**III.6.1.1A - Evoluzione dei mercati delle telecomunicazioni tra realtà e prospettive**

Sotto il profilo della concorrenzialità del settore, nelle telecomunicazioni di rete fissa, si conferma il trend di riduzione della quota di mercato dell’operatore incumbent che, nel corso dell’ultimo anno, scende dal 45% al 43% sul totale delle linee e dal 42% al 41% nel segmento servizi broadband retail. Tale andamento è accompagnato da una riduzione dei livelli di concentrazione, come confermato dagli indici Herfindahl-Hirschman Indexes - HHI (indice di concentrazione del mercato calcolato come somma dei valori al quadrato delle quote di mercato di ciascun gruppo societario).

In particolare, la riduzione della quota degli accessi complessivi di TIM è determinata dall’avanzare del processo di sostituzione di servizi di accesso fisso solo voce con servizi broadband e ultrabroadband da parte della clientela finale (nel segmento di mercato solo voce, la quota di TIM risulta storicamente più elevata della quota dei servizi a banda larga, per tale ragione la quota degli accessi totali va a ridursi, a differenza della quota di mercato dei servizi a banda larga ed ultra-larga, in sostanziale stabilità).

La più lieve diminuzione della quota di mercato di TIM relativa ai servizi a banda larga ed ultra-larga, invece, è attribuibile alla crescita nella vendita di servizi a banda ultra-larga erogati su infrastrutture FWA ed FTTH.

Nei mercati all’ingrosso, in generale, si osserva anche per il 2021 una crescita della domanda dei servizi di accesso wholesale di TIM di tipo NGA, (+11%), grazie anche alla riduzione dei prezzi all’ingrosso previsto dalla delibera n. 348/19/CONS per il triennio 2019-2021. Tale dinamica dei prezzi ha garantito adeguati incentivi a tutti gli operatori interessati ad incrementare la copertura geografica delle proprie offerte NGA, determinando una sostituzione più rapida dei servizi legacy tradizionali sulla rete in rame (-29%), stante la crescente richiesta degli utenti finali di servizi di accesso fisso con performance migliori. La crescita dei volumi wholesale NGA di TIM, meno marcata rispetto al 2020 (+11% contro + 21% del 2020); si spiega con l’aumento significativo (+20%) dell’offerta dei servizi erogati su reti alternative (FTTH ed FWA) a quella di TIM.

Le dinamiche sopra descritte mostrano un avanzamento del processo di infrastrutturazione attraverso soluzioni in fibra e, quindi, un miglioramento della qualità delle reti e un evidente progresso della concorrenza infrastrutturale a livello wholesale, grazie alla presenza di nuovi operatori attivi nell’offerta di servizi FTTH e FWA.

In tale contesto, favorito anche dagli sviluppi tecnologici, AGCOM ha adottato una regolamentazione di tipo pro-concorrenziale volta a incoraggiare, in maniera neutrale, gli investimenti nelle reti NGA da parte di tutti gli operatori, garantendo una maggiore flessibilità al ricorrere di determinate condizioni (delibera n. 385/21/CONS). Il processo di ammodernamento delle infrastrutture si riflette anche nei livelli di copertura delle reti NGA con una crescita delle unità immobiliari raggiunte da reti NGA (pari al 97%, contro il 93% dell’anno precedente), e un aumento delle linee in fibra (FTTC, FTTH) e FWA, pari a circa il 78% delle linee complessive.

La rete mobile raggiunge sostanzialmente tutta la popolazione con valori superiori al 99%. A fronte dei livelli di copertura raggiunti dalle reti NGA fisse e mobili, la penetrazione dei relativi servizi presso gli utenti finali appare ancora piuttosto contenuta, come mostrano le percentuali di diffusione delle linee con velocità superiore a 30Mps e superiore a 100 Mbps sul totale delle linee broadband, che si collocano su valori pari, rispettivamente, al 15% circa e 62% circa.

Si registra, comunque, un incremento significativo delle linee con velocità superiore a 100 Mbps, che passano da circa 52% nel 2020 a circa 62% nel 2021.

