

COMUNICATO STAMPA

OSSERVATORIO SULLE COMUNICAZIONI N.1-2026

L'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni pubblica l'[Osservatorio sulle Comunicazioni](#) relativo all'intero anno 2025.

COMUNICAZIONI ELETTRONICHE

Nel mese di dicembre 2025, il numero totale degli accessi alla **rete fissa** rimane sostanzialmente invariato sia rispetto al trimestre precedente, sia all'anno precedente, attestandosi a 20,53 milioni di linee.

Le linee in rame si sono ridotte di circa 150 mila unità su base trimestrale e di poco meno di 620 mila su base annua, mentre rispetto a dicembre 2021 sono diminuite di poco più di 3,2 milioni di accessi.

Pur se in flessione su base annua (-814 mila linee), gli accessi FTTC rappresentano il 40,5% della base clienti complessiva. Continua la crescita degli accessi FTTH, su base trimestrale di poco più di 266 mila unità e di 1,15 milioni su base annua, mentre rispetto a dicembre 2021, l'incremento è di poco inferiore ai 4,26 milioni di linee; a dicembre 2025, esse rappresentano il 34,1% degli accessi complessivi. In crescita risultano anche le linee Fixed Wireless Access, di circa 313 mila unità su base annua, per un ammontare totale stimato a dicembre 2025 di 2,68 milioni di accessi.

Le linee broadband e ultrabroadband complessive sono stimate in circa 19,38 milioni di unità, in crescita di 121 mila unità rispetto al trimestre precedente. Analizzando nel dettaglio la loro composizione, emerge che le linee DSL risultano in riduzione sia su base annua, di circa 324 mila unità, sia su base trimestrale (-76 mila unità). Per quanto riguarda le linee offerte tramite altre tecnologie, si registra una crescita su base annua, di poco meno di 640 mila unità per un volume pari a circa 18,3 milioni di linee a dicembre 2025.

Le dinamiche illustrate indicano un ulteriore aumento delle prestazioni in termini di velocità di connessione commercializzata rispetto ai periodi precedenti: il peso delle linee con velocità pari o superiori ai 100 Mbit/s è salito, tra dicembre 2021 e dicembre 2025, dal 61,7% all'83,9%.

Si evidenzia la crescita del peso delle linee commercializzate con capacità trasmissiva ≥ 1 GB/s, passato dal 12,6% al 35,9% sempre nello stesso periodo di riferimento.

Continua la crescita del consumo di dati: in termini di volume complessivo, il traffico medio giornaliero nel corso del primo semestre del 2025 ha segnato un'ulteriore crescita dell'11,8% rispetto al 2024, mentre rispetto al corrispondente valore del 2021 la crescita è stata del 55,2%. Ciò si riflette sul traffico giornaliero per linea broadband; i dati unitari di consumo per il 2025, infatti, sono aumentati del 50,3% rispetto al 2021, passando da 6,88 a 10,34 GB per linea in media al giorno.

Per ciò che riguarda gli accessi broadband e ultrabroadband, a fine dicembre 2025, TIM si conferma il maggiore operatore con il 32,7% degli accessi, seguito da Fastweb+Vodafone con il 29,6% e da Wind Tre con il 14,6%; seguono Sky Italia (4,5%), Eolo (3,6%), Tiscali (2,8%) e Iliad (2,6%). Tra i principali player presenti sul mercato, Iliad è quello che ha mostrato, su base annua, il maggiore dinamismo guadagnando 0,7 punti percentuali. In crescita (+1,3 punti percentuali) anche gli operatori di minori dimensioni, che si valuta rappresentino circa il 9,8% del mercato delle linee broadband e ultrabroadband.

Relativamente al segmento delle linee in fibra (FTTH), complessivamente in crescita del 19,6% rispetto a dicembre 2024, l'operatore Fastweb+Vodafone detiene il primo posto con il 29,5% degli accessi, seguito da TIM (27,2%), Wind Tre (16,0%), Iliad (7,1%), Sky Italia (6,1%), Enel Energia (2,9%) e Tiscali (2,1%).

Nella **rete mobile**, a fine dicembre 2025, le sim attive (*Human* e M2M) sono stimate in poco più di 110 milioni: su base trimestrale, le sim M2M crescono di 164 mila unità, mentre quelle *Human* (cioè, "solo voce", "voce+dati" e "solo dati" che prevedono iterazione umana) si riducono di 375 mila unità.

Le sim *Human* sono rappresentate per l'85,4% da utenze residenziali, mentre, con riferimento alla tipologia di contratto, poco più del 91% dei casi ricade nella categoria di sim "prepagata".

Relativamente alle sim complessive, Fastweb+Vodafone è l'operatore leader di mercato con il 29,8%, seguito da TIM (25,5%), Wind Tre (24,2%), Iliad (11,4%), PostePay (4,0%), Coop Voce (2,1%) e Lyca Mobile (1,0%).

