

## 2. I mercati delle comunicazioni in Italia

Con riguardo al quadro competitivo dell'accesso diretto alla rete fissa, Telecom Italia si attesta su base nazionale – come già osservato – a circa il 65%, ma con una marcata differenziazione geografica (Tabella 2.19).

Le quote di mercato

**Tabella 2.19.** Accessi alla rete fissa – Quote di mercato (dicembre 2012, in %)

	Telecom Italia	Fastweb	Wind	BT Italia	Tiscali	Vodafone Italia	Altri	Totale
Piemonte	64,7	8,9	13,5	0,4	1,5	9,9	1,0	100
Valle d'Aosta	74,7	6,0	6,9	0,1	0,6	11,0	0,6	100
Lombardia	61,4	11,9	11,5	0,6	1,8	10,9	1,8	100
Trentino A.A.	78,4	3,5	6,5	0,2	0,5	9,9	1,1	100
Veneto	72,6	4,3	9,2	0,3	0,8	11,0	1,7	100
Friuli V.G.	73,2	4,8	10,1	0,2	1,4	9,5	0,7	100
Liguria	58,8	13,0	13,5	0,3	1,6	11,8	0,9	100
Emilia-Romagna	68,7	8,2	10,8	0,4	1,4	9,6	0,9	100
Toscana	71,3	6,2	10,5	0,4	1,7	8,8	1,2	100
Umbria	72,7	5,5	8,6	0,2	0,6	7,7	4,7	100
Marche	73,6	5,5	9,1	0,2	1,0	8,4	2,1	100
Lazio	56,1	12,9	17,4	0,4	2,6	9,2	1,4	100
Abruzzo	69,0	8,3	10,5	0,2	1,0	9,4	1,6	100
Molise	74,8	3,7	10,6	0,3	0,4	9,6	0,7	100
Campania	58,4	8,9	22,5	0,2	0,8	7,7	1,4	100
Puglia	57,8	6,8	21,7	0,2	0,6	9,5	3,3	100
Basilicata	77,8	5,0	6,6	0,2	0,8	8,6	1,0	100
Calabria	75,4	2,4	10,1	0,1	1,3	8,5	2,1	100
Sicilia	62,9	5,3	18,2	0,2	1,5	10,2	1,8	100
Sardegna	61,3	2,8	7,3	0,2	18,8	8,3	1,2	100
<b>ITALIA</b>	<b>64,6</b>	<b>8,3</b>	<b>13,5</b>	<b>0,3</b>	<b>1,9</b>	<b>9,7</b>	<b>1,6</b>	<b>100</b>
<i>Principali Comuni</i>	41,1	23,6	22,5	0,8	2,5	8,4	1,2	100
<i>Nord Ovest</i>	62,1	11,2	12,2	0,5	1,7	10,7	1,5	100
<i>Nord Est</i>	71,6	5,9	9,7	0,3	1,1	10,2	1,2	100
<i>Centro</i>	64,1	9,4	13,6	0,4	2,0	8,9	1,7	100
<i>Sud e Isole</i>	62,7	6,3	17,5	0,2	2,5	8,9	1,9	100

Fonte: elaborazioni e stime dell'Autorità su dati aziendali

Come già illustrato nelle scorse Relazioni, alcune condizioni strutturali (la mancanza di rilevanti centri urbani e un quadro orografico prevalentemente montuoso) sono storicamente alla base di una posizione di mercato di Telecom Italia significativamente elevata in alcune regioni (come nel caso del Trentino Alto Adige (78,4%), della Basilicata (77,8%), della Calabria (75,4%) o della Valle d'Aosta (74,8%)), regioni tutte caratterizzate da una penetrazione della rete fissa inferiore alla media nazionale. Parallelamente, è nelle regioni dove sono presenti i maggiori centri urbani che Telecom Italia vede ridurre sensibilmente la propria quota di mercato, come ad esempio nel caso della Campania (58,5%) e del Lazio (56,1%).

di Telecom Italia

D'altro canto, i risultati degli operatori concorrenti sono legati a percorsi strategici focalizzati al rafforzamento della rispettiva proposta commerciale nelle grandi aree urbane. Nel caso di Fastweb, il valore medio nazionale dell'8,3% è nettamente superato in Lombardia, Liguria e Lazio, dove sono registrate quote ben superiori al 10%.

e degli operatori concorrenti.

Relazione annuale sull'attività svolta e sui programmi di lavoro

2013

Wind (13,5% su scala nazionale) raggiunge quote di mercato superiori al 20% in alcune regioni del Mezzogiorno (Puglia, Campania) e si colloca intorno al 18% nel Lazio e in Sicilia. La quota di mercato di Vodafone (di poco inferiore al 10% su base nazionale) tende a distribuirsi in modo relativamente uniforme sul territorio, con una contenuta differenziazione su base regionale, i cui estremi sono dati dal 7,7% della Campania e dell'Umbria, e dall'11,8% registrato in Liguria.

Le evidenze relative ai principali comuni e aree metropolitane confermano una situazione concorrenziale più vivace rispetto alle zone meno densamente abitate, con Telecom Italia che detiene una quota di mercato (di poco superiore al 40%), ben inferiore al dato medio registrato dall'operatore su scala nazionale, e Wind e Fastweb che si collocano entrambe nettamente oltre il 20%<sup>81</sup>.

Il grado di infrastrutturazione

Considerando l'insieme delle tecnologie di rete in grado di garantire i servizi a banda larga, a fine 2012 è stimabile un livello di copertura pari al 98,8% della popolazione.

Circa 3,3 milioni di cittadini e circa 200 mila unità locali di imprese e istituzioni possono collegarsi a banda larga esclusivamente attraverso il ricorso alle tecnologie satellitari<sup>82</sup>. Con la disponibilità dei satelliti geostazionari di nuova generazione, tali tecnologie rappresentano, in ogni caso, una soluzione coerente con gli obiettivi nazionali che si prefiggono di garantire un accesso universale ai servizi a banda larga sull'intero territorio.

La copertura netta dei servizi di connettività di base (ad almeno 2 Mbps), a fine 2012 è rimasta pressoché invariata rispetto al 2011. Per quanto riguarda invece il livello di copertura dei servizi ADSL2+ (fino a 20 Mbps), la copertura è aumentata in modo considerevole, raggiungendo il 70% della popolazione telefonica, rispetto al 64% rilevato alla fine del 2011.

L'analisi sui 156 principali distretti industriali dimostra, inoltre, come i dati di infrastrutturazione di base siano in linea con il contesto nazionale, mentre le differenze crescono in modo significativo per le tecnologie ADSL2+, con un valore di 8 punti più basso del valore medio nazionale.

Dal lato delle tecnologie radio, gli operatori di rete mobile hanno investito nell'*upgrade* dei servizi *broadband* da rete mobile (HSPA), offrendo alla clientela finale prestazioni nominali fino a 42 Mbps, con una copertura di quest'ultima che ha raggiunto circa l'80% della popolazione e oltre 4.000 comuni. Nel complesso, la copertura netta dei servizi mobili ha superato il 96% della popolazione, con un elevato livello di sovrapposizione con la copertura assicurata dai servizi ADSL su rete fissa. Allo stesso tempo, gli operatori *wimax* hanno proseguito lo sviluppo delle proprie reti, la cui copertura ha raggiunto a fine 2012 quasi un terzo della popolazione italiana.