Il quadro complessivo della diffusione dei servizi di accesso a banda larga e ultra-larga resta caratterizzato comunque da differenze territoriali nel Paese di carattere strutturale. Il livello dei prezzi dei servizi fornisce una chiara indicazione dei benefici derivanti dalla regolamentazione e dall’aumento della concorrenza e del miglioramento del benessere consumatore. Gli indici dei prezzi dei diversi servizi al dettaglio - servizi di base di rete fissa, servizi di connettività fissa e di connettività mobile - sono tutti, da anni, ben al di sotto dell’indice generale dei prezzi (l’indice in tabella assume valori inferiori a 1), a eccezione di quelli dei servizi di accesso alla rete fissa (poco al di sopra), denotando un’evoluzione positiva della quale beneficiano gli utenti finali.

Nel quadro di una sostanziale stabilità e di una complessiva accessibilità dei prezzi dei servizi retail, sostenute dalla regolamentazione nei mercati all’ingrosso e dalle dinamiche concorrenziali nei mercati al dettaglio, l’Autorità continua la sua azione a tutela degli utenti in materia di qualità dei servizi.

Nell’ambito del servizio universale, in particolare, si registra il rispetto degli standard di qualità da parte di TIM e lo scostamento positivo crescente tra obiettivi fissati e risultati raggiunti, evidenziato dall’andamento dell’indice di qualità globale (IQG).

Sulla rete mobile, invece, le campagne di test effettuate nell’ambito dei progetti speciali per la qualità della rete confermano il miglioramento delle prestazioni dei servizi 4G di accesso a Internet soprattutto in termini di velocità di download, che ha registrato un importante incremento nell’ultimo anno.

Restano naturalmente le problematiche di ordine contrattuale tra utenti e operatori con un’elevata percentuale di controversie risolte con accordo, sia presso AGCOM (circa 83%) sia presso i Co.re.com. (circa 74%). All’esito di tali attività, ai consumatori è stato restituito quest’anno, tra rimborsi e indennizzi, una cifra superiore ai 13 milioni di euro, che rappresenta evidentemente un vantaggio economico diretto derivante dalla presenza del Regolatore nel settore.

L’intervento del Regolatore a tutela degli utenti interessa anche numerosi altri ambiti, sui quali, quest’anno, l’Autorità ha concentrato particolarmente la sua attenzione e che nel futuro rivestiranno prevedibilmente una crescente importanza: la tutela degli utenti, in tema di neutralità della rete, le prestazioni delle reti e la qualità dei servizi erogati da media digitali, la protezione dei minori rispetto ai rischi del cyberspazio, il servizio uni-versale, con le nuove previsioni del Codice, le misure per i consumatori con disabilità, la tutela del diritto degli utenti a fruire degli eventi di interesse sociale secondo standard determinati.

Su tali ambiti occorre che il Regolatore continui a rafforzare il proprio presidio, ponendo in essere nuove ed efficaci regole a protezione della concorrenza e della promozione degli investimenti nelle infrastrutture di rete, che restano obiettivo prioritario non solo dell’Autorità, ma anche delle politiche pubbliche nazionali ed europee per la transizione digitale dell’economia e della società.

*Le dinamiche del settore*

L’attenuarsi della pandemia, con i connessi effetti macroeconomici positivi (PIL nominale +7,2%, consumi delle famiglie + 7,1%) non ha fermato la progressiva erosione delle risorse del settore, che registrano nel 2021, seppure in misura attenuata rispetto al 2020, una ulteriore flessione del 2,8% su base annua. In lieve flessione anche gli investimenti (-0,7%).

Tale flessione è ascrivibile principalmente al calo delle risorse della rete mobile, il cui valore - oggi pari a 12,44 miliardi di euro - appare ridotto del 4,6%, mentre i servizi di rete fissa - con un valore complessivo pari a 15,4 miliardi di euro - mostrano una riduzione maggiormente contenuta (-1,3%).

Continua, in tal modo, il processo di progressiva riduzione del rapporto tra le risorse del comparto e le principali grandezze macroeconomiche (PIL, spesa delle famiglie, investimenti), che, nel corso dell’ultimo anno, registra il valore più basso dell’intero periodo 2017-2021.

Ciononostante, il dinamismo competitivo del settore resta elevato sia per effetto dei processi di consolidamento tra operatori di medie dimensioni (Qcom-Intred, Brennercom-Retelit, Linkem-Tiscali), sia in virtù dell’ingresso nella rete fissa di nuovi attori di rilevante peso economico quali PostePay, Iliad e Sky.

Aumentano gli abbonati broadband su rete fissa di oltre 500mila unità (18,7 milioni a fine anno), con gli accessi che utilizzano le tecnologie VDSL, FTTH e FWA cresciuti di oltre 1,9 milioni di unità (14,6 milioni di linee).