Considerando il solo segmento delle sim "*human*", Fastweb+Vodafone è il principale operatore con il 25,4%, seguito da Wind Tre (23,6%), da TIM (22,4%) e Iliad che, con una crescita di 1,1

punti percentuali su base annua, raggiunge il 15,9%; con quote inferiori seguono PostePay (5,5%), Coop Voce (2,9%) e Lyca Mobile (1,3%).

Sono valutabili in circa 61,2 milioni le sim “*human*” che hanno prodotto traffico dati nel corso dell’intero anno 2025. Il traffico dati giornaliero per sim “*human*” continua la sua crescita; su base annua del 17,1% e di poco meno del 116% rispetto al 2021. Pertanto, a fine 2025 il consumo medio unitario giornaliero è stimabile in circa 1,02 GB.

Key data – Comunicazioni elettroniche

		Variazione %							
		cfr slide	2021	2022	2023	2024	2025	'25/'24	'25/'21
Rete fissa									
Linee complessive (mln)	1.1		20,19	20,25	20,18	20,51	20,54	0,1	1,7
- di cui BB/UBB (mln)	1.2		18,82	18,96	19,02	19,07	19,38	1,6	3,0
Rete mobile									
SIM complessive (mln)	1.9		106,1	107,2	108,4	108,8	110,3	1,4	4,0
- di cui "human" (mln)	1.9		78,0	78,4	78,3	78,3	78,9	0,7	1,1
Traffico dati (medio giornaliero)									
- per linea broadband (GB)	1.7		6,88	7,39	8,37	9,27	10,34	11,6	50,3
- per sim "human" (GB)	1.14		0,47	0,64	0,78	0,87	1,02	17,1	115,9

Fonte: elaborazioni e stime Agcom su dati aziendali

TELEVISIONE

Nel settore televisivo gli ascolti nel giorno medio nel 2025 evidenziano una flessione rispetto all’anno precedente, sia considerando il “**prime time (20:30-22:30)**” (-2,5%), sia prendendo in esame l’“**intero giorno**” (-2,8%).

Ampliando l'arco temporale dell'analisi, emerge una riduzione ancora più evidente della platea televisiva tradizionale. In particolare, confrontando il 2025 con il 2021, si riscontra una dinamica di segno negativo degli ascolti nel giorno medio sia nel *prime time* (-3,2 milioni di telespettatori; -14,5%), sia nell'intera giornata (-1,3 milioni di telespettatori; -13,7%).

Nella fascia oraria del “**prime time**”, Mediaset sale al primo posto in termini di spettatori, pari, nel 2025, a quasi 7 milioni (37,6% di *share*), con un andamento in crescita rispetto al 2024 (+3,0%) che si riflette sulla *share* (+2 punti percentuali). Diversamente, per la Rai, seguita da 6,8 milioni di telespettatori medi che rappresentano il 36,4% del complesso del pubblico televisivo, si riscontra una dinamica decrescente rispetto al 2024 (-7%; pari a -1,8 p.p. di *share*). Stabile al terzo posto troviamo WB/Discovery che ottiene 1,6 milioni di telespettatori in media (-7,9% rispetto all'anno precedente); seguito da Comcast/Sky i cui ascolti (1,4 milioni di individui) mostrano una contrazione rispetto all'anno precedente (-3,9%). Infine, Cairo Communication/La 7, con 1,1 milioni di telespettatori nel giorno medio del 2025, registra un aumento di circa 2,6 mila telespettatori rispetto al 2024 (+0,2%).

Considerando gli spettatori nel giorno medio del 2025 riferiti all'**intera giornata**, si osserva al primo posto Mediaset con 3 milioni di telespettatori corrispondente ad una *share* del 37,5% e una dinamica in contrazione rispetto al 2024 (-1,1% di ascolti). Rai, con 2,9 milioni di individui in media al giorno, pari al 35,8% del pubblico complessivo, presenta analogamente una flessione rispetto all'anno precedente (circa 153 mila telespettatori, -5,1%). Seguono Warner Bros. Discovery (con 727 mila spettatori; 9,1% di *share*) e Comcast/Sky (seguito da oltre 608 mila spettatori e una quota del 7,6% del pubblico televisivo), con una contrazione rispettivamente pari al -5,2% e al -3,3%. In controtendenza, con 437 mila telespettatori raggiunti e una *share* del 4,6%, troviamo Cairo Communication/La7 che cresce del 4,6% rispetto al 2024.

Ampliando l'arco temporale dell'analisi, tra 2021 e il 2025 tutti gli editori registrano una contrazione del proprio pubblico nel giorno medio salvo Cairo Communication/La 7 con ascolti invece costanti. Nel dettaglio Rai perde 769 mila telespettatori (-21,2%), Mediaset 208 mila individui (-6,5%), Warner Bros. Discovery 22 mila utenti (-2,9%), e infine Comcast/Sky 20 mila telespettatori (-3,2%).

