**III 5.1.A - L’evoluzione dei mercati delle telecomunicazioni tra realtà e prospettive**

*Principali trend del 2015*

- La spesa di famiglie ed imprese in servizi di telecomunicazione nel 2015 mostra una riduzione

dell’1,4% che risulta notevolmente più contenuta rispetto a quella dell’anno precedente (–6,5%).

- Continuano a contrarsi i tradizionali servizi voce (–8,2%), ma crescono le risorse derivanti dai servizi dati (+4,8%).

- Gli investimenti in infrastrutture di telecomunicazioni crescono consistentemente (+24% per la rete fissa, +15,5% per la rete mobile).

- La domanda inizia a seguire l’offerta; nel corso del 2015 sono raddoppiati gli accessi *ultrabroadband*.

- Aumenta la diffusione della larga banda mobile; il numero di SIM utilizzate anche per servizi dati ha superato quello delle SIM utilizzate esclusivamente per traffico vocale.

- Il quadro concorrenziale del 2015, nella rete fissa, evolve secondo dinamiche simili a quelle sperimentate l’anno precedente: ad una progressiva riduzione della quota di mercato di Telecom Italia si affianca una crescita dei principali competitor ed in particolare degli operatori di accesso *Fixed Wireless* (FWA) i quali, tuttavia, sotto il profilo quantitativo rappresentano un fenomeno ancora marginale.

- Il mercato sembra in attesa degli effetti, nella rete fissa, dell’entrata di Enel sul mercato della larga banda, e nelle telecomunicazioni mobili degli effetti derivanti dall’eventuale fusione tra gli operatori Wind e H3G.

- Il processo di convergenza tra telecomunicazioni di rete fissa e media inizia a registrare sviluppi

quantitativi di un certo rilievo; nel 2015 il traffico dati, a fronte di una crescita delle linee broadband complessivamente inferiore al 4%, evidenzia un aumento annuo di circa il 30%.

Nel settore delle telecomunicazioni nel 2015 è possibile ravvisare un freno alla flessione delle risorse complessive registrata negli anni precedenti, come misurato dal rapporto fra ricavi da servizi e Prodotto Interno Lordo, dalla riduzione nella flessione della spesa delle famiglie in servizi di TLC, mentre per gli investimenti in infrastrutture di rete fissa e mobile si può osservare un incremento del loro peso su quelli complessivi di un punto percentuale.

L’andamento generale dei ricavi nelle reti di telecomunicazioni fisse e mobili è fortemente influenzato dall’andamento dei prezzi dei servizi il quale, specificamente costruito per ottenere una misura sintetica dei prezzi dei servizi di telecomunicazioni, mostra negli ultimi anni un andamento nettamente più contenuto rispetto all’indice generale dei prezzi. Va evidenziato che nel corso del 2015 si è registrato un leggero aumento dell’indice dei prezzi delle telecomunicazioni (+1,37%) dovuto, in particolare, all’aumento dei prezzi dei terminali mobili (+2,3%) il quale – è bene precisare – è stato determinato dal miglioramento delle prestazioni e della qualità media dei terminali.

Per quanto riguarda la forza lavoro, nel 2015 si è nella sostanza arrestata la flessione degli addetti in atto da tempo, a seguito, principalmente, dei processi di riorganizzazione messi in atto dalle imprese negli anni precedenti per fare fronte al difficile quadro macroeconomico ed alla crescente competizione sui prezzi.

*Le dinamiche del settore*

Nel 2015, come già accennato in precedenza, le risorse degli operatori di telecomunicazione hanno continuato a ridursi, anche se in misura notevolmente più contenuta rispetto agli anni passati; la flessione, infatti, è risultata nel complesso mediamente pari all’1,5%, e lievemente più ampia per i servizi di rete fissa (–2,5%) rispetto a quelli di rete mobile (–0,5%), ma minore rispetto alla flessione del 7,7%, registrata tra il 2013 e il 2014.