Continua anche la crescita del traffico dati sia nella rete fissa (+19%) che in quella mobile (+30%). Nella telefonia mobile, sembra inoltre consolidarsi la propensione degli utenti ad adottare offerte low cost, il che favorisce in particolare la crescita della customer base degli operatori mobili virtuali, i cui ricavi sono aumentati in misura significativa.

Esaminando la parte dei ricavi ascrivibile alla spesa della clientela residenziale e affari, nel corso dell’ultimo anno si registra una flessione complessiva pari al 3,5%. Emergono tuttavia significative differenze a seconda della natura dei servizi: i ricavi della telefonia mobile mostrano una diminuzione del 4,4%, superiore a quella (2,7%) registrata per i ricavi della rete fissa, mentre, guardando separatamente alla clientela residenziale e a quella affari, si evidenzia una contrazione maggiore della prima rispetto alla seconda (-4,8% contro -1,3%).

Si conferma il progressivo ampliamento della differenza (1,33 mld di euro nel 2021) che, a partire dal 2018, vede la spesa complessiva degli utenti in servizi di rete fissa risultare progressivamente superiore a quanto osservato per i servizi su rete mobile.

Tale ultimo dato consegue dalla forte pressione competitiva esercitata sui prezzi, che vede coinvolti gli operatori storici (Mobile Network Operators - MNO), quelli entrati più di recente nel mercato come Iliad e gli operatori mobili virtuali (Mobile Virtual Network Operators - MVNO).

Per contro, i ricavi da rete fissa, pur caratterizzati da una forte pressione sui prezzi, beneficiano della progressiva diffusione della banda ultra-larga, laddove la garanzia di servizi con prestazioni migliori garantisce prezzi unitari nei canoni e oneri connessi alla sottoscrizione di abbonamenti broadband più elevati rispetto a quelli consentiti da accessi con prestazioni inferiori.

Nell’anno 2021, i ricavi da servizi wholesale sono rimasti sostanzialmente stabili (-0,2% rispetto al 2020), con la componente relativa alla rete fissa che mostra una crescita del 3,4%, e la componente di rete mobile in flessione del 5,9%, con un valore di poco superiore ai 2 miliardi di euro. Nel primo caso, l’aumento dei ricavi è conseguenza della crescita (superiore al 20%) degli introiti da canoni e contributi derivanti dalla diffusione di accessi ultrabroadband (Very High Digital Subscriber Line - VDSL e Fiber to the Home - FTTH in primo luogo); nel secondo, la flessione si deve, in particolare, alla riduzione delle entrate da servizi di terminazione per chiamate da altre reti nazionali fisse e mobili (-8%).

Gli investimenti in infrastrutture di rete si riducono dello 0,7%, per un totale di 50 milioni di euro. La diminuzione è pari all’1,4% nella rete fissa mentre, nella rete mobile, si osserva un modesto aumento (0,6%).

Gli investimenti dell’incumbent nel loro complesso hanno subito una contrazione (-7,9%), laddove per gli altri operatori si evidenzia una crescita media del 2,9%, con un incremento che sale al 13,6% con riferimento alla sola rete fissa, risultato in larga parte imputabile ai processi di infrastrutturazione necessari per l’offerta dei servizi ultrabroadband.

I processi di riorganizzazione aziendale hanno prodotto anche lo scorso anno una riduzione degli addetti diretti del settore, stimabile in circa 850 unità, per un totale di circa 57.600 addetti a fine anno.

Quanto sin qui descritto determina uno scenario competitivo in evoluzione in cui emerge una diminuzione della quota di TIM (41,2% rispetto al 42% del 2020, in calo dello 0,8%) e delle quote di Vodafone e Wind Tre (18,7% e 17,8% in calo rispettivamente dello 0,3% e dell’1%).

Se ne avvantaggiano soprattutto Fastweb, che, anche grazie alla progressiva integrazione dei servizi fissi e mobili, raggiunge una quota superiore al 10% (+0,8%), e Iliad (+0,6%), le cui offerte hanno raggiunto a fine anno 8,5 milioni di sottoscrizioni.

Il mercato delle comunicazioni elettroniche offre tuttavia opportunità anche a imprese di minori dimensioni che, nel 2021, arrivano a rappresentare l’8,9% del mercato, con un incremento di 0,4 punti percentuali su base annua. Tra queste, le imprese che offrono servizi in tecnologia Fixed Wireless Access (FWA) con un giro d’affari di poco inferiore ai 400 milioni di euro (+9,8%), e gli operatori mobili virtuali (MVNO) le cui attività valgono oggi più di 800 milioni di euro (+8,3%).