Con specifico riferimento ai **principali canali** analizzati (Rai 1, Rai 2, Rai 3, Rete 4, Canale 5, Italia 1, La7, TV8 e Nove), nel “**prime time**” si registrano nel complesso poco più di 13,2 milioni di telespettatori, in crescita di circa 29 mila individui (+0,2%) sul 2024.

Si riscontrano andamenti in flessione per Rai 1 che con quasi 4,1 milioni medi di telespettatori presenta, tuttavia, una *share* del 22% in crescita di 0,1 punti percentuali rispetto al 2024.

Analogamente cresce la quota di Canale 5 e Rete 4 che nel medesimo periodo hanno raggiunto, rispettivamente, 3,3 milioni di telespettatori (17,6% del pubblico; +2,5 punti percentuali) e 843 mila telespettatori (4,5% del pubblico; +0,2 punti percentuali), così come quello di La 7 che è stato seguito da oltre 1 milione di spettatori (5,6% di *share*; +0,2 punti percentuali). Dinamiche opposte si riscontrano per Rai 2 e Rai 3 che nel 2025 ottengono, rispettivamente, 803 mila e 980 mila telespettatori, corrispondenti ad una *share* del 4,3% per Rai 2 (-0,9 punti percentuali rispetto all'anno precedente) e del 5,3% per Rai 3 (-0,2 punti percentuali rispetto al medesimo periodo); per Italia 1, che registra 1,1 milioni di ascolti e una *share* del 6% (-0,1 punti percentuali); Nove, con 573 mila ascoltatori e una *quota* del 3,1% (-0,1 punti percentuali) e, infine, di TV8 che conta 493 mila soggetti (pari al 2,7% del pubblico complessivo; +0,2 punti percentuali).



Key data: canali televisivi per ascolti nel 2025

Share nel giorno medio - *prime time* (%) (cfr. slide 2.4)

	(gennaio - dicembre)		Variaz. p.p.
	2024	2025	'24-'25
Rai 1	21,9	22,0	+0,1
Canale 5	15,0	17,6	+2,5
Italia 1	6,1	6,0	-0,1
La7	5,4	5,6	+0,2
Rai 3	5,5	5,3	-0,2
Rete 4	4,3	4,5	+0,2
Rai 2	5,2	4,3	-0,9
Nove	3,2	3,1	-0,1
TV8	2,4	2,7	+0,2

Key data – canali TV

Canali TV - Ascolti giornalieri (mln)	Variaz. %								
	(gennaio - dicembre)	cfr slide	2021	2022	2023	2024	2025	'25/'24	'25/'21
Prime time (20:30-22:30)	2.1		21,75	20,12	18,98	19,08	18,59	-2,5	-14,5
Giorno medio (02:00-25:59)	2.1		9,27	8,46	8,22	8,23	8,00	-2,8	-13,7

Fonte: elaborazioni Agcom su dati Nielsen /Auditel

Con riferimento ai telegiornali che vanno in onda nella **fascia oraria centrale della giornata (12:00-14:30)**, si può notare una lieve contrazione su base annua del tempo speso dagli utenti, che nel 2025 è pari a circa 192 milioni di ore nel giorno medio.

In termini di ascolti, il telegiornale più visto nel 2025 è il Tg1 delle 13:30 (oltre 3,1 milioni di ascoltatori e una crescita del 0,1% su base annua). Seguono il Tg5 delle 13:00 (oltre 2,6 milioni di telespettatori e un decremento del 3%), l'edizione delle 14:00 del TgR (dedicata a temi dell'informazione locale trasmessa su Rai 3), che supera di poco i 2 milioni di ascoltatori e registra un decremento del pubblico (-3,7%), e il Tg 2 con poco meno di 1,4 milioni di telespettatori risulta in contrazione del 8,8%. Presentano andamenti opposti Studio Aperto delle 12:25 che supera di poco 1 milione di telespettatori (con +2,3%), il Tg La7 delle 13:30 (+9,3%) e il Tg 4 delle 12:00 (+11,2%).

Il tempo speso dagli italiani nel corso del 2025 nella visione delle edizioni serali dei **principali telegiornali nazionali (fascia oraria 18:30-21:30)** rimane pressoché inalterato: le ore complessive spese dagli utenti passano da 257 nel 2024 a 256 milioni di ore nel medesimo periodo del 2025.

In analogia alla dinamica del tempo speso, si riscontra, sempre nel 2025 rispetto all'anno precedente, una contrazione degli ascolti solo per alcuni dei telegiornali analizzati. Nel dettaglio, il telegiornale più visto rimane il Tg1 delle 20:00 (con quasi 4,2 milioni di ascolti medi giornalieri; +0,6% nel 2025 rispetto al 2024), seguito dal Tg5 delle 20:00 (che ottiene quasi 3,4 milioni di telespettatori, -2,5%). Al terzo posto con 2,1 milioni di telespettatori troviamo il TgR, che presenta un andamento negativo rispetto al 2024 (-4,1%), così come il Tg3 che ottiene 1,6 milioni di ascolti (-4%). Segue il Tg La7, i cui telespettatori crescono su base annua passando da 1,22 a 1,26 milioni (+2,9%); nello stesso periodo diminuiscono i telespettatori del Tg2 (-15,2%).