Dal punto di vista delle prestazioni effettivamente disponibili in sede d'utente occorre ricordare come la situazione rimanga molto eterogenea, in funzione delle diverse condizioni infrastrutturali e, in particolare, della distanza tra l'area di centrale e l'utente finale. È pertanto stimabile che, a fine 2012, la velocità media di *download* su rete fissa abbia superato i 5 Mbps con un incremento rispetto al 2011 pari al 5%, mentre il valore medio misurato sulla rete mobile risulta ancora largamente inferiore (Fonte: Between, Osservatorio Banda Larga, aprile 2013).

Il Piano nazionale per la banda larga

Nel panorama europeo l'Italia si posiziona all'undicesimo posto della classifica europea sul grado di copertura delle reti a banda larga. In questo contesto, il Piano Nazionale per la Banda Larga presentato dal Ministero dello sviluppo economico (MiSE) intende garantire la connettività a banda larga ad almeno 2 Mbps a tutti i cittadini. A

81 Nei dati comunali non sono compresi gli accessi WiMax.

82 Fonte: Between, Osservatorio Banda Larga, aprile 2013.

## 2. I mercati delle comunicazioni in Italia

tale fine, verranno messe a disposizione fra il 2013 e il 2014 ulteriori risorse pubbliche (sia comunitarie che nazionali) per un ammontare complessivo pari a circa 350 milioni di euro, a cui si aggiungerà una quota di cofinanziamento privato da parte degli operatori di telecomunicazione che parteciperanno agli interventi.

Dal punto di vista tecnologico, è previsto il ricorso a diverse soluzioni (fibra ottica, rame, *wireless*, mobile, satellite), con diversi modelli di intervento: dalla realizzazione di infrastrutture di *backhauling*, di proprietà pubblica, per il collegamento delle aree in *digital divide*, al finanziamento di progetti di investimento, presentati da operatori di telecomunicazione al fine di favorire la diffusione dei servizi a banda larga nelle aree in *digital divide*, con particolare riferimento alla rete di accesso. Sono previste altresì forme di sostegno diretto agli utenti, ubicati nelle aree rurali e marginali, per l'acquisto di terminali.

Attraverso il Piano Nazionale per la Banda Larga, l'Italia dovrebbe poter raggiungere, sebbene in lieve ritardo rispetto alla scadenza indicata dall'Unione europea (100% della copertura entro il 2013), l'obiettivo intermedio fissato dell'Agenda Digitale in materia di copertura dei servizi a banda larga.

Con riferimento allo sviluppo della banda ultra larga, lo scenario di medio periodo (2013-2015) si può riassumere nel seguente modo.

Per la rete fissa sono stati avviati progetti sia in architettura FTTC (*Fiber To The Cabinet*) che FTTH (*Fiber To The Home*). A fine aprile 2013, i servizi in fibra erano disponibili in 13 città, con una copertura della popolazione pari a circa il 10%. Telecom Italia e Fastweb realizzeranno le proprie reti prevalentemente in architettura FTTC, mentre i progetti di Metroweb Italia e quelli realizzati nella Provincia Autonoma di Trento privilegeranno l'architettura FTTH.

Per quanto concerne invece i servizi di quarta generazione mobile (LTE), alla fine di aprile i comuni raggiunti dal servizio risultano essere 69, per una copertura della popolazione di circa il 20%. Entro la fine del 2015 i comuni raggiunti saranno invece nell'ordine di diverse centinaia, per una copertura della popolazione che sarà superiore al 50%.

A fronte di questi progetti degli operatori privati, Stato e Regioni stanno avviando i primi interventi di infrastrutturazione a banda ultra larga sul territorio, sperimentando diversi modelli di *partnership* pubblico-privato.

In particolare, il Progetto Strategico per la Banda Ultra Larga del MiSE prevede interventi per il cablaggio in fibra ottica, non in sovrapposizione rispetto agli investimenti privati, con l'utilizzo di fondi pubblici come leva per accelerare gli investimenti degli operatori. Il progetto prenderà avvio dal Mezzogiorno, grazie alle risorse rese disponibili dal Piano di Azione Coesione, che ammontano a quasi 400 milioni di euro (per Basilicata, Calabria, Campania, Molise, Sicilia), con un'ulteriore quota di cofinanziamento che verrà dagli operatori di telecomunicazioni.

In altre regioni, invece, sono in cantiere alcuni interventi autonomi a regia regionale o provinciale, come nel caso della Provincia Autonoma di Trento, che ha avviato la realizzazione di una rete a banda ultra larga per coprire il proprio territorio entro il 2018, attraverso la costituzione di una società a capitale misto pubblico-privato (Trentino NGN). Allo stesso tempo, la Regione Sardegna si è posta l'obiettivo di costruire un'infrastruttura in fibra ottica passiva attraverso la predisposizione di cavidotti in concomitanza con i lavori per la realizzazione della rete di metanizzazione. Infine, la Regione Lombardia ha avviato una serie di sperimentazioni sul proprio territorio per la realizzazione di infrastrutture di accesso in fibra ottica su porzioni di territorio che vedono un'alta concentrazione di imprese.

Come è noto, le condizioni orografiche e l'ampiezza demografica degli aggregati urbani rappresentano fattori primari che contribuiscono alla diffusione dei servizi *broadband*, in quanto influiscono sugli investimenti infrastrutturali e sulla redditività atte-

I progetti  
NGN delle  
imprese,

dello Stato  
e delle Regioni.

Relazione annuale sull'attività svolta e sui programmi di lavoro

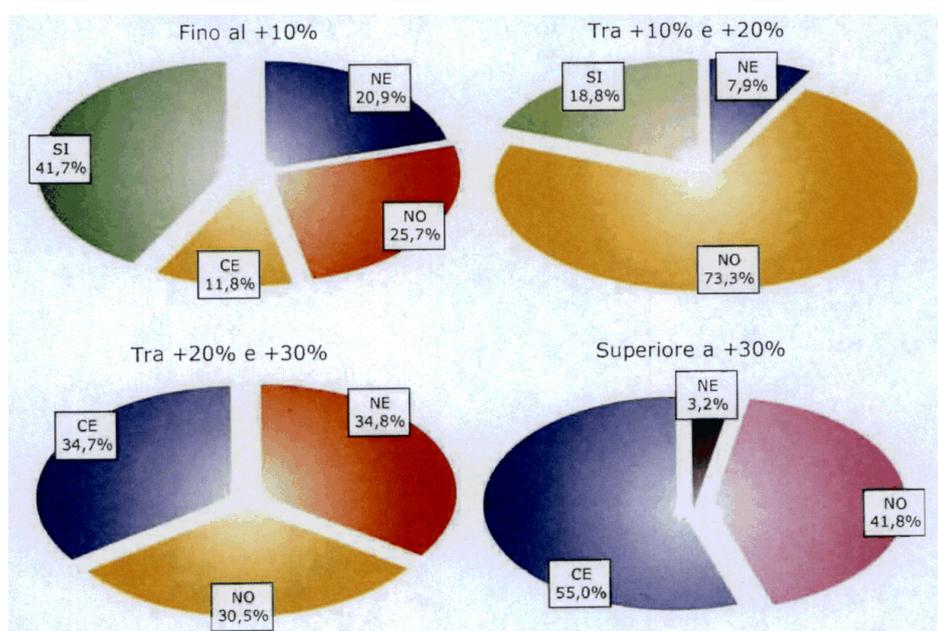
2013

La penetrazione della banda larga nelle macroaree regionali

sa. Al riguardo, le figure 2.12 e 2.13 illustrano, per macroarea regionale, la differenziazione dei tassi di penetrazione della larga banda secondo differenti classi di valori divergenti (in positivo e negativo) dalla media nazionale<sup>83</sup>.