*I mercati di rete fissa*

Nel corso del 2021, i ricavi retail evidenziano una riduzione complessiva del 2,7%, seppur con risultati differenti nei diversi segmenti considerati: gli introiti da servizi dati non hanno mostrato variazioni di rilievo rimanendo costanti intorno ai 6,9 miliardi di euro, mentre quelli derivanti dai servizi voce hanno ulteriormente accentuato la propria condizione di marginalità (-16,2%) arrivando a rappresentare circa il 18% delle risorse del segmento di mercato in esame.

Tali tendenze sono dovute alla crescita degli abbonamenti broadband e ultrabroadband, la cui consistenza media ha raggiunto lo scorso anno 18,4 milioni (+3,0%), e in particolare alla progressiva diffusione di abbonamenti a servizi di accesso caratterizzati da maggiori velocità di connessione e con prezzi unitari superiori alla media. Al riguardo, si stima che i ricavi relativi a linee commercializzate per velocità pari o superiori a 100 Mbit/s siano cresciuti di oltre 650 milioni di euro (+18,8% rispetto al 2020), arrivando a rappresentare i 2/3 dei complessivi ricavi retail da collegamenti a larga banda.

L’emergenza pandemica, al termine della fase più critica, e le nuove necessità e modalità di comunicazione a essa associate hanno prodotto mutamenti strutturali accelerando processi in ogni caso già in atto da tempo: negli ultimi 10 anni, infatti, le linee broadband in rapporto a quelle complessive sono passate dal 62,4% del 2011 al 93,5% di fine 2021, e tra queste, quelle con maggiori velocità di connessione, vale a dire le linee Fiber to the Cabinet (FTTC) e Fiber to the Home (FTTH), sono passate dall’1,3% del 2011 al 64,4% del 2021.

Anche a seguito della progressiva diffusione di servizi e contenuti offerti dalle piattaforme online e di forme di organizzazione del lavoro basate principalmente sul telelavoro, il traffico dati ha registrato nel tempo un incremento assai rilevante. Nel periodo 2017-2021 i volumi di traffico sono aumentati di circa il 150%, passando da 17.700 a oltre 44.200 petabyte; dopo la rilevante crescita del 2020 (+46% rispetto al 2019), nel corso del 2021 si è registrato un ulteriore aumento del traffico (+15,9% rispetto al 2020), mentre i consumi unitari mensili per linea broadband sono più che raddoppiati, passando da 96,6 gigabyte del 2017 a quasi 210 nel 2021.

Guardando all’attuale situazione della diffusione dei servizi a larga banda sul territorio italiano, a fine 2021 gli accessi broadband e ultrabroadband residenziali e affari hanno raggiunto 18,7 milioni di unità, equivalenti a 31,7 linee ogni 100 abitanti. Più in dettaglio il rapporto in questione è pari a 24,4 linee per 100 abitanti per le connessioni commercializzate con capacità maggiori di 30 Mbit/s, (20,4% nel 2020), ed a 19,5 linee per 100 abitanti con riguardo alle linee con velocità superiori a 100 Mbit/s (15,6% nel 2020).

Rimangono, come già evidenziato nelle precedenti relazioni annuali, significative differenze territoriali nella penetrazione di tali servizi. Si evidenzia, in generale, un divario strutturale tra le diverse macro-regioni considerate con il Nord-Ovest e il Centro in cui la diffusione degli accessi con velocità maggiori di 100 Mbit/s è superiore rispetto alla media nazionale, a fronte delle aree del Sud e delle Isole che si pongono su valori decisamente inferiori.

Considerando solo la diffusione delle tecnologie qualitativamente migliori in termini di velocità di connessione (linee VDSL, FTTH e FWA), tale divario si acuisce ulteriormente, come confermato anche dal ranking delle 10 province rispettivamente con maggiore e minore diffusione, tra le famiglie, della banda ultra-larga. Le evidenze illustrate mostrano ancora una volta la necessità di integrare le politiche di offerta (c.d. technology-push) con interventi dal lato della domanda (c.d. demand-pull), anche in considerazione degli indirizzi strategici che dovranno essere implementati in tema di assegnazione delle risorse da erogare con il Piano nazionale di ripresa e resilienza (PNRR) per garantire il necessario passo in avanti in termini di servizi disponibili a tutte le fasce della popolazione italiana (studenti, lavoratori, anziani).