Per quanto riguarda gli altri Tg serali di MFE/Mediaset, andamenti positivi si riscontrano, sia per gli ascoltatori di Studio Aperto delle 18:30, che passano da 501 mila a 538 mila (+7,3% su base annua), sia per gli ascolti del Tg4 delle 19:00 che passano da 537 a 628 mila spettatori giornalieri circa (+17,1%).

Ampliando l'arco temporale dell'analisi, emerge come, sia in termini di tempo speso, sia di ascoltatori (salvo alcune eccezioni), i valori medi raggiunti delle principali edizioni del giorno e della sera dei telegiornali nel 2025 risultino nettamente inferiori ai livelli registrati nel 2021.

Nel dettaglio, esaminando le edizioni dei telegiornali messi in onda nel corso della fascia oraria 12:00-14:30, il tempo dedicato alla loro visione si è contratto del 17,2% negli ultimi 5 anni.

Analizzando il numero medio di telespettatori dei singoli notiziari, per quanto riguarda i telegiornali della concessionaria del servizio pubblico si osserva una flessione consistente, sia per le edizioni con una vocazione incentrata su contenuti rivolti ad un pubblico nazionale - il Tg1 (-15,9%), il Tg2 (-28,8%) e il Tg3 (-33%) - sia per le edizioni dedicate principalmente all'informazione locale (il TgR, i cui ascolti si contraggono del 25%). Gli ascolti dei telegiornali del gruppo MFE/Mediaset evidenziano delle dinamiche negative per il Tg5 (-12%) e Studio Aperto (-22,6%), a fronte della crescita dei telespettatori per il Tg4 (+12,7%). Analogamente a quanto osservato su base annua, considerando un orizzonte di 5 anni, gli spettatori medi del Tg La7 mostrano una dinamica incrementale (+21,4%).

Con riferimento alla fascia oraria 18:30-21:30, le ore dedicate alla visione dei telegiornali si riducono del 16,9% rispetto al 2021.

Sempre nello stesso periodo tale dinamica negativa si riscontra anche in termini di numerosità degli ascolti nel giorno medio con una contrazione significativa per tutti i telegiornali salvo che per il Tg LA7 della sera il cui pubblico è aumentato di 165 mila unità (+15,1%) e per il Tg4 delle 19:00 i cui ascolti rimangono pressoché stabili.

[1] Tempo speso: è la somma del tempo dedicato da ciascuno spettatore, nel giorno medio del periodo di riferimento, alla visione delle edizioni dei TG nelle fasce orarie considerate.

Key data – TG

TG - Tempo medio speso dagli utenti da inizio anno (mln. di ore) (gennaio - dicembre)	cfr slide	Anno					Variazione %	
		2021	2022	2023	2024	2025	'25/'24	'25/'21
TG fascia 12:00 - 14:30	2.5	231,7	209,3	201,2	193,4	191,9	-0,8	-17,2
TG fascia 18:30- 21:00	2.5	308,5	282,4	265,6	257,5	256,3	-0,5	-16,9

Fonte: elaborazioni Agcom su dati Auditel

Per i principali canali “all news” (Rai News 24, TGcom24 e Sky TG24), si riscontra una dinamica negativa su base annua del pubblico in tutte le fasce orarie considerate per Rai news 24 e Sky TG24; al contrario, TGCom24 registra un calo di spettatori medi solo nella fascia oraria 07:00 –

09:00 (-9,0%) e se si considera l'intero giorno (-1,1%) mentre cresce il numero di spettatori medi negli altri orari esaminati.

Nel prime time 20:30 – 22:30 alla dinamica negativa di Rai News 24 e Sky TG24 (rispettivamente, -10,3% e -23,5%) fa da contraltare la crescita di TGCom24 che registra +3,2% di spettatori medi nel 2025 rispetto al 2024.

QUOTIDIANI

Con riferimento all'**editoria quotidiana**, si conferma anche nei dodici mesi del 2025 la dinamica negativa del comparto che riflette una crisi strutturale già evidenziata negli anni precedenti.

Prendendo in esame le copie complessivamente vendute di tutti i quotidiani sul territorio nazionale, pari a 430 milioni di unità (circa 1,6 milioni di copie medie giornaliere nei dodici mesi del 2025), si osserva una flessione su base annua dell'8,1% e del 30,6% rispetto ai dodici mesi del 2021.