Nel primo caso (diffusione maggiore del valore medio nazionale) emerge, come nello scorso anno, una forte prevalenza delle province del Centro-Nord, mentre nessuna provincia del Sud registra una penetrazione superiore del 20% rispetto al valore medio nazionale. In altri termini, meno del 20% della popolazione del Mezzogiorno vive in province con un tasso di penetrazione superiore alla media nazionale, mentre il 90% della popolazione che risiede in aree caratterizzate da una penetrazione superiore alla media nazionale appartiene alle regioni centro-settentrionali. Di converso, se si guarda alle province con minore diffusione della larga banda, queste appartengono soprattutto al Sud, con oltre l'80% se si guarda al caso delle province con una penetrazione inferiore di oltre il 30% della media nazionale. Con riferimento alle province aventi come capoluogo i maggiori comuni italiani, queste mediamente segnano una penetrazione di poco superiore al 30%, che però mostra una divaricazione compresa tra valori che si collocano intorno al 23% per Palermo e Catania, per arrivare a poco meno del 35% per Roma, mentre Milano segna un valore di poco superiore al 36%.

**Figura 2.12.** Individui residenti nelle province con diffusione broadband maggiore della media nazionale (dicembre 2012, %)



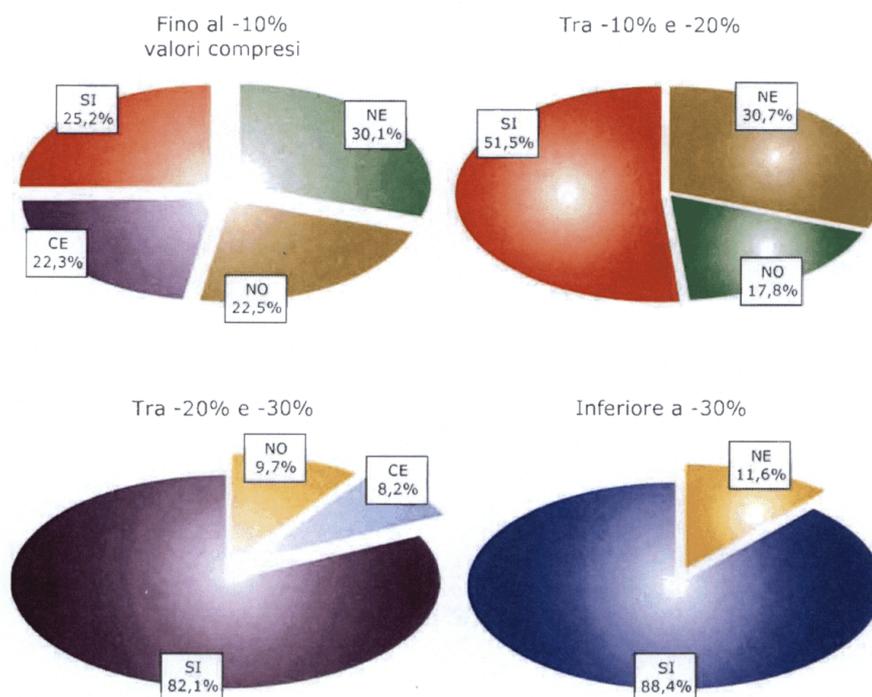
Legenda macroaree regionali: SI (Sud e Isole) = Abruzzo, Basilicata, Calabria, Campania, Molise, Puglia, Sardegna, Sicilia; CE (Centro) = Marche, Lazio, Umbria, Toscana; NE (Nord-Est) = Friuli V.G., Emilia Romagna, Trentino A.A., Veneto; NO (Nord-Ovest) = Liguria, Lombardia, Piemonte, Valle d'Aosta.

Fonte: elaborazioni e stime dell'Autorità su dati Istat, Telecom Italia, Fastweb, ed operatori WiMax

<sup>83</sup> L'elaborazione è condotta, su base provinciale, con una popolazione di riferimento su base nazionale pari a 59,4 milioni. Sono inclusi gli accessi DSL *retail* di Telecom Italia, gli accessi wholesale ULL, *virtual ULL*, *shared access*, *bitstream*, gli accessi in fibra di Fastweb e quelli WiMax di Aria, Linkem, Mandarin, e WaveMax. Con il perimetro di riferimento così definito, pertanto, la penetrazione a livello nazionale della larga banda al 31 dicembre 2012 risulta pari al 24,87%.

## 2. I mercati delle comunicazioni in Italia

■ **Figura 2.13.** Individui residenti nelle province con diffusione broadband inferiore alla media nazionale (dicembre 2012, %)



Fonte: elaborazioni dell'Autorità su dati, Istat, Telecom Italia, Fastweb ed operatori WiMax

Con riferimento alla diffusione degli accessi a larga banda<sup>84</sup> sul territorio, nel complesso oltre il 43% delle famiglie<sup>85</sup> dispone di una linea *broadband*, con differenziazioni anche accentuate a seconda della dimensione territoriale considerata (Tabella 2.20). Si evidenziano pertanto valori superiori alla media nel caso del Lazio (54,6%), della Campania (48,7%) e della Lombardia (47,1%), mentre Basilicata, Calabria e Molise si attestano su valori mediamente compresi tra il 30 ed il 35% circa.

84 Gli accessi a larga banda sono costituiti da quelli xDSL di Telecom Italia e, per gli OLO, oltre che da quelli "unbundling dati", "bitstream" e "fibra" coerentemente con l'attuale struttura della reportistica comunitaria in materia, anche da quelli *virtual ULL* e WiMax.

85 Il numero delle famiglie italiane considerato è relativo al 31 dicembre 2011 ed è quello pubblicato dall'Istat, di diretta derivazione censuaria. Pertanto, i dati non sono omogenei con quanto indicato nella Relazione annuale dello scorso anno (cfr. nota 42, pag. 95).

Relazione annuale sull'attività svolta e sui programmi di lavoro

2013

**Tabella 2.20.** Accessi a larga banda (dicembre 2012, % delle famiglie)

Piemonte	40,3	Molise	30,5
Valle d'Aosta	37,4	Campania	48,7
Lombardia	47,1	Puglia	42,2
Trentino-Alto Adige	38,6	Basilicata	32,3
Veneto	39,8	Calabria	34,9
Friuli-Venezia Giulia	40,6	Sicilia	41,0
Liguria	43,4	Sardegna	39,6
Emilia-Romagna	42,3	<b>ITALIA</b>	<b>43,9</b>
Toscana	44,4	<i>Principali Comuni</i>	63,2
Umbria	40,5	<i>Nord Ovest</i>	44,7
Marche	44,6	<i>Nord Est</i>	40,8
Lazio	54,6	<i>Centro</i>	49,0
Abruzzo	38,5	<i>Sud e Isole</i>	41,9

Fonte: elaborazioni e stime dell'Autorità su dati aziendali

I servizi  
broadband  
presso le  
imprese

Come già ricordato nella scorsa Relazione, la misurazione della diffusione dei servizi *broadband* presso le imprese risulta di non agevole valutazione, in quanto la peculiare struttura occupazionale delle imprese italiane spesso nasconde una sostanziale coincidenza tra impresa e dimensione familiare. I dati sulla diffusione presso l'utenza *business* sono pertanto basati sui dati relativi a 4,829 milioni di "unità locali d'impresa", dove il 94,5% di esse hanno una dimensione compresa tra 1 e 9 addetti, mentre la dimensione media non supera i 3,6 addetti<sup>86</sup>. Ciò premesso, si stima che la diffusione degli accessi *broadband* presso la clientela affari si collochi poco oltre il 50% su base nazionale e quasi il 63% nei grandi centri urbani.