Se si osserva la spesa dell’utenza residenziale ed affari, dal punto di vista dei tassi in servizi di rete fissa, si evidenzia una riduzione poco superiore al 2%, mentre per i servizi di rete mobile la flessione risulta più contenuta e pari allo 0,6%.

L’andamento dei ricavi delle due principali tipologie di servizi offerti alla clientela, servizi voce e accesso a banda larga, testimonia la profonda evoluzione che ha caratterizzato il settore negli ultimi anni. Infatti, mentre nel 2010 gli introiti derivanti da servizi voce ammontavano a quasi il doppio di quelli derivanti da servizi dati (18,21 miliardi di euro rispetto ai 9,35 miliardi), nel 2015 i ricavi sono arrivati ad eguagliarsi raggiungendo, per ciascuna tipologia di servizio, valori prossimi ai 10,5 miliardi di euro. È quindi possibile ipotizzare che a breve i ricavi da fornitura di servizi dati eccederanno quelli da servizi voce. Per quanto riguarda la componente dei ricavi attribuibile ai servizi *wholesale*, continua nel complesso la dinamica di riduzione (–2,1%), ma è da evidenziare come tale flessione abbia interessato, nel corso del 2015, i soli ricavi da servizi di rete fissa. I ricavi da servizi di rete mobile, infatti, si sono attestati sul medesimo livello dell’anno precedente (2,18 miliardi).

La dinamica esibita negli ultimi anni dai ricavi da servizi intermedi di rete fissa è legata sostanzialmente alla stabilizzazione dei prezzi dei servizi *wholesale* derivante dal consolidamento del percorso regolamentare intrapreso dall’Autorità nel 2013 e conclusosi con la delibera di analisi dei mercati dell’accesso n. 623/15/CONS, nonché alla riduzione dei volumi dei servizi intermedi che fanno maggior uso di infrastrutture dell’operatore *incumbent* (quali *bitstream* e WLR) ed i cui prezzi sono, di conseguenza, più elevati.

Alla dinamica dei ricavi da servizi all’ingrosso di rete fissa ha certamente contributo la riduzione dei prezzi dei servizi di interconnessione di rete fissa, che sono diminuiti di circa l’11%, e la riduzione dei volumi (–0,7%) dei servizi di accesso *wholesale* tradizionale (ULL, VULL, *shared* *access*, WLR e *bitstream*). Sulla dinamica dei ricavi da servizi di rete mobile degli ultimi due anni ha certamente inciso il *path* dei prezzi dei servizi di terminazione su rete mobile che prevede il consolidamento del loro prezzo a 0,98 €cent/min in via simmetrica per tutti gli operatori (delibera n. 497/15/CONS).

L’andamento dei ricavi *retail* per tipologia di clientela nel 2015 mostra una riduzione, su base annua, più marcata per il segmento affari (–1,8%) rispetto a quello residenziale (–1,2%). Si tratta, comunque, di variazioni nettamente più contenute rispetto a quelle registrate l’anno scorso, quando il segmento affari si era ridotto del 6% ed il segmento residenziale dell’8,2%.

Gli investimenti complessivi in infrastrutture mostrano una crescita superiore al 20%, arrivando a sfiorare, nel 2015, un ammontare di 7,4 miliardi di euro. Nello specifico, le attività d’investimento nella rete fissa sono aumentate del 24%, principalmente grazie agli investimenti di Telecom Italia e Vodafone, che sono cresciuti nel complesso di circa 700 milioni (+30%) rispetto allo scorso anno. Sono aumentati anche gli investimenti degli operatori FWA, che hanno raggiunto i 135 milioni con una crescita del 70% rispetto al 2014. Anche gli investimenti in infrastrutture nella rete mobile crescono in misura consistente rispetto all’anno precedente (+15,5%); basti pensare che gli investimenti di Telecom Italia e Vodafone, congiuntamente, hanno superato i 2,1 miliardi di euro. Diminuiscono, invece, in misura consistente (–50% circa) gli investimenti degli operatori mobili virtuali, anche se in termini assoluti tale riduzione appare marginale.

