

3. Il contesto economico e concorrenziale: assetti e prospettive dei mercati regolati

Figura 3.1.16 - Linee *broadband* e FTTC-FTTH (% delle linee di accesso complessive)

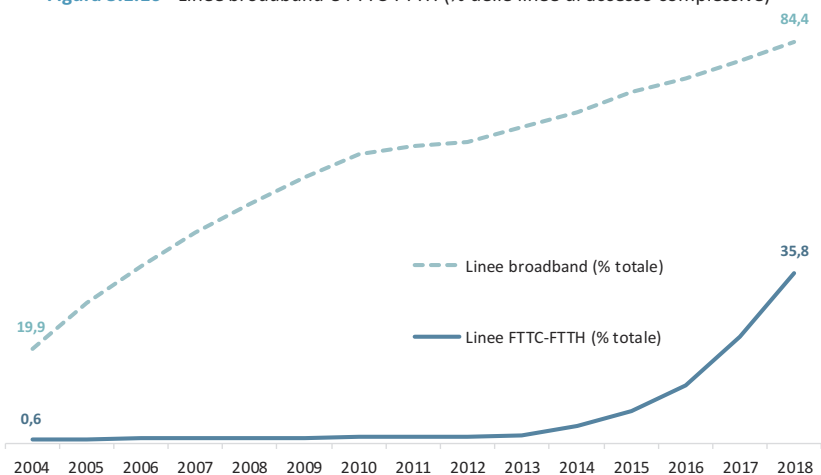


Figura 3.1.17 - Linee *broadband* complessive (% popolazione e famiglie)

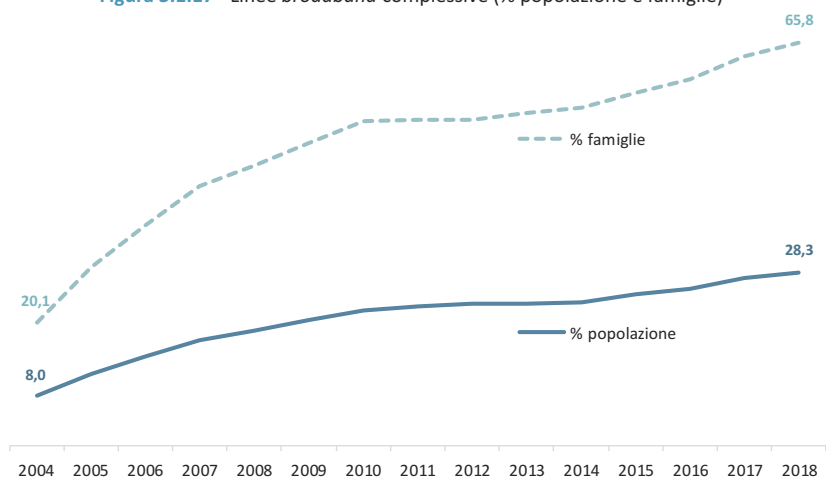


Figura 3.1.18 - Linee residenziali ultrabroadband (% delle famiglie)

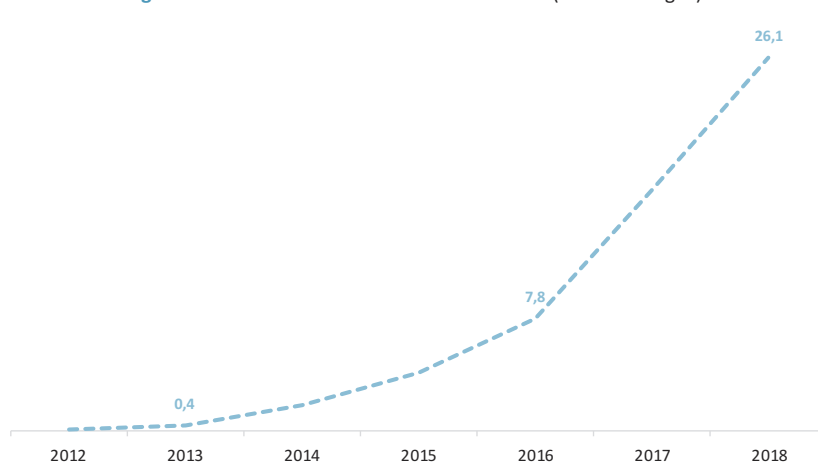
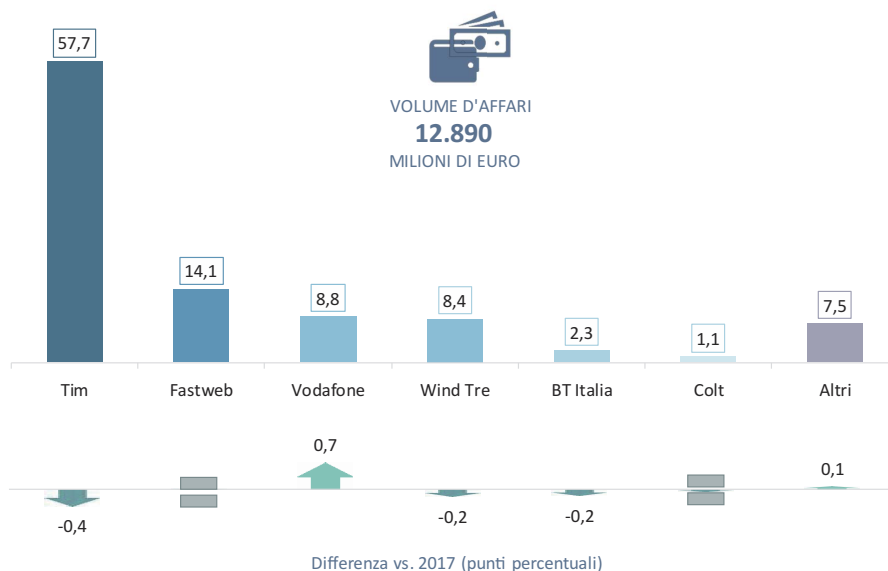
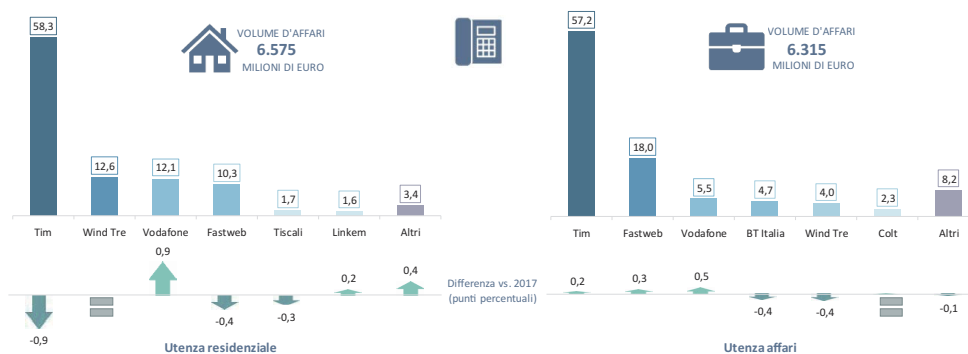


Figura 3.1.19 - Spesa finale degli utenti per operatore (2018, %) ³⁸**Figura 3.1.20** - Spesa finale degli utenti per operatore e per tipologia di utente (2018, %)

come oltre un quarto delle utenze domestiche sia ormai dotata di una linea *ultrabroadband*, mentre fino a 5 anni fa tale tipologia di servizio era sostanzialmente assente nella dimensione domestica italiana (Figura 3.1.18).

Passando ad analizzare gli scenari competitivi della rete fissa (Figura 3.1.19), TIM, seppure in leggera di-

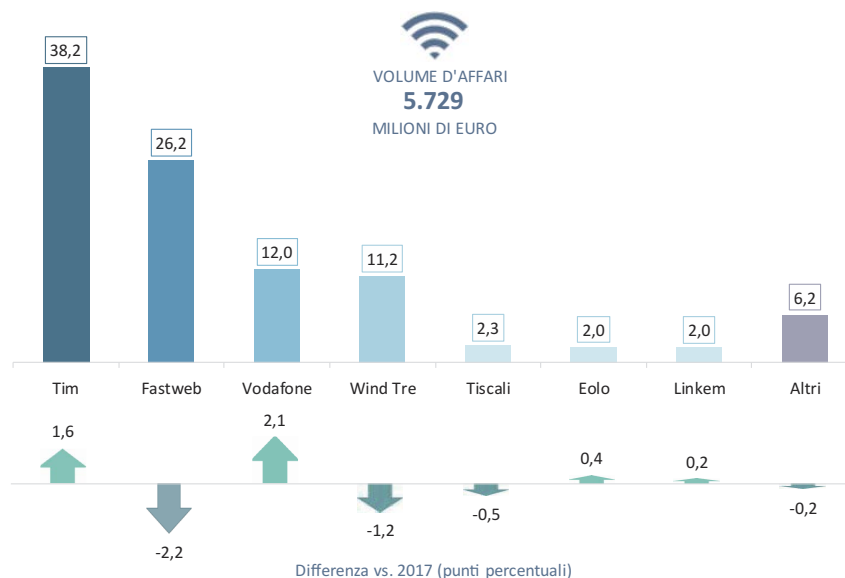
scesa, vede la propria quota di spesa complessiva di famiglie e imprese attestarsi al 57,7%. Con l'eccezione della crescita di Vodafone (+0,7 p.p.) gli altri principali concorrenti non mostrano variazioni di rilievo. Con riferimento al mercato dei servizi di rete fissa per tipologia di utenza (Figura 3.1.20), anche nel 2018 si può osservare una maggiore con-

centrazione nel segmento residenziale rispetto a quello affari. Nel primo, la quota di TIM non è lontana dal 60%, nel secondo l'*incumbent*, anche se marginalmente, rafforza la propria leadership, mentre BT Italia e Wind Tre vedono limare il proprio peso a favore di Vodafone e Fastweb. L'evoluzione tecnologica che ha investito le telecomunicazioni su

³⁸ Si ricorda che le quote di mercato riportate, a seguito di alcune variazioni nelle metodologie di calcolo operate dalle imprese e della mutata struttura delle informazioni richieste dall'Autorità, di riclassificazioni e in altri casi per mutati perimetri di attività, non sono direttamente confrontabili con i corrispondenti valori presentati nella scorsa Relazione annuale.