Ovviamente, la diffusione della larga banda risulta assai differenziata a seconda della dimensione dell'impresa. Al riguardo, si stima che poco meno del 92% delle imprese con almeno 10 addetti utilizzi connessioni in banda larga su rete fissa<sup>87</sup>.

I servizi  
broadband  
presso le  
famiglie

Analogamente agli accessi complessivi alla rete fissa, nella successiva Tabella 2.21 viene fornito, su base regionale, un quadro dell'assetto concorrenziale relativo agli abbonati dei servizi *broadband* dei principali operatori.

Su base nazionale, la quota di mercato di Telecom Italia a fine 2012 risulta mediamente pari al 51,6%, con risultati particolarmente rilevanti in Calabria (66,1%), Trentino Alto Adige (66,9%), Basilicata (66,2%), mentre in Sardegna, Liguria, Puglia e Lazio si colloca intorno al 44%<sup>88</sup>.

Allo stesso tempo viene confermato il processo di consolidamento – già evidenziato nella scorsa Relazione – dei principali OLO (Vodafone, Wind e Fastweb) che nel

86 Fonte: Istat "Struttura e dimensioni delle unità locali delle imprese - 2010", ed. 27 dicembre 2012. Si precisa inoltre che "una unità locale corrisponde a un'impresa o a una parte di un'impresa situata in una località topograficamente identificata. In tale località, o a partire da tale località, una o più persone svolgono (lavorando eventualmente a tempo parziale) delle attività economiche per conto di una stessa impresa [...]. L'impresa plurilocalizzata, pertanto, è un'impresa che svolge le proprie attività in più luoghi, ciascuno dei quali costituisce un'unità locale dell'impresa".

87 Istat, "Le tecnologie dell'informazione e della comunicazione nelle imprese, anno 2012", 18 dicembre 2012, pag. 2.

88 La leggera discrepanza con quanto indicato nella figura 2.10 è dovuta a una non perfetta omogeneità delle tipologie di accesso considerate. In questo caso, ad esempio, non sono incluse, data la loro marginalità, le linee *shared access*, mentre nei dati richiesti per la reportistica europea sono inclusi anche accessi con altre tecnologie minori.

## 2. I mercati delle comunicazioni in Italia

complesso, a fine 2012, rappresentano il 42% del mercato (contro il 40,7% di fine 2011). Fastweb, in un contesto di complessiva crescita della propria quota di mercato, conferma il particolare dinamismo nei principali comuni italiani, dove è valutabile una quota di mercato media intorno al 33%, valore che risulta superiore a quanto stimabile per Telecom Italia (intorno al 30%). Wind, che rispetto allo scorso anno vede crescere di alcuni decimali la propria quota di mercato, ottiene risultati particolarmente rilevanti in Puglia (27%), Campania (25,5%) e Sicilia (22,2%). Con riguardo, infine, a Vodafone, da una parte rimane l'operatore alternativo con maggiore uniformità territoriale della propria quota di mercato, ma allo stesso tempo nel 2012 appare in lieve flessione, sia a livello nazionale che in termini di dimensione comunale.

**Tabella 2.21.** Accessi a larga banda - Quote di mercato (dicembre 2012, in %)

	Telecom Italia	Fastweb	Wind	BT Italia	Tiscali	Vodafone Italia	Altri	Totale
Piemonte	49,7	14,6	16,5	0,9	2,8	13,2	2,2	100
Valle d'Aosta	62,4	10,1	8,5	0,3	1,7	15,7	1,3	100
Lombardia	47,2	18,1	13,3	1,1	3,2	13,7	3,4	100
Trentino A.A.	66,9	5,9	8,9	0,6	1,1	14,4	2,2	100
Veneto	59,0	7,4	12,1	0,8	1,8	15,5	3,3	100
Friuli V.G.	60,2	8,2	13,2	0,6	3,0	13,3	1,5	100
Liguria	43,3	20,4	16,5	0,7	2,8	14,3	2,0	100
Emilia-Romagna	54,4	13,4	13,3	1,0	2,7	13,4	1,9	100
Toscana	59,5	9,9	13,2	0,9	3,0	11,2	2,3	100
Umbria	59,5	9,2	11,2	0,5	1,4	10,1	8,1	100
Marche	63,2	8,7	11,5	0,6	1,8	10,5	3,6	100
Lazio	44,9	18,5	18,9	0,8	4,0	10,3	2,6	100
Abruzzo	56,6	13,6	12,8	0,7	2,1	11,4	3,0	100
Molise	59,2	7,9	16,0	0,8	1,2	13,1	1,7	100
Campania	49,4	12,4	25,5	0,4	1,3	8,5	2,5	100
Puglia	44,2	10,5	27,0	0,4	1,3	10,9	5,7	100
Basilicata	66,2	9,4	8,3	0,5	1,8	11,6	2,1	100
Calabria	66,1	4,5	12,2	0,4	2,4	10,6	3,8	100
Sicilia	52,0	8,1	22,2	0,5	2,6	11,4	3,2	100
Sardegna	43,9	4,4	8,1	0,5	30,0	11,0	2,2	100
<b>ITALIA</b>	<b>51,6</b>	<b>12,9</b>	<b>16,3</b>	<b>0,7</b>	<b>3,3</b>	<b>12,1</b>	<b>3,0</b>	<b>100</b>
<i>Nord Ovest</i>	47,5	17,4	14,4	1,0	3,1	13,7	2,9	100
<i>Nord Est</i>	57,9	9,8	12,4	0,8	2,2	14,3	2,5	100
<i>Centro</i>	52,5	14,1	15,8	0,8	3,3	10,6	3,0	100
<i>Sud e Isole</i>	50,9	9,6	21,1	0,4	4,2	10,4	3,4	100

Fonte: elaborazioni e stime dell'Autorità su dati aziendali

Passando alla spesa complessiva di famiglie e imprese nella rete fissa (Tabella 2.22), nel 2012 la quota di mercato di Telecom Italia si attesta intorno al 61,2%, valore di poco inferiore a quanto fatto registrare nel 2011. Il peso di Wind e Fastweb cresce complessivamente di oltre 1 punto, a scapito di BT Italia (-0,4) Vodafone (-0,1) e Tiscali (-0,2).

In merito al quadro concorrenziale nel segmento dell'utenza residenziale, si osserva un recupero di Telecom Italia (+0,5%) e Wind (+0,3%) a scapito, in particolare, di

La spesa  
per servizi  
di rete fissa

Relazione annuale sull'attività svolta e sui programmi di lavoro

2013

Vodafone e Tiscali (entrambe -0,4%). Nel mercato affari risultati particolarmente brillanti sono ottenuti da Fastweb (+1,6%), che si rafforza ulteriormente quale secondo operatore nel settore, mentre Telecom Italia e BT Italia arretrano rispettivamente dell'1,8% e dello 0,6%.