Con riferimento alla distribuzione della spesa per servizi di rete fissa e mobile delle famiglie e delle imprese tra i principali operatori, si osserva una relativa stabilità. Il peso dei primi tre operatori è in diminuzione, rispettivamente di 0,7 punti percentuali (Telecom Italia), di 0,2 punti percentuali (Vodafone) e di 0,1 punti percentuali (Wind); crescono le quote di mercato degli altri operatori, tra i quali H3G con +0,4 punti percentuali, Fastweb e la categoria “Altri” operatori con +0,3 punti percentuali e BT Italia +0,1 punti percentuali. In questo contesto, si evidenzia che l’Autorità ha recentemente approvato il primo capitolo dell’indagine conoscitiva concernente lo sviluppo delle piattaforme digitali e dei servizi di comunicazione elettronica, avviata con delibera n. 357/15/CONS dell’8 giugno 2015. Tale primo capitolo analizza le caratteristiche e l’evoluzione del mercato dei cosiddetti “*consumer communication services*” – applicazioni principalmente usate da *device* mobile che consentono lo scambio di contenuti vocali, messaggi, foto e video fra due o più utenti – per poi esaminare le problematiche di natura concorrenziale ad essi connesse al fine di formulare alcune ipotesi di intervento regolamentare.

*I mercati di rete fissa*

Nel 2015 si osserva, anche se con intensità inferiore allo scorso anno, una flessione negli introiti *retail* del 2,2%, attribuibile principalmente alla riduzione dei ricavi da servizi di telefonia vocale (–8,0%). Più nello specifico, per i servizi di telefonia voce i volumi si sono ridotti del 10,3% attestandosi su 49,4 miliardi di minuti; l’unica direttrice a crescere è quella relativa alle chiamate verso la rete mobile (+9,4%). Come già segnalato nella scorsa Relazione annuale, tale fenomeno può in parte essere ricondotto alla progressiva crescita delle offerte integrate di servizi fisso-mobile proposte dagli operatori presenti sia nel mercato della telefonia fissa, sia in quello della telefonia mobile.

I ricavi derivanti dai servizi dati, invece, evidenziano una crescita del 3,6%, superiore a quella, del 2,4%, registrata l’anno scorso; ciò è riconducibile sia all’aumento degli abbonamenti *broadband* su rete fissa la cui consistenza media nel corso del 2015, pari ad oltre 14,6 milioni, è aumentata del 3% rispetto al 2014, sia all’aumento della porzione di abbonamenti che prevede prestazioni di nuova generazione per i quali, solitamente, viene corrisposto un *premium price*. Al riguardo è interessante evidenziare come la consistenza media annua in termini percentuali dei collegamenti *broadband* con velocita superiore a 10 Mbps sia passata dal 19,2% al 24,9% delle linee totali e la consistenza media degli accessi *broadband* NGA si attesti su di un valore prossimo ad 1,1 milioni di unita, il che costituisce un incremento quasi pari al 100% rispetto all’anno precedente. L’aumento degli abbonati e della velocita media di connessione ha indotto una crescita del traffico dati su rete fissa che è possibile stimare per il 2015 in circa 8.500 Petabyte, un valore superiore del 28% rispetto al traffico del 2014.

Relativamente al quadro competitivo del mercato dei servizi *broadband* offerti a famiglie ed imprese, la quota di mercato di Telecom Italia continua a ridursi attestandosi, a fine 2015, su valori intorno al 47% delle linee a banda larga; si tratta di una riduzione di 1,2 punti percentuali rispetto al 2014.