Dal punto di vista geografico, la distribuzione territoriale delle linee secondo le tecnologie di accesso in fibra (FTTH), su rete mista rame-fibra (FTTC), nonché su rete mista radio (FWA), mostra evidenze di particolare interesse, anche in riferimento ai modelli di business adottati dalle principali imprese presenti sul mercato.

In generale, considerando il complessivo aggregato delle tecnologie sopra menzionate, è possibile osservare una competizione crescente. A fine 2021, infatti, TIM, a fronte di una quota del 41,4% di linee broadband e del 51,6% in termini di spesa complessiva degli utenti, evidenzia una percentuale del 35,6% di linee composte dalle tecnologie VDSL, FWA e FTTH, con una presenza che tende ad aumentare nel Centro (39,5%) e nel Meridione (36,7% nel Sud e 38,0% in Sicilia e Sardegna), per motivi di presenza storica, grazie in particolare all’offerta di linee VDSL. Vodafone presenta una diffusione maggiormente uniforme sul territorio italiano, con quote crescenti oltre la media nel segmento FTTH nel Sud e nelle Isole, ed un’offerta di servizi FWA che tende a rafforzarsi. Fastweb si conferma quale maggiore operatore FTTH (24,3% a livello nazionale), in un contesto di crescente competizione con TIM, Wind Tre e Vodafone, tutte con quote superiori al 20% su base nazionale. In particolare, TIM risulta particolarmente presente nel Centro Italia (36,7%) e Wind Tre nel Sud (27,6%) e nelle Isole (28,8%). Linkem ed Eolo si confermano quali principali operatori nel segmento FWA, il primo con una presenza rilevante nel Sud e nelle Isole; il secondo nell’Italia settentrionale.

Tuttavia, il recente ingresso di altri grandi player (TIM e Vodafone lo scorso dicembre rappresentavano oltre il 18% delle linee retail ) porterà con ogni probabilità a un graduale riassetto degli scenari competitivi in questo segmento di mercato. In termini di valore, i servizi broadband e ultrabroadband hanno sfiorato, nel 2021, quota 6,2 miliardi di euro, con TIM primo operatore, con il 33,0% (-1,4% rispetto al 2020), seguito da Fastweb con il 27,9% (+0,7% rispetto al 2020).

Nel complesso, con riferimento ai ricavi generati dalla spesa complessiva di famiglie e imprese per servizi da rete fissa, l’operatore TIM, anche se in decisa flessione, detiene ancora una quota superiore al 50%. Cresce di 1,1 punti percentuali Fastweb che rafforza la propria posizione di secondo operatore di rete fissa.

Considerando i rapporti competitivi per tipologia di utenza, si conferma anche nel 2021 una maggiore concentrazione nel segmento residenziale rispetto a quello affari, con i primi 4 operatori che rappresentano poco più del 90% del mercato. Nel segmento affari, dove sono maggiormente presenti operatori di medie dimensioni, va evidenziata la crescita di Fastweb (+1,4%) che arriva a superare il 23%.

*I mercati di rete mobile*

Nel 2021, le risorse complessive generate dai servizi retail di rete mobile hanno conosciuto una flessione media del 4,4%, attestandosi su un valore pari a 10,42 miliardi di euro pur con risultati notevolmente differenti a seconda delle componenti considerate. Il fatturato da servizi voce mostra un leggero aumento (+2%), mentre quello da servizi dati evidenzia un’accentuata flessione (-8,8%). Anche gli introiti derivanti da vendite, da parte degli operatori, di terminali e di altri device, hanno registrato una contrazione pari al 7,5% rispetto al 2020.

Si tratta di risultati legati in larga parte alla perdurante pressione competitiva esercitata sul comparto dalla crescita, seppur con minore intensità, degli abbonati di Iliad e, almeno con riferimento ai primi mesi dello scorso anno, alle residue limitazioni che hanno caratterizzato la quotidianità degli italiani, anche in termini di spesa, dopo la fase più acuta dell’emergenza sanitaria.

In dettaglio, nel 2021, il consumo di servizi voce, nonostante la crescita del traffico registrata lo scorso anno da Iliad a seguito della consistente crescita della propria customer base (+26%) evidenzia, una leggera flessione rispetto al 2020 (-3,3%), pur superando ampiamente i 200 miliardi di minuti. Tale variazione, in parte determinata dalla riduzione delle linee “human”, è anche il risultato del calo del traffico vocale unitario medio mensile (-2,4%), dovuto al sempre maggiore utilizzo (soprattutto per le coorti demografiche giovanili) di soluzioni di messaggistica online.