3. Il contesto economico e concorrenziale: assetti e prospettive dei mercati regolati

Figura 3.1.21 - Spesa per servizi finali su rete a larga banda (2018, %)



rete fissa negli ultimi anni, con gli ingenti investimenti effettuati da parte degli operatori in reti di nuova generazione, sono alla base della crescita del 6% dei ricavi da servizi *broadband*, il cui valore ha superato i 5,7 miliardi di euro³⁹.

Nel mercato dei servizi *broadband* risulta pertanto maggiore la pressione concorrenziale (Figura 3.1.21), con la quota di TIM che si attesta all'anno precedente; Fastweb è il secondo operatore, con una quota intorno al 26%, mentre le quote del terzo (Vodafone) e del quarto (Wind Tre) operatore presentano dinamiche opposte, in diminuzione Wind Tre, in crescita Vodafone. Invariato risulta il peso complessivo delle principali quattro imprese (TIM, Fastweb, Wind Tre e Vodafone), che sfiorano congiuntamente l'88% del mercato.

L'evoluzione degli accessi *broadband* verso soluzioni qualitativa-

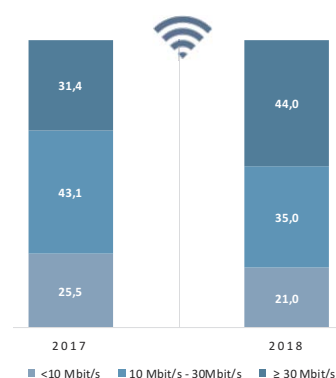
mente migliori in termini di velocità di connessione è testimoniata dalla significativa crescita (+53%) degli accessi con velocità pari o maggiore a 30 Mbit/s⁴⁰; tale andamento ha prodotto una notevole crescita dei corrispondenti ricavi (Figura 3.1.22) che ormai risultano non lontano dal 50% del totale, mentre i ricavi da abbonamenti a linee con capacità superiore a 10 Mbit/s hanno raggiunto poco meno dell'80% degli introiti complessivi.

Anche se su livelli decisamente ancora contenuti, si segnala il dinamismo del segmento dei servizi FWA; le imprese del settore, infatti, hanno registrato una variazione positiva dei ricavi prossima al 16,5%, raggiungendo un volume d'affari *retail* di 265 milioni di euro (Figura 3.1.23).

Tali risultati sono anche legati alla grande flessibilità offerta da questa tipologia di servizi *broadband* che, infatti, ben si adattano sia alle esi-

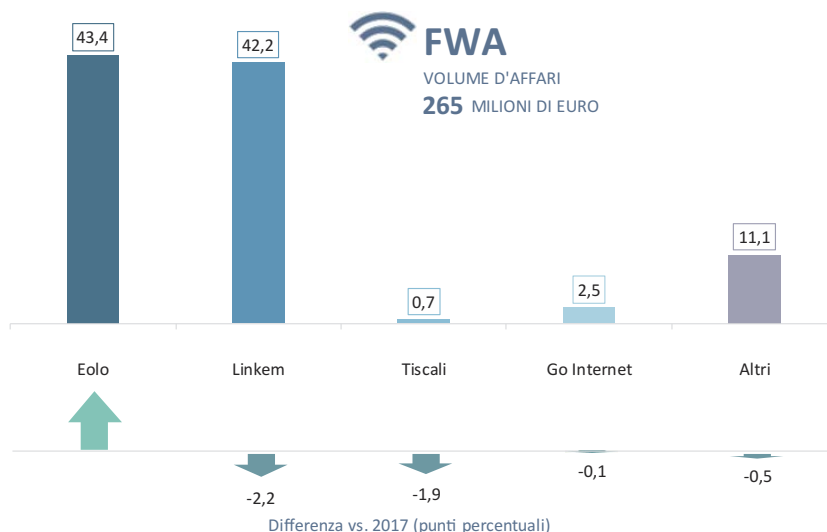
genze di quelle zone geografiche che presentano problemi di infrastrutturazione legati ad aspetti geomorfologici (ad esempio piccoli centri urbani, aree rurali), sia alla sostituzione della linea fissa con quella *wireless* ad alta velocità nel segmento delle "seconde case", e sia, infine, a specifici segmenti di

Figura 3.1.22 - Ricavi da servizi *broadband* per classe di velocità degli abbonamenti (%)



³⁹ I ricavi complessivi da servizi dati superano i 6,5 miliardi di euro qualora si considerino anche altri servizi dati "tradizionali" (servizi commutati di trasmissione dati, circuiti affittati, ecc.).

⁴⁰ Per maggiori dettagli, cfr. "Osservatorio sulle comunicazioni, n. 1/2019".

Figura 3.1.23 - Spesa per servizi FWA (2018, %)

mercato caratterizzati da particolari modelli di spesa. Tra i principali soggetti presenti in questo segmento di mercato, si segnalano gli operatori Eolo e Linkem che, congiuntamente, rappresentano relativamente ai ricavi oltre l'85% dell'offerta FWA complessiva.

I mercati di rete mobile

Il 2018 è stato un anno particolare per il mercato dei servizi di comunicazione su rete mobile: oltre che un aumento della pressione concorrenziale sui prezzi, accresciuta dall'ingresso nel mercato di Iliad, è stato anche l'anno della gara per l'assegnazione dei diritti d'uso delle frequenze nelle bande 694-790 MHz, 3.600-3.800 MHz e 26.5-27.5 GHz (5G), che ha raggiunto

un importo complessivo di 6,55 miliardi di euro (Tabella 3.1.5).

Anche lo scorso anno è proseguita la flessione complessiva delle risorse del comparto che ha interessato quasi in misura equivalente sia i servizi voce che quelli dati (Figura 3.1.24). Difatti, gli introiti da servizi voce flettono di oltre il 10%; analogamente, si evidenzia la brusca riduzione (-7,8%) degli introiti relativi alla componente dati, effetto dovuto in buona parte alla pressione sui prezzi esercitata dalla diffusione dei servizi forniti dal nuovo operatore Iliad.

In termini di volumi, i servizi voce (Figura 3.1.25) hanno registrato una crescita del 2,1%, in linea con l'anno precedente. Analizzando in maggior dettaglio questi valori, si evince

che a crescere sono, sostanzialmente, le chiamate verso rete mobile *off net* mentre subiscono una flessione del 3,8% quelle *on net*. L'invio di SMS anche nel 2018 ha seguito le dinamiche mostrate negli anni precedenti registrando un ulteriore calo del 27%, con volumi ormai trascurabili (circa 12 miliardi di SMS) e inferiori di quasi il 90% rispetto ai massimi raggiunti nel 2012.

Il trend di riduzione dei ricavi voce (Figura 3.1.26) risulta notevolmente accentuato (-10,3%); una flessione più intensa si osserva relativamente alle chiamate verso la rete fissa (-16%) e per la direttrice internazionale (-14,5%), mentre gli introiti da chiamate verso reti mobili nazionali, che rappresentano circa l'80% dei ricavi del segmento, si riducono complessivamente di poco meno del 9%. Come già evidenziato lo scorso anno, appare evidente il progressivo processo di sostituzione della comunicazione vocale tradizionale con il diffondersi, anche nelle classi demografiche più mature, delle nuove forme di comunicazione veicolate dalle piattaforme online.