Considerando le testate che riportano prevalentemente notizie di interesse nazionale e quelle maggiormente dedicate alle notizie locali, nel confronto con il 2024, i quotidiani appartenenti alla prima categoria hanno registrato una riduzione più contenuta su base annua rispetto a quelli della seconda categoria (-7,4% vs -9,0%). Analogamente, anche ampliando il confronto al 2021, le testate nazionali vedono ridotte le vendite del 29,5% a fronte di una più accentuata flessione dei quotidiani locali (-32,0%).

Le copie complessivamente vendute in formato cartaceo, pari a 363 milioni (1,1 milione di copie giornaliere), si sono ridotte su base annua del 9,1% (risultavano 399 milioni nel 2024) e del 32,6% rispetto al 2021 quando ne venivano vendute complessivamente 538 milioni.

Dinamica simile, sebbene più contenuta, si può constatare con riferimento ai quotidiani venduti in formato digitale (copia replica della versione cartacea) che registrano una contrazione in termini di copie complessive confrontando il 2025 con l'anno precedente del 2% e del 16,9%, considerando un orizzonte temporale di 5 anni (dodici mesi del 2021).

La distribuzione delle copie digitali fra i singoli quotidiani è più concentrata rispetto a quella cartacea. Infatti, nel 2025, le prime cinque testate in termini di copie digitali (*Corriere della Sera, Il Sole 24Ore, La Repubblica, La Stampa, Il Manifesto*) rappresentano il 60% delle copie complessivamente vendute, mentre, se si considerano le copie cartacee delle prime cinque testate

(in questo caso il *Corriere della Sera*, *La Repubblica*, *La Gazzetta dello Sport*, *Avvenire* e *La Stampa*) si raggiunge una quota del 33% sul totale delle vendite dei quotidiani in tale formato.

Analizzando i quotidiani per “generi” editoriali, i principali cinque quotidiani nazionali che presentano contenuti “generalisti” (in ordine di copie totali vendute: *Corriere della Sera*, *La Repubblica*, *Avvenire*, *La Stampa*, *Il Messaggero*) nel 2025 hanno registrato una flessione nella vendita di copie cartacee pari al 8,9% rispetto ai corrispondenti volumi del 2024 (-11 milioni di copie); tale flessione si amplia al 34,0% con riferimento al 2021 (-58,6 milioni di copie). Passando alle vendite complessive di copie in formato digitale per tale genere, si osserva una flessione rispetto al 2024 (-2,0%, pari a -0,6 milioni di copie) e una flessione rispetto al 2021 (-6,7%, pari a 2,3 milioni di copie).

Per le altre categorie individuate, nonostante il calo generalizzato delle copie complessive, alcune testate con contenuti più specialistici mostrano una maggiore resilienza. In particolare, i quotidiani sportivi nel formato cartaceo risultano i più stabili negli ultimi 5 anni, con una flessione moderata (-23,1%, -12,9 milioni di copie). Diversamente, i quotidiani economici, nell’arco dell’intero periodo considerato, registrano forti riduzioni nella versione cartacea (-41,4%, pari a -8,8 milioni di copie), mentre in quella digitale mostrano una contrazione meno intensa (-6,9%, pari a -730 mila copie). Le prime 10 testate locali per vendite evidenziano una flessione su base annua sia delle copie digitali (-1,3%, -116 mila copie), sia di quelle cartacee (-10,0%, -8,8 milioni di copie); analogamente le altre testate locali mostrano una contrazione delle vendite in entrambi i formati.

L’analisi per gruppi editoriali in termini di copie complessivamente vendute vede, nel 2025, Cairo/RCS quale principale *player* sul mercato (19,4% considerando il *Corriere della Sera* e *La Gazzetta dello Sport* comprensiva delle edizioni del Lunedì), seguito da GEDI con l’11,9% (il dato comprende *La Repubblica* e *La Stampa*)^[2], da Caltagirone Editore (*Il Messaggero*, *Il Gazzettino*, *Il Mattino*, *Nuovo Quotidiano di Puglia* e *Corriere Adriatico*) e Monrif Group (che sotto il marchio QN-Quotidiano Nazionale comprende *Il Resto del Carlino*, *Il Giorno*, *La Nazione*) rispettivamente con il 9,3% e il 7,3%.

Nelle posizioni successive, Avvenire Nuova Editoriale Italiana con il 5,1% (in crescita rispetto al 2024), seguito da Il Gruppo 24 Ore con il 4,8%; da Nord-est Multimedia che (tenuto conto delle seguenti testate: *Il Mattino di Padova*, *La Tribuna di Treviso*, *La Nuova di Venezia e Mestre*, *Corriere delle Alpi*, *Messaggero Veneto*, *Il Piccolo*) raggiunge una quota del 4,6%; da Roberto Amodè con il 4,3% delle vendite complessive (se si considera *Corriere dello Sport* e *Tuttosport* e le



rispettive edizioni del lunedì); da Tosinvest/Angelucci con il 4% (considerando *Il Giornale*, *Opinioni nuove* – Libero quotidiano e *Il Tempo*) e dal Gruppo SAE con il 3,8% (che tiene conto delle testate *Il Tirreno*, *La nuova Sardegna*, *Gazzetta di Reggio*, *La Nuova Ferrara*, *Nuova Gazzetta di Modena*, *La provincia Pavese*).