Il consumo di servizi dati, nonostante un consistente rallentamento nella crescita delle SIM degli utenti che effettuano traffico dati (la cui consistenza media annua è valutabile per il 2021 in 56,8 milioni, +0,5% rispetto al 2020), è aumentato del 26,6% con un traffico unitario mensile di circa 12,5 gigabyte per SIM. L’utilizzo degli SMS, progressivamente sostituito da analoghe forme di comunicazione messe a disposizione da piattaforme online, pur in presenza di una ulteriore flessione dei relativi ricavi, ha visto un marginale aumento dei volumi (da 5,6 a 6,1 miliardi), quale risultato della crescita con ogni probabilità, degli SMS Application to Person (A2P) dovuta al maggiore utilizzo di tale servizio quale strumento di garanzia di una maggiore sicurezza delle postazioni di lavoro da remoto.

Continua, anche se in misura meno accentuata che in passato, la crescita delle SIM Machine to Machine - M2M che, a fine 2021, superano i 28 milioni di unità, con applicazioni concentrate principalmente (per oltre 90%) nei settori della mobilità e delle utilities.

Un tema di specifico interesse, per comprendere, in particolare sotto il profilo della profittabilità aziendale, le dinamiche competitive del settore delle comunicazioni mobili riguarda l’andamento dei ricavi medi unitari (c.d. Average Revenue per User - ARPU).

Nel 2021, si confermano, nella sostanza, le tendenze già illustrate nella scorsa relazione annuale: il ricorso - anche se in alcuni casi con minore intensità - a soluzioni a elevato consumo di dati (per didattica e lavoro a distanza, streaming video, ecc.) e un più intenso utilizzo di applicazioni di comunicazioni online in sostituzione dei servizi voce tradizionali, che hanno continuato a produrre un aumento dei volumi di dati, mentre si registra una rilevante pressione competitiva sui prezzi finali.

Specularmente, l’analisi degli introiti unitari per tipologia di servizi evidenzia un aumento marginale dei ricavi unitari per minuto di traffico dovuto sostanzialmente agli effetti della crescita della customer base dell’operatore entrato più di recente nel mercato (con relativo aumento sia degli introiti che dei volumi di traffico), e un drastico calo dei ricavi unitari degli SMS (-6,4%) perlopiù dovuto alla crescita (dopo dieci anni di continua riduzione) dei volumi complessivi.

La riduzione dei ricavi e il contestuale aumento dei volumi relativi al traffico dati hanno prodotto una riduzione dei ricavi per gigabyte di circa il 30% (da 55 a 40 centesimi di euro per gigabyte).

Il mercato della telefonia mobile si conferma altamente concentrato dal punto di vista concorrenziale. Tre operatori (TIM, Vodafone e Wind Tre), con quote tra loro relativamente simili (intorno al 30%), rappresentano poco meno del 90% del mercato. Va tuttavia osservato come, nel corso del 2021, Vodafone e Wind Tre abbiano perso nel complesso il 2,2% a favore di Iliad e degli MVNO (2,9% se si considera il solo segmento residenziale).

I dati evidenziano come il mercato abbia rivolto particolare attenzione alle offerte low cost, segmento maggiormente presidiato dai medi e piccoli operatori. Con riguardo agli operatori mobili virtuali (MVNO), infatti, si evidenzia nel complesso un aumento non marginale del fatturato (+8,3%) con un giro di affari arrivato a superare gli 800 milioni di euro.

I tre principali operatori di questo specifico mercato (Poste Mobile, Fastweb e CoopItalia) fanno riferimento a tre specifici modelli di business: il primo incentrato sull’integrazione con i servizi finanziari, il secondo sui servizi di telefonia su rete fissa e il terzo sul brand e la capillarità nella grande distribuzione. Con riguardo alle quote di mercato nei due segmenti voce e dati, Vodafone rimane l’operatore principale nel segmento voce (37,2%), seguito da TIM (23,4%), con una tendenza per entrambi in diminuzione, mentre crescono Wind Tre (22,7%) e soprattutto Iliad (6,6%). Nei servizi dati TIM (33,8%) supera Wind Tre (31,9%), in diminuzione insieme a Vodafone.