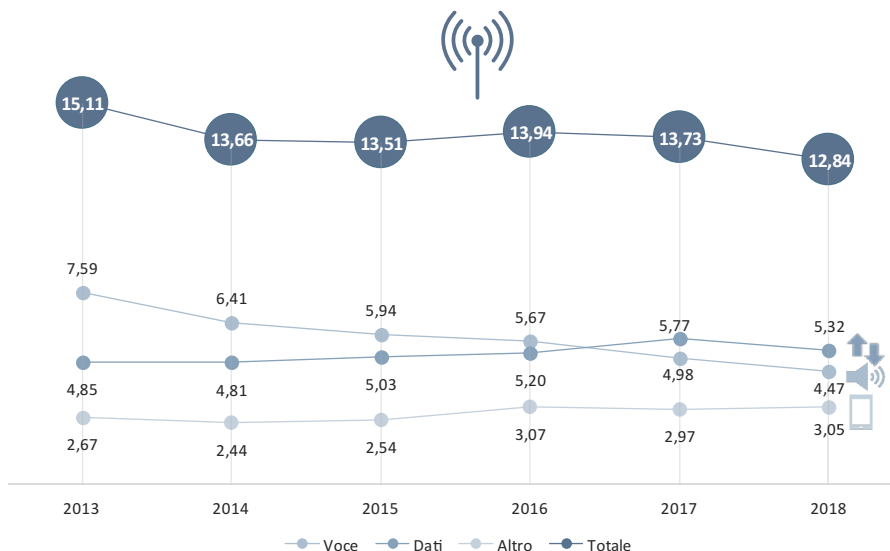
Tabella 3.1.5 - Gara per l'assegnazione delle licenze d'uso delle frequenze 5G

Frequenza	Importo (mln €)	Partecipante	Importo (mln €)
3.700 MHz	4.347	Tim	2.407
700 MHz	2.040	Vodafone	2.401
26 GHz	164	Iliad	1.193
Totale	6.550	Wind Tre	517
		Fastweb	33
		Totale	6.550

Fonte: elaborazioni AGCOM su dati MISE

3. Il contesto economico e concorrenziale: assetti e prospettive dei mercati regolati

Figura 3.1.24 - Spesa degli utenti per tipologia di servizi (miliardi di €)



Relativamente ai servizi dati, i volumi di traffico hanno raggiunto circa 1.700 Petabyte, con una crescita annuale del 50%. Alla base del consistente aumento del consumo di dati vi è soprattutto il cre-

scente utilizzo dei social network e dei servizi *streaming* disponibili sul web; nel 2018, il consumo medio mensile di dati da rete mobile è stato pari a 4,27 Gigabyte, con un trend di crescita in accelerazione

rispetto agli anni precedenti (Figura 3.1.27).

Continua ad ampliarsi il divario tra le SIM che utilizzano solo i servizi voce e quelle impiegate anche per accedere alla rete (Figura 3.1.28)⁴¹,

Figura 3.1.25 - Traffico voce nella telefonia mobile (miliardi di minuti e var. %)

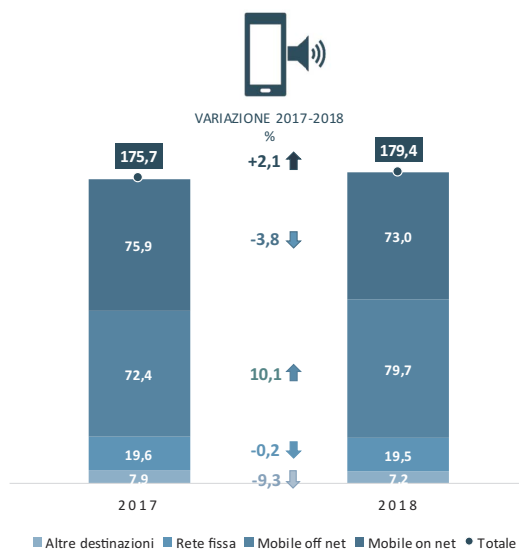
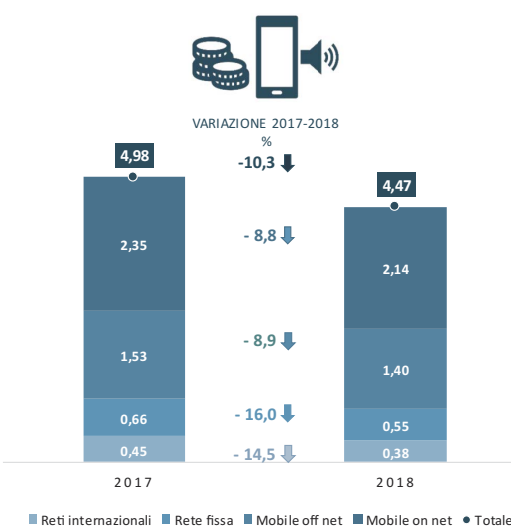
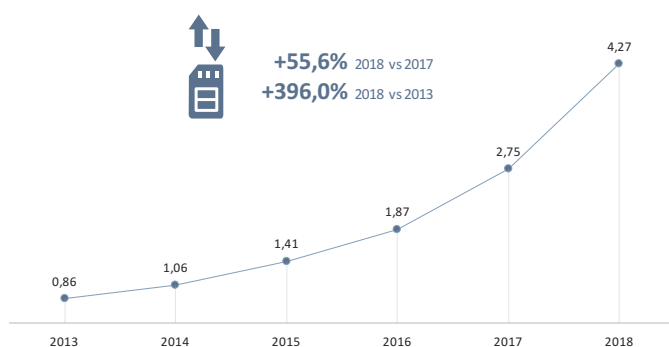
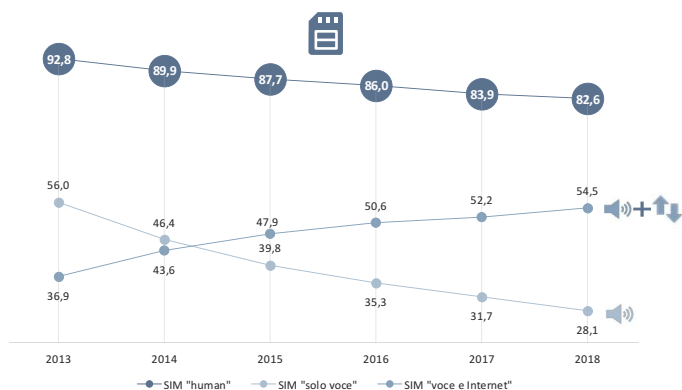
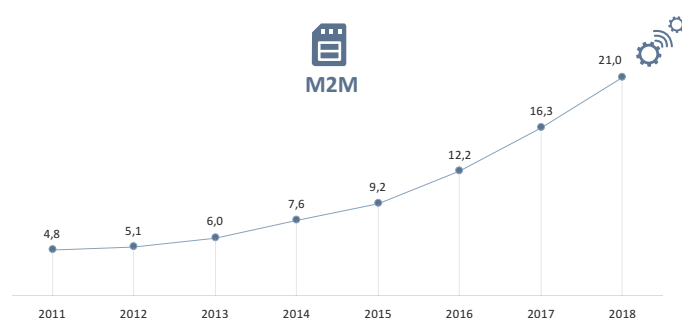


Figura 3.1.26 - Ricavi da servizi voce per direttrice di traffico (miliardi di € e var. %)



⁴¹ Le SIM "human" sono pari alla differenza tra le SIM complessivamente attive e le SIM "M2M". Le SIM human comprendono anche SIM "solo dati" per le quali però, a differenza delle M2M, è prevista l'iterazione umana (come, ad esempio, le SIM per tablet).

Figura 3.1.27 - Traffico medio mensile delle SIM che effettuano traffico dati (Gigabyte/mese)**Figura 3.1.28** - Numero di SIM (milioni)**Figura 3.1.29** - Numero di SIM "M2M" (milioni)

conseguenza, come già accennato, dell'effetto di sostituzione fra i servizi di comunicazione tradizionale con quelli online. Un ulteriore impulso all'utilizzo di

dati da postazione mobile è fornito dalla diffusione negli ultimi anni dei "connected devices" e delle possibili applicazioni nell'ambito dei servizi M2M (*machine-to-ma-*

chine); a tal proposito, le SIM M2M dal 2011 a fine 2018 sono più che quadruplicate, passando da uno stock stimabile in 4,8 milioni a 21 milioni di schede (Figura 3.1.29); anche in questo caso il trend, in termini di incrementi netti dei volumi, appare in accelerazione.

Con riguardo alle applicazioni delle M2M (Figura 3.1.30), l'Autorità stima che oltre l'80% delle SIM M2M si concentri nella mobilità (gestione delle flotte, sicurezza, sistemi di *entertainment* interni, ecc.) e nelle *utility*⁴². In particolare, il segmento delle "auto connesse" appare al momento quello più diffuso (con oltre il 47,6% delle SIM M2M).

I ricavi da servizi dati mostrano per la prima volta una complessiva flessione (-7,8%) dovuta sia alla prevedibile riduzione degli introiti da SMS (-30,1%), sia alla componente legata alla navigazione su rete su cui, come ampiamente ricordato, la pressione competitiva si è accentuata a seguito dell'entrata sul mercato di Iliad (Figura 3.1.31). La Figura 3.1.32 ripercorre l'andamento dei ricavi da servizi dati negli ultimi dieci anni, suddivisi fra servizi tradizionali (SMS) e servizi dati innovativi, prevalentemente costituiti dai servizi di accesso a internet. Mentre nel 2008 gli introiti da SMS rappresentavano poco meno del 60% del totale, a partire dal 2010 i ricavi da SMS sono stati superati da quelli da accesso a internet e il divario si è progressivamente ampliato, con il 2018 che vede i servizi di messaggistica tradizionale rappresentare ormai meno del 10% del totale.

Un tema di interesse per comprendere le dinamiche del settore riguarda l'andamento dei ricavi medi unitari (cd. ARPU): il secondo semestre del 2018 ha visto la presenza sul mercato di Iliad, che ha certamente contribuito ad aumentare la

⁴² Per maggiori dettagli cfr. Berec-Cisco, "The rise of M2M Devices", 15 ottobre 2015.