[2] Il gruppo GEDI ha ceduto a Blue Media S.r.l. (Gruppo MSC) la testata “*Il Secolo XIX*” con decorrenza 29/09/2024 e nel 2025, con efficacia dal 1° luglio, ha ceduto la testata “*La Provincia pavese*” al gruppo SAE. Cfr. GEDI, Gruppo Editoriale, Comunicati stampa aziendali del 04/09/2024 e del 23/05/2025.

Key data – Editoria quotidiana

Copie giornaliere vendute nell'anno (mln)							Variazione %	
(gennaio – dicembre)	cfr slide	2021	2022	2023	2024	2025	'25/'24	'25/'21
totale	2.8	620	562	513	468	430	-8,1	-30,6
- quotidiani nazionali	2.8	352	321	294	268	248	-7,4	-29,5
- quotidiani locali	2.8	268	240	218	200	182	-9,0	-32,0
- copie cartacee	2.8	538	485	437	399	363	-9,1	-32,6
- copie digitali	2.8	81	76	76	69	67	-2,0	-16,9

Fonte: elaborazioni su dati Agcom su dati ADS

PIATTAFORME ONLINE

Analizzando i dati di utilizzo delle principali piattaforme online, nel mese di dicembre 2025, quasi 44 milioni di utenti unici hanno navigato in rete, in media ciascuno per un totale di 69 ore e 6 minuti. Ai primi posti della graduatoria si confermano l’insieme di siti *web* e applicazioni che hanno a riferimento i *big player* internazionali (Alphabet/Google, META/Facebook/Instagram, Amazon, Microsoft, Bytedance/Tiktok), che registrano andamenti in contrazione solo per Google e Microsoft



AUTORITÀ PER LE
GARANZIE NELLE
AGCOM COMUNICAZIONI

su base annua e in crescita considerando il mese di dicembre 2021, con l'unica eccezione di

Alphabet/Google che registra una contrazione anche su base quinquennale. Seguono le piattaforme afferenti ad alcuni gruppi editoriali e operatori nazionali (GEDI Gruppo editoriale, Poste Italiane, Cairo Communication/Rcs Mediagroup, Fininvest/Mondadori, Italiaonline) con utenti unici in crescita per GEDI, Poste italiane e Italiaonline rispetto a dicembre 2024.

Con riferimento all'andamento delle audience dei siti e applicazioni di informazione generalista, lo scorso dicembre si sono registrati 37 milioni e 912 mila utenti unici, con una contrazione del 1,9% (-691 mila visitatori), nonché del tempo speso in media (-7 minuti circa) rispetto a dicembre 2024. Specificamente, con circa 29 milioni e 885 mila utenti unici, quello de "La Repubblica" è risultato il sito (e relative applicazioni) maggiormente frequentato (+0,4% rispetto al traffico raggiunto a dicembre 2024), seguito da "Corriere della Sera" (24 milioni e 730 mila utenti, -9,8%) e "TGCOM24" (18 milioni e 697 mila internauti, +7,8%).

L'analisi delle piattaforme *online* di *e-commerce* evidenzia, con 39 milioni e 213 mila utenti unici registrati a dicembre 2025, un incremento di 439 mila visitatori a fronte di una contrazione del tempo speso (-19 minuti) rispetto allo stesso mese del 2024. Nel dettaglio, ai primi posti si collocano i siti e le applicazioni di *e-commerce* di proprietà di Amazon, con 36 milioni e 678 mila utenti unici (in crescita del 1,5% rispetto a dicembre 2024), seguite da Temu (PDD Holding) con 22 milioni e 853 mila utenti (+34%) e da eBay che ottiene 15 milioni e 444 mila visitatori (-5,4%).

Passando ai portali e *communities* che offrono in maniera prevalente contenuti generati dai propri membri, fra cui i siti e applicazioni di *social network*, con oltre 39 milioni e 271 mila utenti unici raggiunti nel dicembre 2025, si evidenzia un incremento su base annua dei visitatori (+212 mila soggetti) che, tuttavia, hanno dedicato minore tempo alla navigazione (21 ore e quasi 39 minuti, in contrazione di circa 1 ora rispetto a dicembre 2024). Limitando l'analisi ai servizi di *social networking*, ai primi posti si riscontrano le piattaforme riconducibili al gruppo META: Facebook con 36,2 milioni di utenti, registra una lieve crescita del 0,8% rispetto ai valori di dicembre 2024, Instagram con 33 milioni e 619 mila visitatori risulta anch'essa in crescita del 3% su base annua. Anche TikTok (Gruppo Bytedance) con oltre 24 milioni di visitatori registra nel confronto con dicembre 2024 una crescita (+5,5%); inoltre, incrementi degli utenti unici si riscontrano per LinkedIn (14,1 milioni di visitatori, +1,6%) e Reddit (11,8 milioni di soggetti; +38,1%). Tutte le altre piattaforme mostrano dinamiche negative: Pinterest (-0,9%), X (precedentemente denominato Twitter, -17,2%); Snapchat (-2,5%); Tumblr (-24,3%); e VK (-17,1%).