**Tabella 2.22.** Spesa finale degli utenti per operatore (%)<sup>89</sup>

	Spesa utenti		- di cui residenziale		- di cui affari	
	2011	2012	2011	2012	2011	2012
Telecom Italia	61,7	61,2	63,4	63,9	60,0	58,2
Wind	9,0	9,4	14,3	14,6	3,2	3,5
Fastweb	10,0	10,7	7,5	7,5	12,7	14,3
BT Italia	5,3	4,9	0,0	0,0	11,1	10,5
Vodafone Italia	5,8	5,7	9,9	9,5	1,5	1,5
Tiscali	1,8	1,6	2,7	2,4	0,7	0,7
Altri	6,3	6,5	2,1	2,1	10,8	11,4
Totale %	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Totale (mld euro)	14,86	13,97	7,69	7,36	7,17	6,60

Fonte: elaborazioni e stime dell'Autorità su dati aziendali

Escludendo i ricavi derivanti dei servizi di accesso, il peso di Telecom Italia nei servizi commutati e a banda larga (Tabella 2.23) nel 2012 flette in misura marginale (-0,4), a poco meno del 52%. Allo stesso tempo, Wind e Fastweb crescono di alcuni decimali, e ampliano la crescita nel segmento affari rispettivamente di 0,9 e di 1,6 punti. Arretrano, in particolare nell'utenza residenziale, Tiscali (-0,2) e Vodafone (-0,6).

**Tabella 2.23.** Ricavi da servizi finali su rete commutata e a larga banda (%)<sup>90</sup>

	Totale		- di cui residenziale		- di cui affari	
	2011	2012	2011	2012	2011	2012
Telecom Italia	52,1	51,7	51,2	51,7	53,0	51,6
Wind	10,1	10,8	15,8	15,9	3,8	4,7
Fastweb	17,3	17,9	13,0	13,1	22,0	23,6
BT Italia	5,2	4,6	0,0	0,0	11,0	9,9
Vodafone Italia	8,3	8,2	13,7	13,1	2,4	2,4
Tiscali	3,0	2,9	3,8	3,6	2,1	2,1
Altri	4,0	3,9	2,5	2,5	5,6	5,7
Totale	100	100	100	100	100	100
Totale (mld euro)	7,68	7,24	4,04	3,91	3,64	3,33

Fonte: elaborazioni e stime dell'Autorità su dati aziendali

89 Si ricorda che le quote di mercato relative al 2011 (così come per i valori indicati nelle successive tabelle), a causa di alcune variazioni nelle metodologie di calcolo operate dalle imprese anche a seguito della mutata struttura delle informazioni richieste dall'Autorità alle imprese, di riclassificazioni e in altri casi per mutati perimetri di attività, non sono direttamente confrontabili con i corrispondenti valori presentati nella scorsa Relazione al Parlamento.

90 I ricavi da servizi su rete commutata includono traffico vocale locale, nazionale, internazionale, internet *dial up*, fisso-mobile e ricavi netti da chiamate verso numerazioni non geografiche. I ricavi da servizi a larga banda includono canoni, e servizi a consumo voce e date. Sono esclusi i canoni di accesso.

## 2. I mercati delle comunicazioni in Italia

L'aggregato rappresentato dai ricavi da accesso e dai soli servizi di fonia rappresenta il segmento di mercato più statico e meno incline all'innovazione, in cui il peso dei ricavi da accesso determina un assetto concorrenziale assai diverso rispetto ad altri perimetri considerati.

Nel caso in esame, in presenza di una consistente riduzione dei ricavi complessivi (-8,5%, vs il -6,0% medio della telefonia fissa) e di una contestuale riduzione del traffico, è evidente che il peso delle componenti di costo fisse (e quindi principalmente il canone d'accesso) tende a crescere (Tabella 2.24). Pertanto, la rimodulazione tariffaria effettuata da Telecom Italia a partire dal 1° luglio 2011 ha in parte contribuito all'aumento medio della quota di Telecom Italia di 0,4 punti, che si amplia a quasi 1 punto nel segmento residenziale, in cui nessuno tra i principali concorrenti considerati guadagna quote di mercato. Nel segmento affari ottiene risultati particolarmente lusinghieri Fastweb (+1,5)<sup>91</sup>.

**Tabella 2.24.** Distribuzione dei ricavi da servizi di fonia e accesso su rete commutata (%)

	Totale		- di cui residenziale		- di cui affari	
	2011	2012	2011	2012	2011	2012
Telecom Italia	73,1	73,5	71,5	72,4	75,4	75,3
Wind	9,5	9,6	14,9	14,4	2,0	2,1
Fastweb	3,5	3,8	1,3	1,0	6,5	8,0
BT Italia	4,5	3,9	0,0	0,0	10,9	9,9
Vodafone Italia	6,0	6,1	9,9	9,7	0,5	0,5
Tiscali	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2
Altri	3,2	3,0	2,3	2,3	4,4	4,0
Totale	100	100	100	100	100	100
Totale (mld euro)	7,19	6,58	4,21	3,98	2,98	2,60

Fonte: elaborazioni e stime dell'Autorità su dati aziendali

Con riferimento ai servizi a banda larga (Tabella 2.25), dove maggiormente intensa risulta la dinamica concorrenziale, va evidenziato come il valore del mercato *broadband* rispetto a quello relativo a fonia e canoni (tabella precedente) sia passato dal 61% del 2011 al 66% nel 2012, a conferma del progressivo declino dei servizi tradizionali.

**Tabella 2.25.** Distribuzione dei ricavi da servizi finali su rete a larga banda (%)

	Totale		- di cui residenziale		- di cui affari	
	2011	2012	2011	2012	2011	2012
Telecom Italia	42,3	42,2	39,6	40,9	45,5	43,9
Wind	12,2	13,2	18,8	19,5	4,5	5,7
Fastweb	26,3	26,3	20,2	20,0	33,5	33,9
BT Italia	1,8	1,7	0,0	0,0	3,9	3,7
Gruppo Vodafone	9,0	8,3	13,1	12,1	4,1	3,8
Tiscali	4,3	3,9	6,2	5,6	1,9	1,7
Altri	4,2	4,4	2,1	2,0	6,7	7,3
Totale	100	100	100	100	100	100
Totale (mld euro)	4,36	4,37	2,37	2,38	2,00	1,99

Fonte: elaborazioni e stime dell'Autorità su dati aziendali

91 L'importo del canone base per categorie B e C è passato da 13,40 a 13,75 euro mensili con un aumento del 2,6%.

Relazione annuale sull'attività svolta e sui programmi di lavoro

2013

Telecom Italia vede flettere in misura del tutto marginale (-0,1) il proprio peso. Tale risultato è determinato, da un lato, dal recupero conseguito nel segmento residenziale (+1,3) e, dall'altro lato, dalla perdita registrata nel segmento *business* (-1,6), dove particolarmente aggressive si mostrano Fastweb (+0,4) ma soprattutto Wind (+1,2).