I fattori socio-culturali e demografici che caratterizzano la diffusione, in Italia, delle tecnologie dell’informazione, e di Internet in particolare, sembrano non essere variati rispetto all’anno precedente: l’88% delle famiglie in cui vi è almeno un minorenne dispone di connessione a banda larga (fissa e mobile), ma solo il 18% delle famiglie dove vi sono ultrasessantacinquenni dispone di una accesso *broadband*. Allo stesso tempo, l’89,4% delle famiglie con almeno un componente laureato ha una connessione a banda larga, valore che scende al 51,7% delle famiglie in cui il titolo di studio più elevato è la licenza media.

La diffusione dei servizi di accesso a banda larga si attesta, su base nazionale, su valori pari al 24,49% della popolazione e al 57,7% delle famiglie. Se si volge invece lo sguardo agli accessi *ultrabroadband*, si rileva che la loro diffusione è pari al 2,4% della popolazione ed al 5,5% delle famiglie. Permangono, tuttavia, rilevanti differenze nella diffusione dei servizi a livello geografico che riportano la diffusione, nelle Province, dei servizi di accesso a banda larga e a banda ultralarga.

Nel complesso si conferma quanto già evidenziato nella Relazione annuale dello scorso anno; anche nel 2015, infatti, emerge il sostanziale divario tra le Province del Meridione e quelle del Centro Nord, anche se nel *ranking* delle 10 Province con la maggiore diffusione della banda larga e delle 10 Province con la minore diffusione della banda larga, che comunque conferma la polarizzazione fra Province del Centro-Nord e province del Sud, è possibile osservare la presenza di alcune province del sud e delle isole (Brindisi e Messina) fra le province virtuose.

Per quanto riguarda la diffusione nelle Province italiane di collegamenti potenzialmente a banda ultralarga, cioè delle linee di accesso in grado di garantire velocita superiori ai 30 Mbps, emerge un quadro ancora piuttosto disomogeneo; va comunque sottolineato come le unita immobiliari “passate” in rete primaria nel 2015 abbiano raggiunto il 33% (10,8 milioni di unita passate a fronte di 32,7 milioni di edifici), un valore in notevole crescita rispetto al 20% stimato nel 2014.

Sulla dinamica della copertura del territorio hanno influito, in maniera sostanziale, i piani di sostegno pubblico agli investimenti in infrastrutture di banda larga ed ultralarga; tali piani hanno consentito agli aggiudicatari delle gare tramite le quali vengono assegnati i contributi pubblici, di aumentare la copertura dei servizi di nuova generazione in molte Province del Mezzogiorno, soprattutto in Calabria ove, a livello provinciale, la copertura risulta superiore al 70% delle unità abitative, con un incremento rispetto all’anno precedente superiore al 100%. Si rammenta che il ricorso alla finanza pubblica per gli investimenti infrastrutturali è giustificato dalla bassa redditività degli investimenti nelle aree cosiddette a “fallimento di mercato” (tipicamente zone montuose, a bassa densità abitativa), ed è esplicitamente previsto dalla“Strategia Italiana per la banda ultralarga” approvata dal Governo italiano in data 3 marzo 2015. Questo spiega perché gli operatori preferiscono rivolgere i propri investimenti verso le aree metropolitane e le province più densamente abitate; nel 2015, nelle 23 Province in cui le unità abitative “passate” superavano le 100.000 unità si concentravano il 68% degli edifici “passati” ed il 48% della popolazione italiana.

Considerando la spesa complessiva di famiglie ed imprese in servizi da rete fissa, nel 2015 la quota di mercato di Telecom Italia si è attestata al 57,4%, con una riduzione di 1,1 punti percentuali rispetto al 2014. Se ne avvantaggiano in particolare Fastweb (+0,6 punti percentuali) e gli operatori minori (categoria“Altri” +0,5 punti percentuali), con la conseguente riduzione del livello di concentrazione nel mercato. Da evidenziare che i ricavi ottenuti dagli operatori di accesso *fixed wi-reless* sono cresciuti del 23% durante il 2015 arrivando a superare i 150 milioni di euro.