AUTORITÀ PER LE
GARANZIE NELLE
AGCOM COMUNICAZIONI

Con riferimento all'andamento degli utenti unici delle piattaforme che offrono servizi di *video on demand* (VOD) esclusivamente a pagamento, allo scorso dicembre, con 15 milioni e 824 mila navigatori unici, si riscontra una crescita dei visitatori raggiunti nel dicembre 2024 (+279 mila, +1,8%). In media, nel 2025, Netflix, con 8,5 milioni di utenti unici registra un incremento dei visitatori medi registrati nel 2024, +3,3%). Segue Amazon Prime Video i cui siti e applicazioni sono stati consultati da 7,2 milioni di visitatori medi (in crescita del +0,6% sugli utenti medi del 2024), Disney+ che raggiunge 3,7 milioni di internauti (+0,9%), Dazn, visitato da 2,3 milioni di utenti unici (in crescita del 6,2%) e, infine, Now (Sky), con visitatori unici medi pari a 1,3 milioni (-2,5%).

Il tempo complessivo di navigazione sui principali siti di *streaming* video che offrono servizi esclusivamente a pagamento, a dicembre 2025, raggiunge quasi i 46 milioni di ore, in crescita rispetto al dicembre 2024 (+20,2%).

L'analisi delle ore complessivamente trascorse dai navigatori sulle diverse piattaforme nel 2025 consente di osservare andamenti disomogenei per i principali operatori. Nel dettaglio, mentre Amazon, Disney+ e Now/sky registrano una costante dinamica crescente (la prima da circa 62 milioni di ore complessive registrate nel 2021 passa a 93 milioni di ore dedicate dagli utenti nel 2025, la seconda da 19 a 43 milioni di ore e la terza da 2,8 a 29 milioni di ore nello stesso periodo); il tempo dedicato alla consultazione dei siti e applicazioni di Netflix dopo un trend in contrazione fino al 2024 registra una crescita su base annua (due ore in più nel 2025, +0,6%). Diversamente Dazn, con oltre 5 milioni di ore spese dagli utenti nel 2025 risulta in contrazione, sia rispetto al 2024 (-37,5%) sia rispetto al 2021(- 326,9%).

Le piattaforme di *video on demand* (VOD) che offrono servizi gratuiti, con 35 milioni e 280 mila navigatori unici raggiunti lo scorso dicembre, risultano in lieve crescita rispetto agli utenti registrati a dicembre 2024 (+0,3%).

Al riguardo, a dicembre 2025, si sottolinea come tra le piattaforme VOD gratuite, quelle maggiormente visitate in termini sia di utenti unici medi mensili che di tempo speso sono risultate News Mediaset Sites, che ottiene 21,4 milioni di visitatori per una media di 9 minuti ciascuno, RaiPlay che raggiunge 8,2 milioni di soggetti, con 68 minuti medi di fruizione e Sky Sport che registra 8,1 milioni di utenti per almeno 5 minuti.

Il tempo di navigazione complessivamente dedicato a questa tipologia di siti, lo scorso dicembre, è stato di quasi 26 milioni di ore, in contrazione del 3,3% a distanza di 12 mesi. In termini di tempo



medio di fruizione, la consultazione dei siti e applicazioni di tali piattaforme supera i 44 minuti, in contrazione di circa 1 ora, rispetto a dicembre 2024.

Key data – Piattaforme

Siti - Utenti unici (mln) nel mese							Variazione %	
	cfr slide	dic-21	dic-22	dic-23	dic-24	dic-25	'25/'24	'25/'21
Principali operatori	2.12	44,6	43,8	44,3	44,7	44,0	-1,6	-1,4
Informazione generalista	2.13	37,0	38,0	37,7	37,2	37,9	+1,9	+2,5
E-Commerce	2.14	36,5	38,3	39,0	38,8	39,2	1,1	7,5
Social network	2.15	38,0	38,6	39,2	39,1	39,3	0,5	3,5
VOD a pagamento	2.16	16,4	14,9	15,1	15,5	15,8	1,8	-3,6
VOD gratuiti	2.18	35,7	36,9	35,4	35,2	35,3	0,3	-1,3

Fonte: elaborazioni Agcom su dati Audicom-Sistema Audiweb e Comscore

SERVIZI DI CORRISPONDENZA E CONSEGNA PACCHI (SERVIZI POSTALI)

Nel settore postale, la dinamica dei **ricavi** nel corso del 2025 delle principali imprese presenti sul mercato registra una crescita del 3,6% rispetto al 2024, raggiungendo un valore di poco superiore agli 8,8 miliardi di euro. I servizi di consegna pacchi (comprensivi di quelli nazionali e transfrontalieri, inclusi o meno nel servizio universale) hanno registrato un incremento del 5,4%, mentre i servizi di corrispondenza (rientranti o meno nel servizio universale) mostrano nel complesso una riduzione del 3,3%.