### **Rete mobile**

La spesa  
per servizi di  
comunicazione  
personale

Nei mercati della comunicazione personale in mobilità prosegue, con intensità maggiore rispetto al 2011, la flessione della spesa complessiva finale (-2,3%) (Tabella 2.26). Rispetto allo scorso anno, gli introiti da servizi vocali subiscono una netta riduzione, pari all'8,7%, e si osserva un marcato rallentamento nella crescita dei servizi dati (+1,6%, valore che si confronta con un aumento dell'8,6% dello scorso anno)<sup>92</sup>. La netta crescita degli "altri ricavi" è dovuta soprattutto al considerevole aumento della vendita di *device*, grazie alla diffusione degli *smartphone* e dei *tablet*, che ovviamente mostrano dei prezzi unitari più elevati.

Con un incremento delle vendite intorno al 40% rispetto ai valori del 2011, e a fronte di un aumento del 21% del complessivo valore delle vendite di *handset* sul mercato italiano da parte di tutti i canali distributivi, si stima che il peso degli operatori mobili nella vendita di *handset* nel 2012 sia in aumento. Appare di interesse evidenziare come lo scorso anno gli operatori mobili abbiano intermediato circa il 30% del valore complessivo delle vendite di *handset* in Italia (Fonte: IDC Italia, aprile 2013).

**Tabella 2.26.** Spesa degli utenti per tipologia di servizi (miliardi di euro)

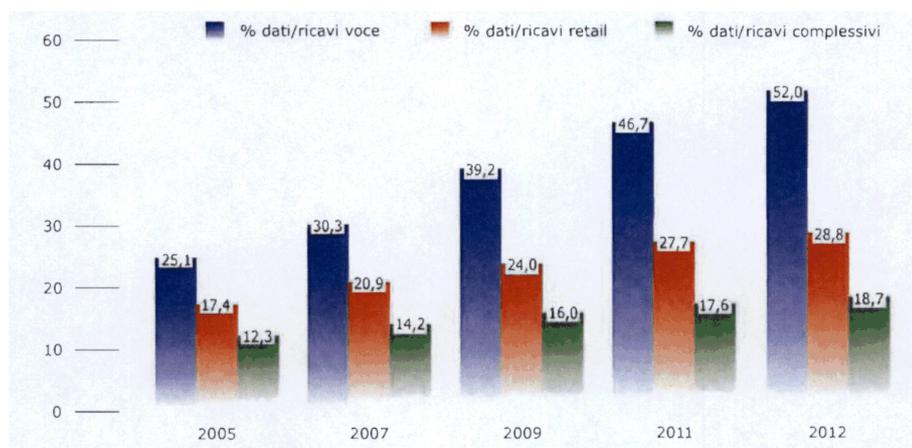
	2011	2012	Var. %
Servizi voce	9,95	9,09	-8,7
Servizi dati	4,65	4,72	1,6
Altri ricavi	2,21	2,61	17,9
Totale	16,81	16,42	-2,3

Fonte: elaborazioni e stime dell'Autorità su dati aziendali

Anche se l'ammontare degli introiti da servizi dati non si è nella sostanza discostato da quello dello scorso anno, la flessione dei ricavi da servizi voce e da servizi intermedi ha determinato, nel 2012, una crescita del peso della componente dati sul fatturato complessivo della telefonia mobile (Figura 2.14). Nell'ultimo anno i ricavi dati hanno abbondantemente superato il 50% dei ricavi voce, e ormai rappresentano, considerando come perimetro di riferimento le risorse complessive e quelle *retail* del settore, rispettivamente quasi il 20 e il 30%.

<sup>92</sup> Si sottolinea la non completa omogeneità dei dati disponibili quest'anno rispetto a quelli trasmessi lo scorso anno, nel caso in questione dovuta – da parte di alcune imprese – a una diversa chiave di ripartizione dei canoni delle offerte bundle tra servizi voce, dati e terminali. Ciò ha comportato una riduzione gli introiti da servizi dati (da circa 4,9 vs 4,7 mld) a vantaggio di quelli voce passati da circa 9,7 a 9,9 mld.

## 2. I mercati delle comunicazioni in Italia

**Figura 2.14.** Ricavi servizi dati / ricavi voce, retail e complessivi (%)

Fonte: elaborazioni e stime dell'Autorità su dati aziendali

Il traffico vocale (Tabella 2.27) risulta in crescita anche nel 2012 (+6,0% contro il +9,6% dello scorso anno), ma è da evidenziare come per la prima volta, causa anche la continua flessione degli accessi di rete fissa e la crescita delle famiglie *mobile only*, il traffico verso le postazioni fisse subisca una leggera contrazione (-0,9%).

Allo stesso tempo si segnala come, al contrario del *trend* registrato negli ultimi anni, si possa osservare una crescita delle chiamate *off-net* superiore a quelle *on-net*, fenomeno probabilmente dovuto all'ulteriore diminuzione dei prezzi di terminazione delle chiamate, nonché all'aumento della *customer base* degli MVNO. Conseguentemente risulta in lieve flessione anche la componente *on-net* dei ricavi sia voce che da sms (Tabella 2.28), che rimane comunque superiore al 58%.

**Tabella 2.27.** Traffico voce nella telefonia mobile (miliardi di minuti)

	2011	2012	Var. %
Rete fissa	14,9	14,8	-0,9
Mobile on-net	81,2	83,7	3,2
Mobile off-net	30,3	35,3	16,6
Altre destinazioni	9,6	10,4	7,9
Totale	136,0	144,2	6,0

Fonte: elaborazioni e stime dell'Autorità su dati aziendali

**Tabella 2.28.** Componente on-net dei ricavi per chiamate vocali e sms-mms (% del totale)

	2011	2012
Voce	60,1	59,3
SMS/MMS	55,8	54,4
Media	59,1	58,2

Fonte: elaborazioni e stime dell'Autorità su dati aziendali

Relazione annuale sull'attività svolta e sui programmi di lavoro

2013

Di seguito è fornito un quadro sintetico dell'articolazione dei ricavi da servizi voce per direttrice (Tabella 2.29) e per tipologie di servizi dati (Tabella 2.30).

Gli introiti da servizi su rete mobile (che nel 2012 rappresentano circa il 74% del totale) subiscono una riduzione dell'8,5%, con una differenziazione tra i ricavi connessi alle chiamate *on-net* (-9,8%) rispetto a quelli *off-net* (-6,7%).

**Tabella 2.29.** Ricavi da servizi voce per direttrice (miliardi di euro)

	2011	2012	Var. %
Rete mobile	7,40	6,76	-8,5
- <i>on-net</i>	4,45	4,01	-9,8
- <i>off-net</i>	2,95	2,75	-6,7
Rete fissa	1,38	1,21	-11,8
Reti internazionali	1,18	1,11	-5,7
Totale	9,95	9,09	-8,7

Fonte: elaborazioni e stime dell'Autorità su dati aziendali

Con riguardo ai servizi dati, all'interno di una contenuta crescita degli introiti complessivi, si possono osservare due tendenze di segno contrapposto: la prima vede i ricavi da sms diminuire di oltre l'8%, mentre quelli legati alla fruizione di servizi *online* crescono di oltre il 12%. I risultati illustrati hanno pertanto consentito a questi ultimi di raggiungere il 53% dei ricavi (48% nel 2011) nel mercato considerato.

Da segnalare che iniziano ad affacciarsi sul mercato servizi dati innovativi quale ad esempio il *mobile payment* che, seppure in fase ancora embrionale, registra introiti stimabili in circa 50 milioni di euro nel 2012.