3. Il contesto economico e concorrenziale: assetti e prospettive dei mercati regolati

Figura 3.1.30 - Distribuzione delle SIM M2M per tipologia di applicazione (2018, %)

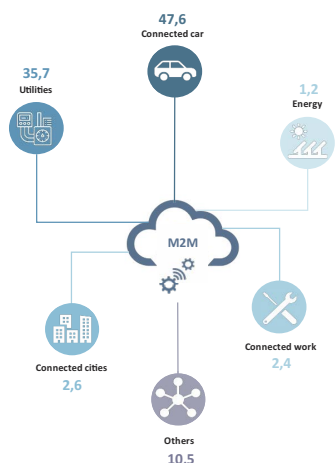
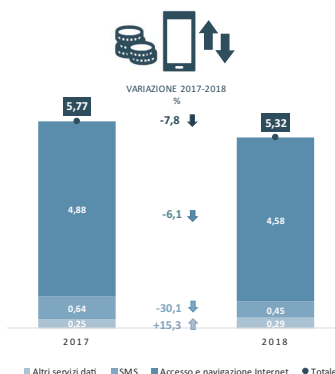


Figura 3.1.31 - Ricavi da servizi dati per tipologia (miliardi di € e variazione %)

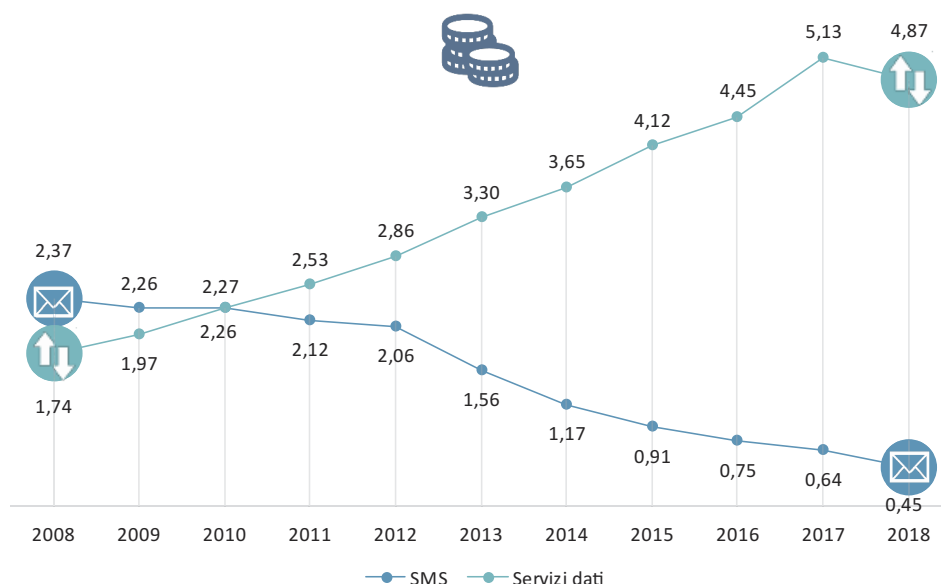


pressione concorrenziale sui prezzi che caratterizza il settore della telefonia mobile.

I ricavi medi unitari per SIM⁴³ e per utente (con valori pari a circa 150 e 250 €/anno)⁴⁴, scendono rispettivamente del 4,5% e 6,4%, in particolare nella componente voce rispetto ai dati, mentre tende a crescere la spesa per i terminali (Figura 3.1.33).

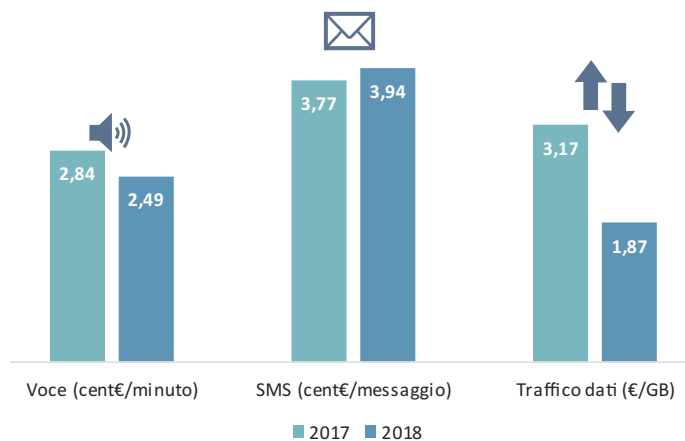
La composizione dei ricavi unitari per tipologia di servizi è naturalmente correlata ai trend relativi ai ricavi e ai volumi totali (Figura 3.1.34). Nel dettaglio, per i servizi voce i ricavi unitari registrano una contrazione del 12,1%, mentre, a seguito del forte aumento dei volumi, decisamente di rilievo è la

Figura 3.1.32 - Ricavi da SMS e da servizi dati (miliardi di €)



⁴³ I valori sono calcolati al netto delle SIM M2M.

⁴⁴ I valori in figura sono stati calcolati avendo a riferimento i dati relativi alla popolazione di età compresa tra i 10 e gli 80 anni, riportati sul sito web dell'Istat (<http://demo.istat.it>).

Figura 3.1.33 - ARPU: ricavi medi per SIM e utente (€/anno)**Figura 3.1.34** - Ricavi unitari per i servizi voce, SMS e dati

flessione per i servizi dati (-41,2%). Con riferimento agli introiti unitari degli SMS, si conferma il trend di crescita già osservato lo scorso anno (+4,5%).

Dal punto di vista concorrenziale, il mercato mobile appare naturalmente configurarsi come un oligopolio ristretto in cui tre operatori (TIM, Vodafone e Wind Tre) presentano quote non lontane tra loro (Figura 3.1.35). Nel 2018, TIM risulta essere il primo operatore mobile del mercato con il 34,5% dei ricavi, seguito da Vodafone (30,5%) e Wind Tre (29,8%), operatore quest'ultimo che sembra avere maggiormente sofferto della concorrenza del nuovo entrante Iliad⁴⁵.

Relativamente alle quote di mercato per categorie di utenza, si rilevano assetti concorrenziali differenziati (Figura 3.1.36). Nel segmento residenziale, Wind Tre, anche se in flessione di 1,1 punti percentuali, si conferma *market leader* seguita da TIM (in crescita di 1 p.p.), mentre la quota di Vodafone scende di 1,5 p.p..

Nel segmento della clientela affari, TIM rafforza la propria posizione di primo operatore del mercato mentre flette in misura non marginale Wind Tre.

Con riferimento agli operatori mobili virtuali (MVNO) si osserva, nel complesso, un aumento del fatturato del 6,9%, che si attesta su di un giro di affari di circa 570 milioni di euro (Figura 3.1.37); tale risultato è stato raggiunto grazie alla crescita, in particolare, dei ricavi di DIGI Italy e, soprattutto, di Fastweb, mentre in leggero calo risultano quelli di Poste Mobile.

Gli investimenti effettuati e gli adetti risultano sostanzialmente stabili

⁴⁵ Relativamente all'anno 2017, le quote di mercato riportate, a causa di alcune variazioni nelle metodologie di calcolo e di riclassificazioni operate dalle imprese, non sono immediatamente confrontabili con i corrispondenti valori presentati nella scorsa Relazione Annuale.

3. Il contesto economico e concorrenziale: assetti e prospettive dei mercati regolati

Figura 3.1.35 - Quote di mercato nella spesa finale (2018, %)

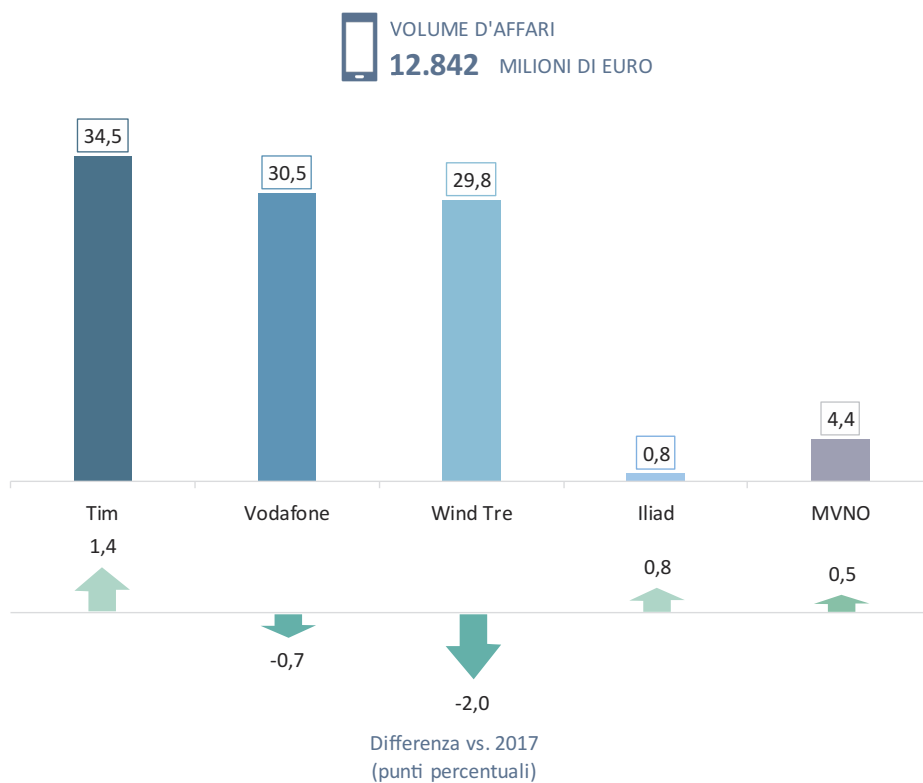


Figura 3.1.36 - Quote di mercato nella spesa finale per tipologia di clientela (2018, %)