Tra i primi, il valore di quelli domestici (con mittente e destinatario nel territorio nazionale) è risultato di poco inferiore ai 5,00 miliardi di euro, e mostra un incremento del 4,4%, mentre i servizi di consegna pacchi transfrontalieri (con mittente nazionale e destinatario estero, o viceversa) crescono del 7,5%, con ricavi che superano i 2,2 miliardi di euro.

Tra i servizi di corrispondenza, quelli non inclusi nel Servizio Universale hanno registrato un valore di poco superiore a 814 milioni di euro, con una crescita del 2,1% su base annua, mentre quelli inclusi, pari a poco meno di 600 milioni, si sono ridotti del 6,2%. I servizi di notifica registrano una riduzione dell'11,1% rispetto al 2024, attestandosi su di un valore di 289 milioni.

Guardando alla composizione del settore per tipologia di servizio, durante il 2025, i ricavi da servizi di consegna di pacchi sono pari, nel complesso, a poco più dell'80% delle risorse complessive mentre continua la lenta riduzione dei servizi di corrispondenza compresi nel Servizio Universale (scesi al 6,7%).

Dal lato dei **volumi**, nel corso del 2025 i pacchi consegnati hanno quasi raggiunto 1,2 miliardi di consegne (+5,9% rispetto al 2024), di cui l'85,7% con mittente e destinatario nazionali in crescita del 4,9% su base annua e quelli transfrontalieri in crescita del 12,6%.

I volumi dei servizi di corrispondenza, in media, mostrano una flessione del 7,3%; una riduzione del 5,6% si registra per i servizi inclusi nel servizio universale e di poco meno dell'8,0% per quelli esterni a tale perimetro. I volumi dei servizi di notifica di atti giudiziari, invece, mostrano una riduzione leggermente superiore, pari al 9,2% rispetto a quanto registrato nel corso del 2024.

Sulla base delle dinamiche sopra illustrate, i **ricavi unitari medi** dei servizi di corrispondenza mostrano, su base annua, una crescita del 4,3%, determinata soprattutto dai servizi non inclusi nel Servizio Universale (+10,9%). Allo stesso tempo, quelli relativi ai servizi di consegna dei pacchi nazionali e internazionali hanno fatto segnare flessioni, rispettivamente dello 0,5% e del 4,6%.

Il **quadro concorrenziale** del settore, nel suo complesso (servizi di corrispondenza e di consegna pacchi, rientranti o meno nel servizio universale) conferma il Gruppo Poste Italiane quale principale operatore con una quota complessiva del 32,8% (in riduzione di 0,7 punti percentuali su base annua); seguono Amazon (con il 16,4%), BRT (con il 12,8%), DHL (10,0%), UPS (9,0%) e GLS (8,5%).

Guardando all'assetto competitivo delle singole componenti del mercato, il gruppo Poste Italiane domina il settore dei servizi di corrispondenza con una quota del 95,0%.



Il segmento dei pacchi si caratterizza per una più accentuata dinamica concorrenziale: i principali operatori risultano Amazon ed il Gruppo Poste Italiane, il primo con una quota del 20,3% (in crescita di 1,2 punti percentuali su base annua), il secondo con il 18,0%, seguiti da BRT con il 15,9%, DHL (12,4%), UPS (11,1%) e GLS (10,6%).

In relazione alle direttrici geografiche, nel segmento relativo a mittente e destinatario nazionali (rappresentativo del 68% del mercato dei pacchi nel 2025), Amazon detiene il 29,6%, il Gruppo Poste Italiane il 24,9% e BRT il 18,8%. Nel segmento transfrontaliero, UPS risulta il principale player (30,0%), seguito da DHL (28,7%) e da FedEx-TNT (21,1%).

Key data – Servizi di corrispondenza e consegna pacchi (valori cumulati 12 mesi)

		Var. %						
	cfr. slide	2021	2022	2023	2024	2025	'25/'24	'25/'21
Ricavi (mln. di €)								
Corrispondenza	3.4	1.800	1.744	1.726	1.759	1.701	-3,3	-5,5
Pacchi	3.4	5.921	6.225	6.572	6.799	7.163	5,4	21,0
Totale	3.4	7.722	7.969	8.298	8.558	8.864	3,6	14,8
Volumi (mln. di unità)								
Corrispondenza	3.8	2.301	2.128	1.972	1.863	1.728	-7,3	-24,9
Pacchi	3.8	929	971	1.062	1.131	1.199	5,9	29,0

Fonte: elaborazioni e stime Agcom su dati aziendali

Roma, 14 maggio 2026