**Tabella 2.30.** Ricavi da servizi dati per tipologia (miliardi di euro)

	2011	2012	Var. %
SMS	2,19	2,00	-8,3
Accesso e navigazione internet	2,23	2,50	12,3
Altri servizi dati	0,23	0,22	-7,4
Totale	4,65	4,72	1,6

Fonte: elaborazioni e stime dell'Autorità su dati aziendali

La crescita dei ricavi da servizi dati è ovviamente legata alla progressiva diffusione di terminali (*smartphone* e *tablet*) avanzati, abilitati per la navigazione e per la fruizione di servizi su internet, e in primo luogo di quelli legati alla partecipazione a *social network*.

Il traffico dati  
su rete mobile

Ciò premesso, si possono stimare in oltre 32 milioni le sim che hanno effettuato traffico dati nel primo trimestre del 2013 (Figura 2.15)<sup>93</sup>, con una crescita del 36%

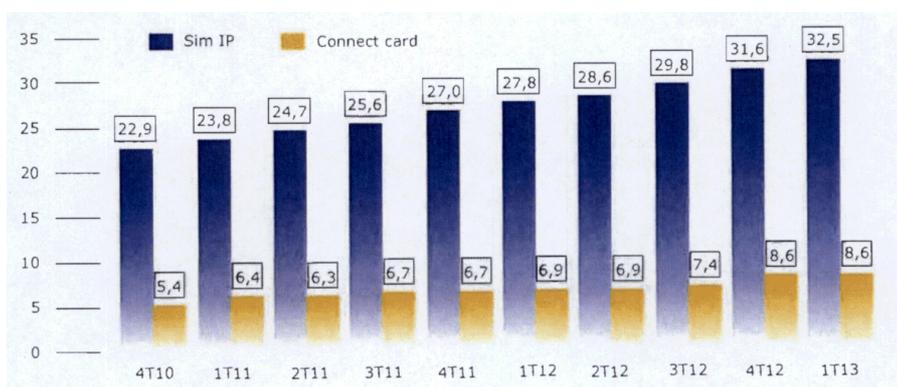
<sup>93</sup> In considerazione dei notevoli mutamenti metodologici adottati da parte delle imprese nel processo di quantificazione, i quali hanno portato a una non marginale disomogeneità nei valori ottenuti rispetto a quanto esposto lo scorso anno nella figura 2.14 di pag. 103, è stato ritenuto opportuno non riportare periodi temporali antecedenti al quarto trimestre 2010, ma di indicare l'arco temporale considerato nell'Osservatorio trimestrale di dicembre. Inoltre, da quest'anno - a differenza che in passato - i dati includono oltre alle consistenze degli MNO, anche quelli degli MVNO.

## 2. I mercati delle comunicazioni in Italia

rispetto al corrispondente trimestre del 2011 e del 17% circa rispetto al I trimestre 2012. Parallelamente, sono cresciute anche le sim "solo-dati" che hanno raggiunto gli 8,6 milioni.

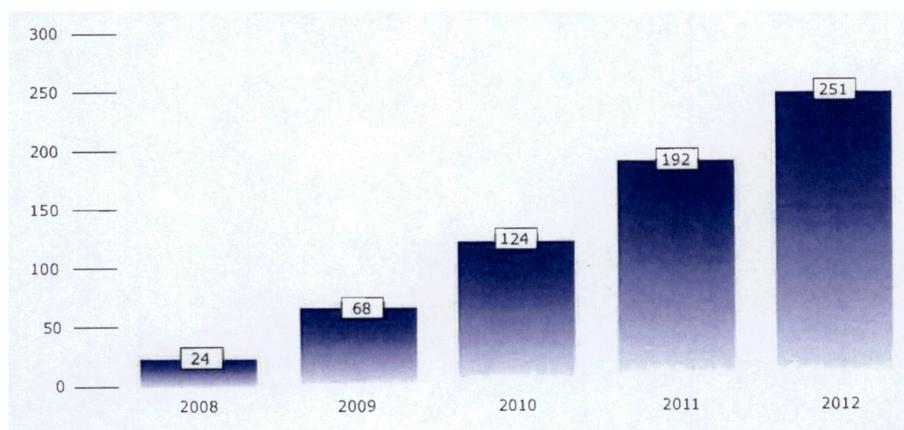
Allo stesso tempo i volumi di traffico dati veicolati dalle reti mobili (Figura 2.16) hanno superato i 250 *petabyte* (+31% rispetto al 2011) e risultano essere aumentati di oltre 10 volte rispetto al 2008.

■ **Figura 2.15.** Sim-dati e connect card (milioni)



Fonte: elaborazioni e stime dell'Autorità su dati aziendali

■ **Figura 2.16.** Traffico dati su rete mobile (*petabyte*)



Fonte: elaborazioni e stime dell'Autorità su dati aziendali

La spesa finale complessiva per sim (Tabella 2.31) nel corso del 2012 si è ridotta del 4,1%, a poco meno di 170 euro/anno. Tale andamento deriva da un'accentuata flessione dei ricavi voce e, per la prima volta, da una variazione anch'essa negativa (-0,3%) – seppur contenuta – nella spesa unitaria per servizi dati, che rimane intorno ai 49 euro/anno.

I ricavi unitari per SIM,

Relazione annuale sull'attività svolta e sui programmi di lavoro

2013

**Tabella 2.31.** Ricavi unitari per sim attiva (euro/anno)

	2011	2012	Var. %
Spesa finale complessiva	177,2	169,9	-4,1
Servizi voce	102,2	91,7	-10,3
Servizi dati	49,0	48,9	-0,3

Fonte: elaborazioni e stime dell'Autorità su dati aziendali

per user Gli introiti per user<sup>94</sup> si riducono in media del 2,3% (Tabella 2.32) e la flessione risulta in accelerazione rispetto al 2011. Analizzando le due componenti principali, i ricavi da servizi voce diminuiscono dell'8,6% e la spesa in servizi dati cresce dell'1,6%, attestandosi poco al di sotto dei 100 euro annui.

**Tabella 2.32.** Ricavi unitari per user (euro/anno)

	2011	2012	Var. %
Spesa finale complessiva	352,7	344,5	-2,3
Servizi voce	203,4	186,0	-8,6
Servizi dati	97,6	99,1	1,6

Fonte: elaborazioni e stime dell'Autorità su dati aziendali

La perdurante accesa competizione nel mercato, rafforzata anche dalla crescita degli MVNO (per i quali è valutabile in circa 900 mila l'incremento della customer base media) ha prodotto una forte flessione negli introiti unitari delle principali tipologie di servizi (Tabella 2.33).

e per comunicazione. In termini omogenei rispetto al 2011, i ricavi minutari delle chiamate vocali sono scesi a meno di 6,4 cent/minuto (-13,9%), gli sms "costano" il 15,2 % in meno mentre i ricavi unitari dei dati si riducono del 15,5%<sup>95</sup>.