Riflessioni analoghe possono essere effettuate riguardo alla tipologia di utenza; il segmento residenziale risulta maggiormente concentrato rispetto a quello affari, con un peso di Telecom Italia superiore al 62%, anche se in calo, rispetto al 2014, di 0,4 punti percentuali. Più lontani, in termini di quota di mercato, si collocano gli operatori Wind e Vodafone, entrambi con una quota dell’11,9%, ma con il primo che perde 0,4 punti percentuali ed il secondo che invece la incrementa del medesimo ammontare. Per quanto riguarda il segmento affari, nonostante Telecom Italia mantenga la posizione di *market leader* con una quota del 52%, in calo di 2 punti percentuali rispetto al 2014, la pressione competitiva esercitata dagli operatori sembra essere più intensa, con Fastweb che rafforza la propria posizione guadagnando 1,3 punti percentuali rispetto al 2014, arrivando a detenere quasi il 18% del segmento, con BT Italia che si attesta vicino al 10% (+0,4 punti percentuali sul 2014), in crescita (+0,7 punti percentuali) anche molti operatori di piccola e media dimensione, i quali rivolgono la propria offerta commerciale principalmente all’utenza affari, che nel complesso detengono il 13,4% del segmento (categoria “Altri”).

I profondi mutamenti tecnologici che hanno caratterizzato le telecomunicazioni su rete fissa negli ultimi anni hanno portato nel 2015 i ricavi dai servizi a larga banda a superare quelli derivanti dalla fornitura dei tradizionali servizi voce. I primi, infatti, con una crescita del 4,2% hanno superato i 4,9 miliardi di euro, un valore che risulta, seppur di poco, superiore a quello del giro d’affari dei secondi. Di conseguenza, la pressione competitiva nella fornitura dei servizi dati è maggiore rispetto al segmento dei servizi voce, per cui il peso di Telecom Italia si ferma nel 2015 a poco meno del 40%, senza apprezzabili variazioni rispetto all’anno precedente. Fastweb rafforza la seconda posizione sfiorando il 27% (+0,6 punti percentuali), mentre si riduce il peso di Wind, Tiscali e BT Italia; la quota di Vodafone rimane invariata all’8,5%, mentre cresce la quota degli operatori di piccola e media dimensione che confluiscono nella categoria “Altri”. Da notare che le prime 4 imprese (Telecom Italia, Fastweb, Wind e Vodafone) congiuntamente rappresentano poco meno dell’88% del mercato.

*I mercati di rete mobile*

I mercati dei servizi di comunicazione su rete mobile negli ultimi anni sono stati caratterizzati da profondi mutamenti dovuti alla concomitante azione di più fattori tra i quali: l’azione regolatoria dell’Autorità, che si è articolata lungo le dimensioni dell’adeguamento dei prezzi *wholesale* al quadro normativo comunitario e della tutela dei consumatori; l’intensificazione della competizione tra gli operatori sui prezzi a livello *retail*; l’adeguamento tecnologico delle infrastrutture, tipico dei settori ad alta tecnologia, che si è manifestato attraverso l’espansione della copertura e la diffusione delle tecnologie LTE; il mutamento nello stile di consumo degli utenti, specie nell’uso di applicazioni ”*social”*; la riduzione della spesa media in servizi mobili delle famiglie, che non hanno ancora messo alle spalle la crisi che ha caratterizzato gli anni passati.

Tra il 2010 ed il 2015 i ricavi da servizi *retail*  hanno registrato nel complesso una riduzione superiore al 20%, che però si è articolata in maniera decisamente diseguale fra le varie tipologie di servizi: i ricavi da servizi voce, infatti, si sono ridotti del 43%, mentre i ricavi provenienti da servizi dati sono cresciuti del 13%. Appare opportuno segnalare come il crescente utilizzo in mobilita di *social network* e di servizi *web* abbia indotto l’utilizzo di *device* sempre più evoluti e, conseguentemente, una considerevole crescita dei ricavi da commercializzazione di terminali: si stima che a fine 2015 questa voce di ricavo si sia attestata intorno ad 1,6 miliardi di euro, con una crescita, rispetto al 2010, superiore al 60%.

