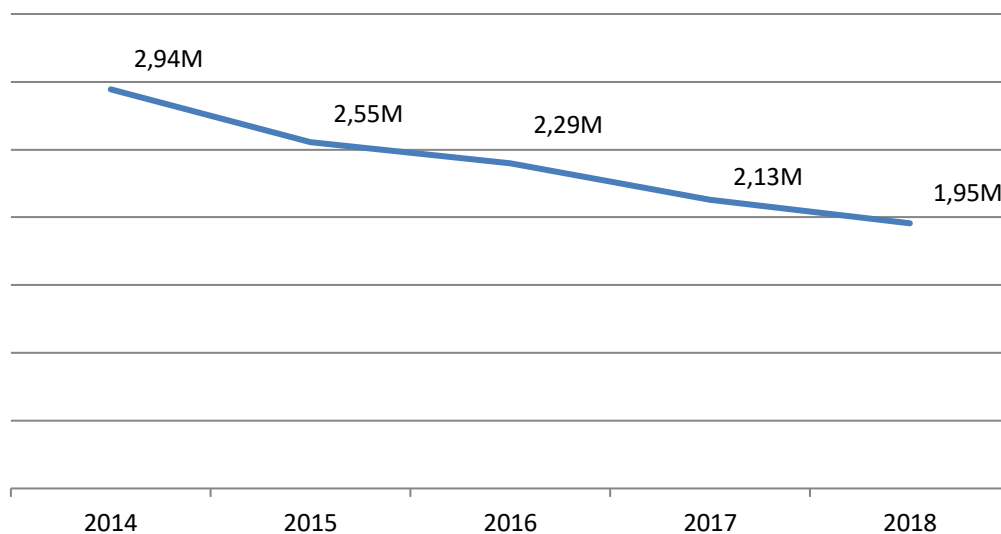
RAI mantiene il primo posto col 36,3% di share medio, pari a oltre 4 milioni di spettatori, ma perde lo 0,7% rispetto all'anno precedente. Minore il calo del gruppo Mediaset, che conferma la seconda posizione col 32,5% (3,6 milioni di spettatori) e perde appena lo 0,2%.

Percentuali simili per 21 Century Fox /Sky (7,6%) e Discovery (6,2%), mentre La7 guadagna un 1,4% di ascolti rispetto al 2017, raggiungendo quota 3,5%.

*L'editoria.* Nel settore dell'editoria continua il calo delle vendite delle copie cartacee, nonostante queste rappresentino ancora oltre il 90% del venduto sul totale comprendente anche le copie digitali.

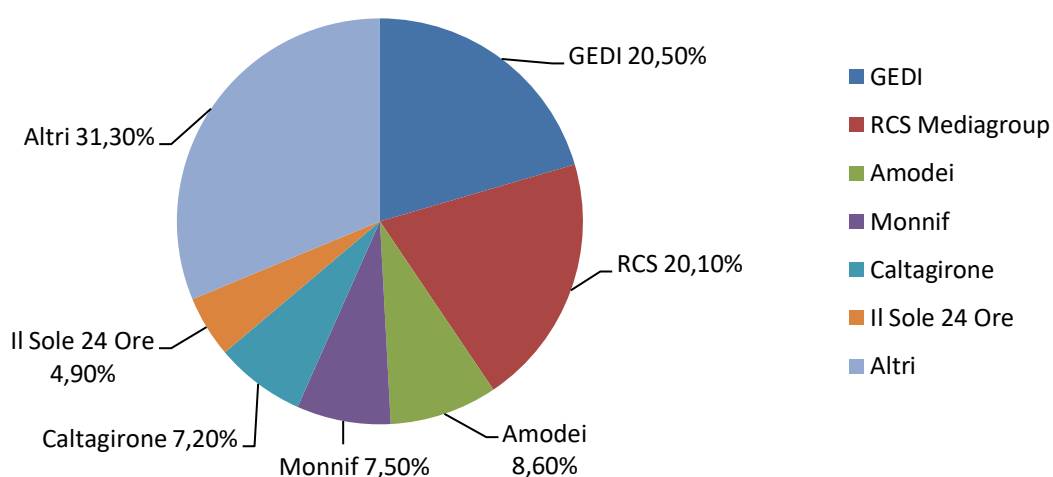


## Vendite giornaliere dei quotidiani in milioni di copie



Come mostra il grafico, il settore ha perso circa un terzo delle proprie vendite in appena un quinquennio, passando da poco meno di tre milioni di copie vendute quotidianamente da parte dei principali gruppi editoriali nel 2014 a poco meno di 2 milioni di copie al giorno nel 2018. L'assetto di mercato si dimostra tuttavia stabile, con i gruppi GEDI ed RCS a occupare insieme circa il 40% del mercato.

## Assetto di mercato settore editoria quotidiana - Marzo 2018



Entrambi i gruppi sono in leggero aumento: GEDI guadagna lo 0,6% sul 2017, RCS lo 0,4%.

Un calo, quello dell'editoria quotidiana, spiegabile anche attraverso il mutamento

nelle abitudini di consumo dell'informazione da parte degli utenti, che sempre più spesso si rivolgono a internet, e in particolare ai social network, per tale necessità.

*Internet.* Il tempo trascorso su internet dagli italiani arriva nel 2018 a oltre 55 ore mensili, un dato in leggero calo (-2 ore) rispetto al 2017. Ma sono proprio i social network e i motori di ricerca a farla da padrone nell'ambiente digitale: in particolare, Facebook e Google. Aumentano, tuttavia, i visitatori unici delle principali piattaforme digitali italiane, come Italiaonline, Mondadori, RCS e GEDI.

Tra i social network, il numero di accessi su base mensile risulta in crescita rispetto al 2017, ma non si modifica significativamente l'assetto di questo segmento di mercato.