**Tabella 2.33.** Ricavi unitari per comunicazioni voce, sms e dati

	2011	2012	Var. %
Conversazione voce (cent€/minuto)	7,41	6,38	-13,9
Invio SMS (cent€/messaggio)	2,46	2,09	-15,2
Traffico dati (€/GB)	12,81	10,83	-15,5

Fonte: elaborazioni e stime dell'Autorità su dati aziendali

94 I valori della tabella in esame sono stati calcolati avendo a riferimento il dato censuario della popolazione residente al 31.12.2011 (59,4 milioni) pubblicato dall'Istat (<http://dati.istat.it/?lang=it> estrazione del 26 aprile 2013). Poiché l'Istituto Nazionale di Statistica non ha ancora reso pubbliche serie storiche omogenee (nel dettaglio, relativamente a fine 2010 e fine 2012) in questa sede il numero di user del 2011 e del 2012 viene ipotizzato costante. In omogeneità metodologica con il passato, per assunzione gli user sono stimati nel 95% della popolazione con età compresa tra gli 11 e gli 80 anni. Pertanto il dato complessivo è stimato in 47,66 milioni, circa 0,5 milioni in meno rispetto a quanto valutato lo scorso anno.

95 In questa sede sono considerati i ricavi da mms ed altri contenuti generati da terminali d'utente, accesso e navigazione internet, servizi di mobile tv, altri servizi dati innovativi quali *mobile payments*, servizi interattivi con la Pubblica Amministrazione ecc.

## 2. I mercati delle comunicazioni in Italia

L'assetto competitivo del 2012 registra (Tabella 2.34) una non marginale flessione nella quota di mercato di Vodafone (-3,4 punti) a vantaggio di Wind (+0,7) e soprattutto di H3G (+2,8), mentre Telecom Italia torna a essere *market leader*, pur mostrando una lieve diminuzione della quota di mercato (-0,4), e gli MVNO arrivano a superare il 3% del mercato. È nel segmento residenziale che Vodafone accusa il calo maggiormente accentuato (-4) e Wind guadagna in entrambi i segmenti, mentre la crescita di H3G la porta non lontano dal 10% nel mercato residenziale ed al 14% in quello affari.

Le quote di mercato nel mobile

**Tabella 2.34.** Quote di mercato nella spesa finale per clientela (%)

	Spesa finale <sup>96</sup>		- di cui residenziali		- di cui affari	
	2011	2012	2011	2012	2011	2012
Telecom Italia	34,8	34,4	30,6	30,7	52,4	50,3
Vodafone	35,8	32,4	38,7	34,7	23,8	22,2
Wind	19,1	19,8	21,5	22,0	9,1	10,2
H3G	7,6	10,4	6,8	9,6	11,3	13,7
MVNO	2,6	3,1	2,5	2,9	3,4	3,7
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Totale (mld di euro)	16,81	16,42	13,57	13,35	3,24	3,07

Fonte: elaborazioni e stime dell'Autorità su dati aziendali

Guardando all'assetto competitivo del mercato per tipologia di operatore (MNO/MVNO) (Tabella 2.35), il quadro relativo agli operatori di rete conferma quanto già segnalato con riferimento alla precedente tabella, ma appare di interesse osservare, con riferimento agli MVNO, come il modello – adottato da Fastweb, BT Italia, Tiscali e Green ICN – fondato sull'integrazione dei servizi della rete fissa con quella mobile abbia nel 2012 mostrato segnali di saturazione, con un arretramento delle quote di mercato che, nel complesso, ha raggiunto il 4%.

**Tabella 2.35.** Spesa degli utenti – Quote di mercato per tipologia di operatore (%)

MNO	2011	2012	MVNO	2011	2012
Telecom Italia	35,7	35,4	Poste Mobile	52,4	55,8
Vodafone	36,8	33,4	Fastweb	17,0	16,7
Wind	19,6	20,4	BT Italia	12,7	9,1
H3G	7,9	10,7	Coop Italia	5,8	6,8
Totale	100,0	100,0	Daily Telecom	4,9	4,4
Totale (mld di euro)	16,37	15,92	Altri	7,2	7,2
			Totale	100,0	100,0
			Totale (mld di euro)	0,44	0,50

Fonte: elaborazioni e stime dell'Autorità su dati aziendali

96 Le quote di mercato relative al 2012, a causa di alcune variazioni nelle metodologie di calcolo e di riclassificazioni operate dalle imprese (ad eccezione di "3" tutte presenti sia nella telefonia fissa che mobile) non sono confrontabili con i corrispondenti valori presentati nella scorsa Relazione al Parlamento.

Relazione annuale sull'attività svolta e sui programmi di lavoro

2013

Continua invece a trovare il favore del mercato il *business model* basato sull'integrazione con i servizi postali e finanziari, con Poste Mobile, in un contesto di crescita degli introiti MVNO superiore al 13% che guadagna quasi 3,5 punti, arrivando non lontano dal raggiungere il 56% del segmento (e l'1,7% del mercato mobile complessivo).

La pressione concorrenziale ha portato a una riduzione dei ricavi unitari anche in questo segmento del mercato, con Arpu (*average revenue per user*) che sono passati dai 132 euro del 2011 ai 123 del 2012 (-7,3%) (valori calcolati sulla base clienti media annua).

Guardando in dettaglio ai servizi voce e dati (Tabella 2.36) per Vodafone si osserva una flessione media di poco superiore al 2%, che sfiora il 3% nel segmento affari, dove cresce di pari ampiezza Wind. H3G e gli MVNO ottengono risultati positivi (+0,8) nel segmento residenziale, mentre Telecom Italia osserva una marginale flessione in entrambi i comparti.

**Tabella 2.36.** Quote di mercato nei servizi voce e dati (%)

	Voce + dati		Servizi voce		Servizi dati	
	2011	2012	2011	2012	2011	2012
Telecom Italia	34,9	34,5	35,2	34,9	34,1	33,8
Vodafone	35,9	33,9	34,4	32,6	39,1	36,2
Wind	19,8	21,0	22,4	23,0	14,4	17,3
H3G	6,8	7,5	5,0	5,8	10,5	10,6
MVNO	2,6	3,2	2,9	3,7	1,9	2,1
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Totale (mld di euro)	14,60	13,81	9,95	9,09	4,65	4,72

*Nota: Rispetto alla spesa complessiva degli utenti (cfr. supra), sono indicate le quote relative ai soli servizi core dei gestori mobili (voce e dati), escludendo pertanto la componente "altri ricavi", ossia gli introiti derivanti dalla vendita di altri servizi e prodotti quali gli apparecchi ed altri terminali e accessori.*

*Fonte: elaborazioni e stime dell'Autorità su dati aziendali*

Nel 2012 le sim attive sono cresciute di oltre 900 mila unità, quale risultante di una flessione di pari ampiezza delle linee prepagate e di un contestuale aumento di oltre 1,8 milioni di quelle in abbonamento, di cui 1,4 milioni intestate a clienti residenziali (Tabella 2.37).

Le evidenze appena illustrate sembrano confermare quanto registrato lo scorso anno, e cioè che la crescita dei contratti in abbonamento (che hanno raggiunto quasi il 19% del totale) riflette le strategie di fidelizzazione della clientela con offerte *bundle* e testimonia il rilievo assunto, in un mercato saturo, dalla dinamica delle sim dati, in un contesto di forte crescita dei *device* dedicati (come ad esempio i *tablet*).

**Tabella 2.37.** Sim attive per tipologia di clientela e di contratto (in migliaia)

	Clientela residenziale		Clientela affari		Totale	
	2011	2012	2011	2012	2011	2012
Linee attive	83.534	84.059	12.507	13.213	96.041	97.271
- di cui prepagate	78.617	77.754	1.120	1.057	79.737	78.811
- di cui postpagate	4.917	6.305	11.388	12.156	16.304	18.461

*Fonte: elaborazioni dell'Autorità su dati aziendali*