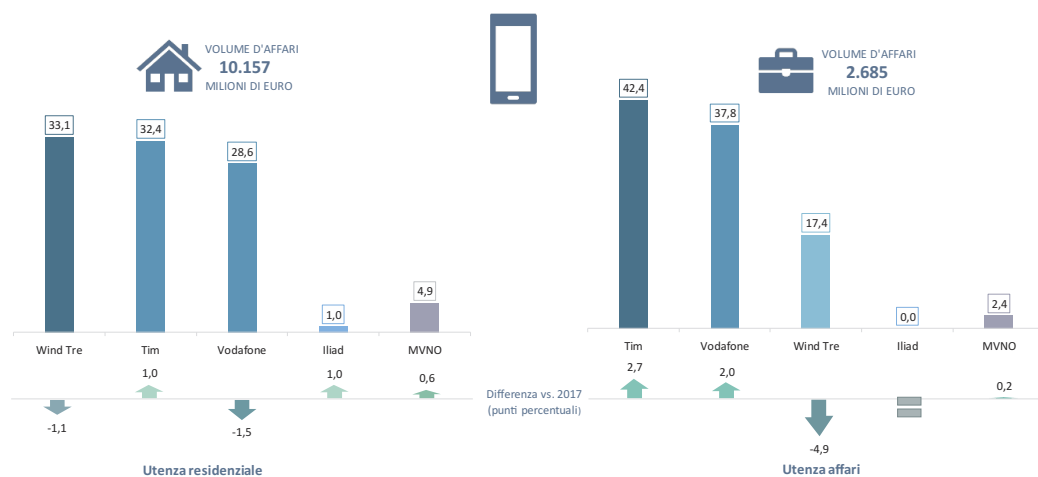
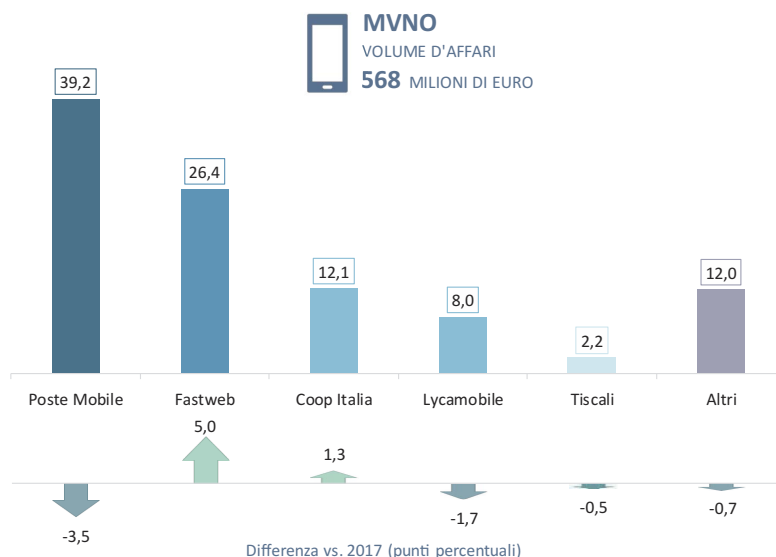
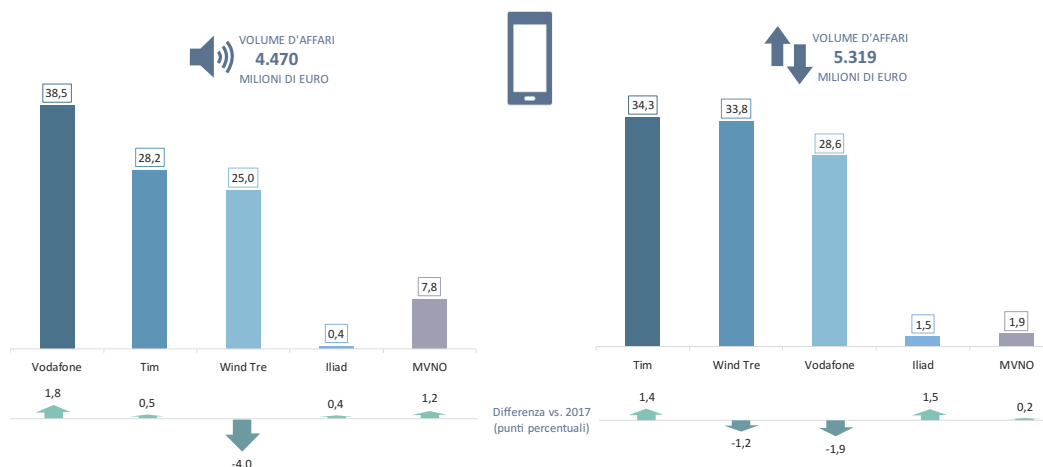


Figura 3.1.37 - Quote del segmento degli MVNO (2018, %)**Figura 3.1.38** - Quote di mercato nei segmenti voce e dati (2018, %)

rispetto al 2017. I primi si mantengono intorno ai 30 milioni e rimangono naturalmente di entità marginale, mentre il numero di addetti supera le 300 unità.

In relazione allo scenario strategico, Poste Mobile si conferma leader del segmento MVNO con il 39,2% mentre aumenta il peso di Coop Italia (+1,3 p.p.) e Fastweb (+5,0 p.p.), che continua a focalizzarsi su un *business model* fondato sul-

l'integrazione con l'offerta di servizi di rete fissa.

Con specifico riguardo alle quote di mercato nei servizi voce e dati, Vodafone (38,5%) rafforza il proprio primato nel segmento dei servizi voce, Tim (+1,4 p.p.) diventa leader di mercato nel segmento dati a danno di Wind Tre (-1,2 p.p.) e Vodafone (-1,9 p.p.), mentre il nuovo entrante, Iliad, raggiunge 1,5 p.p. superando, in sei mesi di attività, il

complesso degli MVNO (Figura 3.1.38).

Un indicatore utile per valutare la dinamica competitiva nel comparto della telefonia mobile è rappresentato dall'andamento delle linee acquisite e dismesse dagli operatori, nonché dall'utilizzo, da parte degli utenti, del servizio di *mobile number portability*. Nel 2018, il numero di linee acquisite e dismesse dagli operatori mobili ha raggiunto i 60 milioni di

3. Il contesto economico e concorrenziale: assetti e prospettive dei mercati regolati

Figura 3.1.39 - Indice di movimentazione dinamica (%)⁴⁷

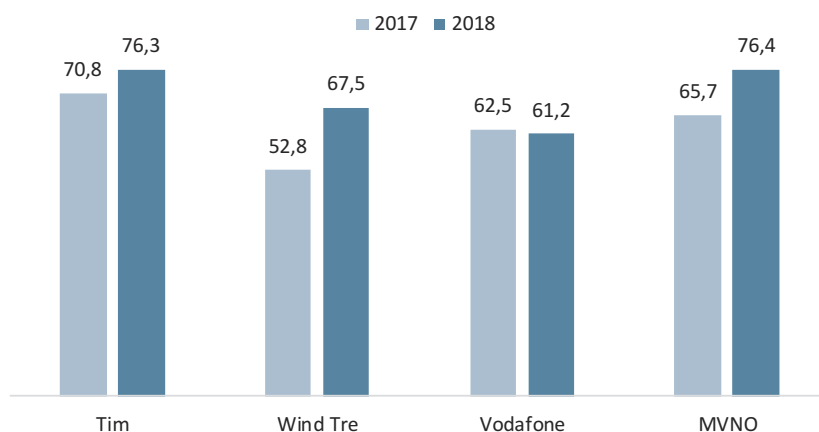
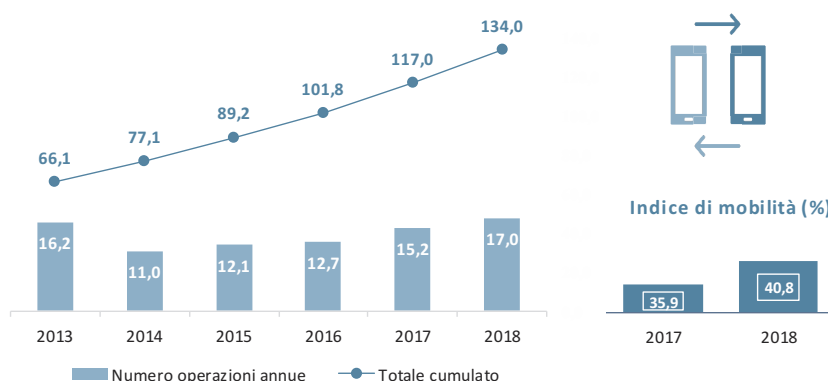


Figura 3.1.40 - Servizio di *mobile number portability*: numero di operazioni (milioni) e indice di mobilità (%)



operazioni, in crescita del 13% rispetto all'anno precedente. L'indice di movimentazione dinamica (Figura 3.1.39) fornisce una sintesi delle dinamiche di mercato⁴⁶; in media, la movimentazione in entrata e in uscita rispetto alla base clienti è aumentata dal 62,5% del 2017 al 72,1% dello scorso anno.