Rispetto a quanto rilevato lo scorso anno, la riduzione dei ricavi complessivi sembra quasi essersi arrestata dal momento che questi registrano una flessione di soli 0,6 punti percentuali rispetto al valore del 2014. La dinamica dei ricavi risulta ancora fortemente condizionata dalla sensibile riduzione dei ricavi da servizi voce (–8%), la quale è però bilanciata dalla crescita dei ricavi da fornitura di servizi dati (+6,2%) e da altri servizi (+5,5%) fra i quali, come si diceva, prevalentemente la vendita di terminali e *smartphone*.

In termini di volumi, i servizi voce nel 2015 hanno registrato una crescita del 2,5%, comunque in riduzione rispetto all’incremento del 6% registrato nel corso del 2014. Analizzando con maggior dettaglio questi valori, si evince che a crescere sono le sole chiamate ”*off net”* (+15,9%); come già segnalato nella scorsa Relazione annuale, si tratta di un fenomeno legato alla riduzione dei prezzi di terminazione imposta dall’Autorità che ha reso inefficaci le strategie di fidelizzazione della clientela tipicamente praticate dagli operatori negli anni passati.

L’invio di SMS ha seguito dinamiche analoghe; a fronte di una flessione media dei volumi del 28,5% – dovuta principalmente alla crescente diffusione dei servizi di comunicazione mobile di tipo *“social”*– la direttrice “*on net*” si riduce di circa il 40%, quella “*off net*” mostra una riduzione di poco inferiore al 9%.

Relativamente ai ricavi da servizi voce, perdura il *trend* di flessione per tutte le direttrici considerate; la riduzione più ampia si è avuta per i servizi offerti su rete internazionale, mentre gli introiti da chiamate verso reti mobili nazionali, che rappresentano oltre il 70% dei ricavi del segmento in esame (direttrici *on net* e *off net*), si riducono del 7,9%.

Nel 2015, con riferimento ai servizi dati offerti dagli operatori mobili, i volumi di traffico sono stati pari a circa 730 Petabyte (+45% rispetto al 2014). La diffusione dei *social network* e dei servizi disponibili sul *web* determinano il *trend* di crescita del trafficodati; nel 2015 il consumo medio mensile è stato pari a 1,3 Gigabyte, valore più che doppio rispetto ai livelli del 2010, con una crescita su base annua non lontana dal 25% e per il periodo 2010 – 2015 di quasi il 117%.

Il numero di SIM con le quali gli utenti hanno navigato in rete ha, lo scorso anno, superato quello delle SIM che sono state utilizzate esclusivamente per i servizi voce; in parte questa dinamica è il risultato del processo di sostituzione fra servizi di messaggistica tradizionale e servizi di messaggistica *online*, indotto anche dalla capacita di questi ultimi di arricchire la comunicazione tra gli utenti con la condivisione istantanea, oltre che del testo, anche di suoni e immagini.

Per quanto riguarda i ricavi da servizi dati, questi mostrano una dinamica disomogenea tra i vari segmenti in conseguenza delle già citate “nuove” attitudini degli utenti: da una parte si registra una ulteriore e significativa flessione degli introiti da SMS (–18,7%), che si riducono a meno di un miliardo di euro, dall’altra, i servizi di accesso e navigazione in Internet continuano a crescere sensibilmente (+14,4%). Mentre nel 2005 gli introiti da SMS erano circa il triplo di quelli da altri servizi dati, nel 2010 i ricavi delle due tipologie di servizi si sono eguagliati (intorno ai 2,3 miliardi). Da allora i ricavi da altri servizi dati sono cresciuti quasi del doppio, arrivando a rappresentare, nel 2015, più del quadruplo dei ricavi da servizi tradizionali.