Le operazioni complessive del servizio di *mobile number portability* hanno raggiunto i 134 milioni di unità (Figura 3.1.40), con una crescita di 17 milioni rispetto al 2017. I volumi rilevati nel corso degli anni confermano l'efficacia del percorso regolamentare dell'Autorità⁴⁸ che prevede da un lato la

riduzione dei tempi per l'attivazione del servizio di portabilità del numero, dall'altro la gratuità per il cliente che lo richiede. L'indice di "mobilità" della *mobile number portability*, che misura la propensione al passaggio a un nuovo operatore, segna un aumento di 4,9 p.p.⁴⁹.

⁴⁶ L'indice è dato dal rapporto tra la somma algebrica delle linee acquisite e di quelle dismesse (al numeratore), e la base clienti media al netto delle M2M (al denominatore).

⁴⁷ In considerazione dei soli 6 mesi di attività svolta da Iliad nel 2018, il corrispondente valore dell'indicatore risulta privo di significato e pertanto non è stato riportato nella figura.

⁴⁸ Cfr. delibere nn. 147/11/CIR e 651/13/CONS.

⁴⁹ L'indice di mobilità è dato dal rapporto tra il totale delle linee donate/acquisite attraverso il ricorso al servizio di *mobile number portability* nell'anno e la corrispondente customer base media complessiva (al netto delle linee M2M). È da notare come l'andamento descritto sia dovuto anche alla riduzione del valore del denominatore dell'indice rappresentato dalla customer base media di riferimento, che si è ridotta da 86,8 a 84,9 milioni.

3.2 Il contesto di mercato nel settore dei servizi postali

Principali trend del 2018*

- ✓ I **ricavi** del settore dei servizi postali ammontano a circa 7 miliardi di euro, in crescita del 5% circa rispetto all'anno precedente.
- ✓ I **volumi** ammontano a 3,7 miliardi di invii, in riduzione dell'1,3% rispetto all'anno precedente.
- ✓ La **concorrenzialità** nel settore dei servizi postali che non rientrano nel perimetro del servizio universale continua a rimanere sostanzialmente invariata.
- ✓ Per quanto riguarda i **servizi pacchi** fuori dal servizio universale (che includono i servizi offerti dai corrieri espresso), si registra invece l'assenza di un operatore dominante a livello nazionale.
- ✓ Gli **investimenti** in immobilizzazioni materiali e immateriali del settore crescono del 18,9% rispetto all'anno precedente.

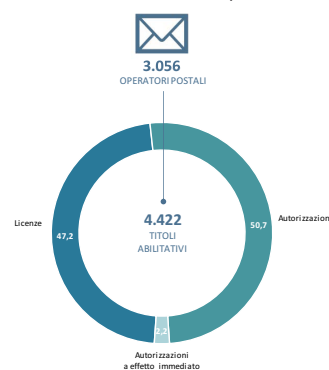
*Si evidenzia che sono intervenute sensibili rettifiche, da parte di diversi operatori, sui valori dei ricavi e dei volumi per i prodotti non rientranti nel servizio universale. Per tale motivo non è stato possibile ricostruire una serie storica quinquennale ed alcuni dati possono variare rispetto a quanto rappresentato nella Relazione annuale del 2018 (cfr. box con nota metodologica).

A differenza degli altri paesi europei, il mercato postale italiano continua ad essere caratterizzato dalla presenza di un numero molto elevato di operatori. Ad aprile 2019, nel settore postale, si registrano 3.056 imprese, con una crescita del 5,2% rispetto al 2018; 4.422 sono i titoli abilitativi rilasciati dal Ministero

dello Sviluppo Economico (MISE), distinti tra licenze e autorizzazioni generali, come riportato in Figura 3.2.1⁵⁰. Vi sono, inoltre, 6 licenze individuali speciali assegnate nel corso dell'anno 2019 per la fornitura del servizio di notifica a mezzo posta.

Dal punto di vista della forma giuridica delle imprese, il 42,8% dei titoli abilitativi è detenuto da imprese individuali, il 29,7% da società a responsabilità limitata e solo il 2,1% da società per azioni. Una così elevata frammentazione del settore non rende possibile una ricognizione censuale dei soggetti abilitati, per cui, anche quest'anno, i dati si riferiscono ai maggiori operatori in termini di fatturato (cfr. box con nota metodologica). Ad eccezione di questi ultimi, infatti,

Figura 3.2.1 - Composizione (%) dei titoli abilitativi ad aprile 2019



Fonte: dati MISE

gli altri soggetti abilitati operano principalmente a livello locale e, spesso, si aggregano tra loro al fine di ottenere una maggiore copertura territoriale. Questi operatori sono

Nota metodologica sulle modalità di rilevazione dei dati presso gli operatori postali

Ad aprile 2019 l'Autorità ha rilevato i principali dati economici delle imprese operanti nel mercato postale in Italia per gli anni 2016, 2017 e 2018. Come in passato, gli operatori sono stati individuati attraverso i codici di attività ATECO (Registro delle Imprese delle Camere di Commercio) attinenti alla fornitura di servizi postali o di corriere espresso. In considerazione dell'elevato numero di imprese e della concentrazione di ricavi e volumi, si è ritenuto soddisfacente effettuare tale rilevazione sui principali operatori in ordine di fatturato: il monitoraggio di quest'anno è stato esteso a 33 operatori, 4 in più rispetto all'anno scorso, incluso il fornitore del servizio universale (Poste Italiane). Inoltre, al fine di fornire una corretta e realistica visione dei mercati del settore di competenza, anche quest'anno agli operatori è stato chiesto di fornire i dati con riferimento a tutte le varie unità produttive che, a qualsiasi titolo, svolgono singole fasi del servizio unitariamente considerato all'interno del gruppo: attraverso tale modalità, l'Autorità è riuscita a censire i valori di circa 800 operatori locali che, a vario titolo, collaborano con gli operatori oggetto del monitoraggio. Alla luce del recente Regolamento (UE) 2018/644 sui pacchi transfrontalieri in cui, coerentemente alla giurisprudenza affermatasi di recente, i pacchi postali sono esaurientemente definiti come invii aventi un peso massimo di 31,5 Kg, si evidenzia che sono intervenute sensibili rettifiche, da parte di diversi operatori, sui valori dei ricavi e dei volumi per i prodotti non rientranti nel servizio universale. Per tale motivo non è stato possibile ricostruire una serie storica quinquennale omogenea e, relativamente ad alcune informazioni, i valori non risultano allineati a quelli esposti nella Relazione annuale del 2018.

⁵⁰ Il numero di imprese è inferiore al numero di titoli rilasciati in quanto 1.366 imprese (il 44,7%) detengono sia la licenza individuale (per offrire servizi postali che rientrano nel servizio universale postale) sia l'autorizzazione generale (per offrire servizi postali al di fuori del servizio universale).

3. Il contesto economico e concorrenziale: assetti e prospettive dei mercati regolati

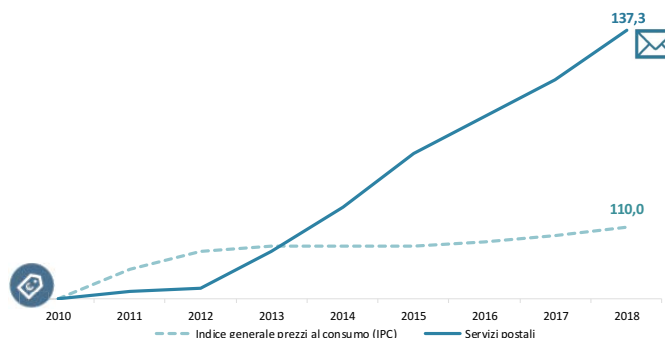
prevalentemente inseriti in strutture organizzative più ampie e sono attivi solo in alcune fasi della catena del valore relativa al mercato postale (raccolta, consegna, trasporto, e così via). Il traffico complessivo risulta ancora gestito da pochi grandi operatori che sono responsabili, nei confronti del mittente e del destinatario, dell'intera catena di produzione (*end-to-end*). Come negli anni passati, tra gli operatori figurano sia operatori postali tradizionali (Poste Italiane, Nexive, Fulmine, etc.) sia i corrieri espresso⁵¹; tra questi ultimi figura per la prima volta Amazon.

La dimensione del settore e l'andamento dei prezzi

Nel 2018 il settore dei servizi postali in Italia ha fatturato complessivamente 7 miliardi di euro, con un aumento del 5% rispetto all'anno precedente⁵². Il peso dei servizi postali sull'economia, misurato dal rapporto tra i ricavi del settore ed il PIL, è pari a 0,40%, in leggera crescita (+0,01%) rispetto all'anno precedente; in termini occupazionali, invece, il peso del settore postale è lievemente in diminuzione rispetto agli altri anni ed è pari allo 0,63%⁵³.

Utilizzando come anno base il 2010, l'andamento dei prezzi dei prodotti postali (Figura 3.2.2) è prima (periodo 2009-2012) in linea quello dei prezzi al consumo (IPC), per poi subire un aumento che li ha portati a discostarsi nel tempo

Figura 3.2.2 - Andamento dei prezzi dei servizi postali (2010=100)



Fonte: dati Istat

dall'evoluzione dell'IPC. L'incremento dei prezzi è riconducibile alle manovre tariffarie relative ai prodotti rientranti nel servizio universale (SU), il cui scopo è stato quello di rendere sostenibile l'onere del servizio universale, a fronte del continuo calo dei volumi di posta tradizionale (cfr. delibere nn. 728/13/CONS e 396/15/CONS). È utile ricordare che un simile andamento dei prezzi è riscontrabile negli altri paesi europei⁵⁴ a dimostrazione di un fenomeno di natura strutturale connesso all'evoluzione internazionale del settore.

Le tendenze che hanno caratterizzato il settore postale italiano negli ultimi anni, e che verosimilmente proseguiranno in futuro, possono essere sinteticamente individuate, da un lato, in un sensibile calo dei volumi degli invii di posta ordinaria e, dall'altro, in una crescita sostenuta dei

servizi di consegna dei pacchi. Si tratta di tendenze strutturali, riscontrabili in tutti i paesi, prodotte dal progresso tecnologico e dalla conseguente sempre più pervasiva trasformazione digitale che ha interessato quasi tutti i settori dell'economia e della società. La trasformazione digitale, di fatto, ha messo a disposizione dei cittadini numerose forme di comunicazione caratterizzate dall'immediatezza e dalla facilità di fruizione (quali *e-mail* e messaggistica su rete mobile), causando un incessante calo dei volumi di invii di corrispondenza tradizionale; inoltre, ampliando le possibilità di scelta dei consumatori attraverso l'utilizzo delle piattaforme di commercio online, ha determinato una crescita senza precedenti dei volumi di pacchi spediti, un trend che ci si attende prosegua anche per il futuro considerato che l'Italia risulta essere,

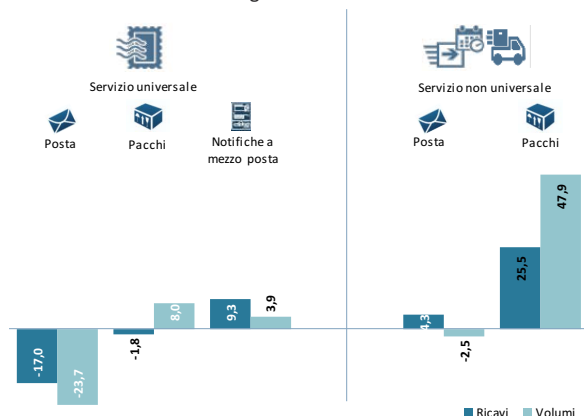
⁵¹ È importante sottolineare al riguardo che la sentenza della Corte di giustizia del 31 maggio 2018 (Confetra, Aicai e altri / AGCOM e MISE, cause riunite pregiudiziali C -259/16 e C-260/16) ha definitivamente chiarito il quadro normativo di riferimento del servizio di consegna dei pacchi e quale sia la corretta applicazione delle disposizioni della direttiva 97/67 a settori diversi da quello del servizio universale. La Corte, richiamando precedenti pronunce, ha stabilito che i servizi forniti dai corrieri espresso sono servizi postali e che i corrieri espresso sono operatori postali.

⁵² Si osservi che il dato include anche i ricavi derivanti da altri servizi (ad esempio filatelia, vendita di caselle postali, servizi di intermediazione, etc. che, nel 2018, ammontano a circa 67 milioni di Euro e che non hanno un corrispondente nei volumi di posta inviata), mentre i servizi postali considerati per la valutazione dei ricavi e dei volumi complessivi del settore in questa Relazione sono i seguenti: servizio universale, inclusi i servizi di notifica a mezzo posta, ed i servizi postali non rientranti nel perimetro del servizio universale, inclusi i servizi di corriere espresso.

⁵³ Fonte: elaborazioni AGCOM su dati Istat e degli operatori.

⁵⁴ Cfr. Osservatorio sulle comunicazioni.

Figura 3.2.3 - Variazione percentuale dei ricavi e dei volumi dei servizi postali negli ultimi tre anni



in ambito europeo, uno dei paesi con la più bassa spesa pro-capite per acquisti online.

Come riportato nella Figura 3.2.3⁵⁵, che registra le variazioni percentuali tra il 2016 ed il 2018, il settore postale italiano ha subito complessivamente una riduzione dei volumi del 6,4%, a fronte di un aumento dei ricavi dell'11,5%. Nell'ultimo triennio si confermano le tendenze già riportate in passato: il netto calo dei ricavi e dei volumi della posta rientrante nel servizio universale è bilanciato dalla crescita dei pacchi fuori dal servizio universale (che includono i servizi da corriere espresso) e dai servizi di notifica mezzo posta. Per quanto riguarda la posta (lettere) che non è parte del servizio universale, no-

nostante per questa tipologia di servizi nell'ultimo triennio si registra una decrescita in termini di volumi (-2,5%), i ricavi aumentano del 4,3%. La causa di questo andamento appare potersi rintracciare nella capacità degli operatori di valorizzare le proprie prestazioni grazie alla fornitura di nuovi servizi a valore aggiunto. Si osserva, infine, che, nel triennio 2016-2018, nel segmento dei pacchi fuori dal servizio universale si registra un aumento sia dei ricavi (25,5%), sia dei volumi (47,9%), ascrivibile alla diffusione dell'e-commerce⁵⁶. Il tasso di crescita dei volumi superiore a quello relativo ai ricavi attesta la competizione tra gli operatori in questo ambito di mercato.

Per un'analisi più puntuale, nella

tabella che segue si riportano i dati, in ricavi e volumi, relativi al triennio 2016-2018 per tutti i servizi summenzionati. La tabella mostra come la riduzione dei volumi sia stata graduale e corrisponda a un altrettanto progressivo aumento dei ricavi complessivi. Nello specifico, i volumi dei servizi pacchi (rientranti e non rientranti nel servizio universale) risultano in crescita, grazie alla sempre maggiore diffusione dell'e-commerce. Diminuiscono invece ricavi e volumi dei servizi postali (lettere) rientranti nel servizio universale, mentre risultano in crescita i ricavi dei servizi postali (lettere) al di fuori del SU.

Analizzando separatamente i servizi rientranti e non rientranti nel servizio universale, si osserva che, nel 2018, i primi hanno generato ricavi per poco più di 1,6 miliardi di euro, di cui circa 1,3 miliardi di euro (il 76,3%) da lettere e pacchi⁵⁷. I dati del 2018 mostrano che anche i volumi totali sono in calo dell'11%, rispetto all'anno precedente. I servizi di notifica a mezzo posta (degli atti giudiziari e delle violazioni del codice della strada), precedentemente affidati in esclusiva a Poste Italiane, hanno generato ricavi pari a 392,6 milioni di euro (per un totale di quasi 54 milioni di pezzi inviati), con un calo, rispetto al 2017, pari rispettivamente al 4,9% (per i ricavi) e al 4,5% (volumi)⁵⁸.

⁵⁵ È importante osservare che Poste Italiane è ancora l'unico operatore che fornisce prodotti rientranti nel servizio universale e che, pertanto, in linea con gli anni passati, la rappresentazione del mercato in termini di quote verrà proposta solo per i servizi non rientranti nel servizio universale. Infatti, nonostante l'elevato numero di operatori licenziatari, nessun altro operatore dichiara di fornire servizi che rientrano nel perimetro del servizio universale.

⁵⁶ È utile ricordare che i volumi e i ricavi relativi ai pacchi consegnati da Amazon sono il risultato di stime condotte su dati aziendali.

⁵⁷ I servizi postali rientranti nel servizio universale sono: gli invii ordinari e prioritari (come definiti dalla delibera n. 396/15/CONS) fino a 2 kg e dei pacchi fino a 20 kg, gli invii raccomandati, gli invii assicurati, gli invii di posta massiva rientranti negli obblighi derivanti dalla normativa in atto ed i servizi di notifica a mezzo posta.

⁵⁸ A febbraio 2018 l'Autorità con la delibera n. 77/18/CONS, in conformità a quanto previsto dalla legge annuale sulla concorrenza, ha approvato il regolamento per il rilascio delle licenze per lo svolgimento del servizio di notifica a mezzo posta, liberalizzando un segmento di mercato fino ad allora affidato in esclusiva a Poste Italiane. A seguito della pubblicazione, a settembre 2018, del decreto del MISE che disciplina le procedure per il rilascio delle licenze, 6 operatori hanno fatto richiesta ed ottenuto il titolo abilitativo con decorrenza 2019. Pertanto, nel periodo 2016-2018, nel segmento di mercato delle notifiche a mezzo posta, l'unico operatore che ha fornito il servizio è stato Poste Italiane.

3. Il contesto economico e concorrenziale: assetti e prospettive dei mercati regolati

Tabella 3.2.1 - Ricavi e volumi nel settore postale

	Ricavi (in milioni di Euro)			Volumi (in milioni di pezzi)		
	2016	2017	2018	2016	2017	2018
<i>Posta SU</i>	1.475,9	1.285,5	1.224,9	1.592,9	1.370,0	1.214,7
<i>Pacchi SU</i>	36,2	35,9	35,5	2,1	2,2	2,3
<i>Notifiche a mezzo posta</i>	359,1	412,9	392,6	51,9	56,4	53,9
Totale SU	1.871,2	1.734,3	1.653,0	1.646,9	1.428,6	1.270,8
<i>Posta non SU</i>	878,9	888,9	916,3	1.996,6	1.916,0	1.947,1
<i>Pacchi non SU</i>	3.546,7	4.059,4	4.449,6	356,9	451,4	527,9
Totale non SU	4.425,6	4.948,3	5.365,9	2.353,5	2.367,5	2.475,0
Totale	6.296,8	6.682,6	7.018,9	4.000,4	3.796,1	3.745,8

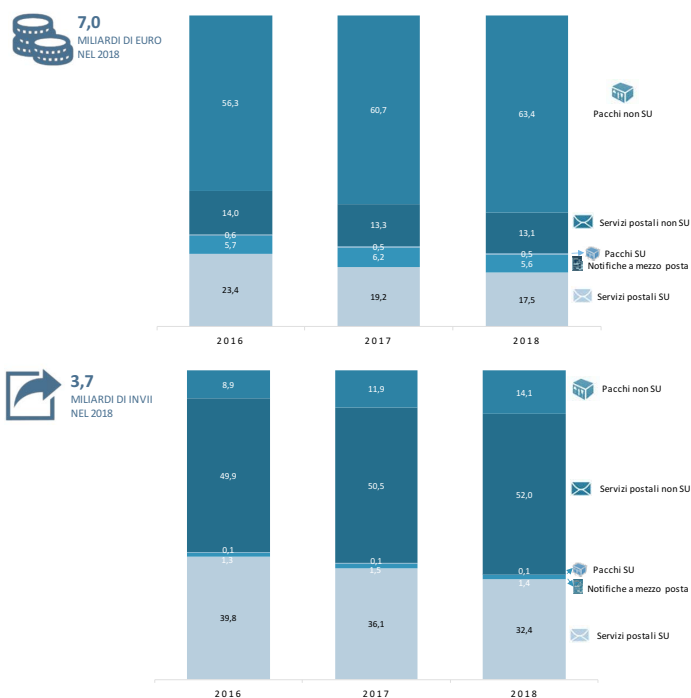
I servizi postali non rientranti nel servizio universale (lettere e pacchi) sono offerti invece sia da Poste Italiane sia da altri operatori. La concorrenza ha spinto le imprese attive a promuovere servizi innovativi come quelli a valore aggiunto (ad esempio con consegna a data e ora certa) che sembrano incontrare meglio le esigenze della clientela, sia residenziale sia affari. I dati del 2018 mostrano che i ricavi di questo segmento aumentano dell'8,4% rispetto all'anno precedente, con un tasso di crescita quasi doppio rispetto ai corrispondenti volumi (+4,5%). Al contrario, per i pacchi fuori dal servizio universale (Tabella 3.2.1), che includono anche i servizi offerti dai corrieri espresso⁵⁹, nell'ultimo anno i ricavi crescono ad un tasso inferiore rispetto ai volumi (rispettivamente +9,6% e +16,9%).

Quanto al contributo, in termini percentuali, ai ricavi e ai volumi complessivi del settore di ciascuno dei servizi, la Figura 3.2.4 mostra, in primo luogo, come i pacchi fuori dal servizio universale, che includono anche i servizi forniti dai corrieri espresso, pur rappresentando solo il 14,1% dei volumi,

generino il 63,4% del fatturato complessivo, un valore peraltro in aumento rispetto agli anni precedenti. Viceversa, i servizi universali (inclusi i servizi di notifica a mezzo

posta) e di posta (lettere) non rientranti nel SU, pur costituendo l'85,9% dei volumi di traffico, generano il 36,6% dei ricavi complessivi del settore postale.

Figura 3.2.4 - Distribuzione percentuale dei ricavi e dei volumi dei servizi postali



⁵⁹ I corrieri espresso sono soggetti autorizzati che offrono un servizio espresso di corrispondenza e recapito contraddistinto dalla disponibilità di caratteristiche o servizi aggiuntivi, quali la maggiore velocità di recapito, l'affidabilità della spedizione, la possibilità di seguire l'invio durante tutte le sue fasi (*tracking*), la consegna a un orario predefinito e la conferma di avvenuta consegna.

Tabella 3.2.2 - Ricavi e volumi di posta (lettere) non inclusa nel perimetro del servizio universale

	Ricavi (in milioni di Euro)			Volumi (in milioni di pezzi)		
	2016	2017	2018	2016	2017	2018
Posta nazionale	833,6	845,7	857,1	1.928,5	1.861,8	1.891,2
di cui invii singoli	79,5	74,5	65,7	54,7	23,5	16,1
di cui invii multipli	754,1	771,3	791,4	1.873,8	1.838,4	1.875,1
Posta transfrontaliera	45,3	43,1	59,3	68,1	54,2	55,9
Totale	878,9	888,9	916,3	1.996,6	1.916,0	1.947,1

Tabella 3.2.3 - Ricavi e volumi dei pacchi non rientranti nel servizio universale

	Ricavi (in milioni di Euro)			Volumi (in milioni di pezzi)		
	2016	2017	2018	2016	2017	2018
Pacchi nazionali	2.265,0	2.703,2	3.092,8	292,4	377,8	446,8
Pacchi transfrontalieri	1.281,8	1.356,2	1.356,8	64,5	73,6	81,1
di cui in entrata	246,7	275,7	298,0	30,2	35,6	39,6
di cui in uscita	1.035,0	1.080,5	1.058,8	34,3	38,0	41,4
Totale	3.546,7	4.059,4	4.449,6	356,9	451,4	527,9

I servizi di posta e di pacchi non rientranti nel servizio universale: invii nazionali e transfrontalieri

In passato, nel mercato dei servizi postali non rientranti nel perimetro del servizio universale erano presenti operatori che, nella maggior parte dei casi, si specializzavano nella fornitura di lettere o di pacchi. A seguito dello sviluppo del commercio elettronico, sono aumentati sensibilmente i volumi di pacchi di piccola dimensione che possono essere facilmente processati in una tradizionale catena di produzione postale e possono essere consegnati nella cassetta delle lettere; per tale motivo, molti operatori che prima fornivano servizi postali tradizionali (lettere) hanno cominciato a fornire anche servizi pacchi e sono, quindi, attivi in entrambi i segmenti di mercato⁶⁰.

Nel segmento della posta (lettere) non inclusa nel perimetro del servizio universale (Tabella 3.2.2), il contributo degli invii nazionali nel 2018 è stato, in termini di ricavi,

pari al 93,5%: di questi, la quota rappresentata dagli invii multipli è aumentata rispetto all'anno precedente, fino ad arrivare al 92%. Una maggiore marginalità sembra scorgersi tra gli invii singoli: questi, infatti, pur rappresentando solo lo 0,9% dei volumi, contribuiscono per il 7,7% ai ricavi degli invii nazionali.

In relazione al segmento di mercato dei pacchi non rientranti nel servizio universale, dai dati in Tabella 3.2.3 è possibile osservare che, nel 2018 in termini di volume, circa l'85% della movimentazione è relativa a invii nazionali, che rappresentano poco più del 69% dei ricavi del comparto. Sempre nell'anno 2018, gli invii transfrontalieri in uscita, pur rappresentando solamente il 7,8% dei volumi, hanno generato circa il 24% dei ricavi. Rispetto al 2017, si registra inoltre una sensibile crescita dei pacchi in entrata, sia in termini di ricavi che di volumi, rispettivamente, dell'8,1% e dell'11,3%. Positivo anche il risul-

tato per i pacchi nazionali, con ricavi in crescita del 14,4%, mentre i rispettivi volumi segnano un +18,3%.

I dati raccolti mostrano che, nel corso del triennio considerato, il segmento più dinamico è quello relativo ai pacchi nazionali, che crescono in termini di ricavi del 36,5% e in volume del 52,8%, seguito dal segmento dei pacchi transfrontalieri in entrata (rispettivamente +20,8% e +31,1%).

I servizi di posta (lettere) e di pacchi non rientranti nel servizio universale: gli scenari competitivi

La Figura 3.2.5 riporta le quote di mercato in ricavi dei servizi di posta (lettere) che non rientrano nel perimetro del servizio universale e che quindi sono forniti in concorrenza dagli operatori postali. Poste Italiane detiene una quota pari a circa il 71,4%, in crescita del 2,9 per cento rispetto all'anno precedente, mentre risultano in calo le quote di mercato di tutti gli altri operatori postali

⁶⁰ La modalità operativa seguita dai soggetti di mercato può avvenire sia per sviluppo interno sia attraverso l'acquisizione di aziende già presenti sul mercato. Per esempio, a luglio 2018, Citypost ha acquisito Hermes Italia.