In relazione alla redditività delle SIM, i ricavi unitari fanno registrare un leggero incremento (da 143 a 145 euro/anno) rispetto all’anno precedente; tuttavia, è opportuno osservare che tale risultato non è dovuto all’aumento complessivo dei ricavi, che invece, come mostrato in precedenza, si sono ridotti dello 0,6%, ma dipende dalla riduzione del 2,3% della *customer base*, come misurata dal numero di SIM che nel 2015 è passato da 95,5 a 93,3 milioni.

Guardando alla composizione della spesa per utente, che come si è detto si riduce marginalmente attestandosi a 265 euro/anno nel 2015, si può osservare che la spesa per i servizi voce si riduce dell’8,3% raggiungendo i 111 euro/anno, mentre aumenta dell’ordine del 5-6% la spesa per servizi dati (che sfiorano i 100 euro/anno) e del 3,8% la spesa per terminali.

In particolare, i ricavi unitari registrano una flessione sia per i servizi voce (–10,4%), sia per i servizi dati (–21,5%). Con riferimento agli introiti unitari degli SMS si osserva invece una crescita non marginale (+13,2%). Tale risultato, in linea con quanto osservato l’anno precedente, sembra confermare una strategia delle imprese volta ad arginare la strutturale compressione dei volumi afferenti ad un servizio “tradizionale” derivante dalla diffusione di servizi di messaggistica *online* e che viene utilizzato, prevalentemente, da una clientela caratterizzata da bassi volumi di consumo, poco incline all’adozione di nuovi servizi e pertanto scarsamente sensibile alle variazioni di prezzo unitario, poco percepibili in termini di costo complessivo del servizio.

In relazione al livello di contendibilità dei mercati di telecomunicazione mobile, il quadro competitivo nel 2015 mostra una leggera flessione di Telecom Italia, che si conferma comunque quale *market leader* (32,2%), e di Vodafone (31%); risulta in aumento la quota di mercato di H3G (+0,6%) e, in misura minore, quella di Wind e degli MVNO. In conseguenza di queste dinamiche, la concentrazione settoriale si riduce rispetto al 2014.

Se ci si sofferma sulla distribuzione delle quote di mercato per categorie di utenza, si osservano livelli di concentrazione differenti.

Nel segmento residenziale, pur restando *market leader*, è solo l’operatore Vodafone a segnare una riduzione, pari a 1,1 punti percentuali, nella quota di mercato. Nel segmento della clientela affari, sono soprattutto Wind (+0,9 punti percentuali) e H3G (+0,7 punti percentuali) a trarre vantaggio dall’arretramento dei due principali operatori, in particolare di Telecom Italia (–1,5 punti percentuali) la cui quota di mercato scende al di sotto del 50%.

Con riferimento alla distribuzione delle quote di mercato tra gli operatori MNO e MVNO, nel 2015, non si registrano dinamiche particolarmente rilevanti rispetto alla cornice osservata lo scorso anno. Tra gli operatori infrastrutturati, i cosiddetti MNO, Telecom Italia si conferma quale *market leader* con il 33,6%, mentre della leggera flessione di Vodafone (–0,8%) se ne avvantaggia in particolare H3G (+0,7%). Guardando agli operatori mobili virtuali, i cosiddetti MVNO, si registra nel complesso una crescita del fatturato del 5,7% che si attesta su di un giro di affari pari 554 milioni di euro. Poste Mobile continua a rappresentare poco meno della metà del segmento in esame, mentre crescono Fastweb (+1,1%), con un business model basato sull’integrazione con l’offerta di servizi di rete fissa, e Lycamobile (+1,2%) che adotta un modello di business basato sui servizi offerti ai residenti non italiani.

Con specifico riferimento alle quote di mercato nei servizi “*core*” della telefonia mobile, rappresentati dai servizi voce e da quelli dati, il 2015 ha registrato dinamiche competitive decisamente meno accentuate rispetto a quanto osservato in passato. Nel dettaglio, Vodafone rafforza il proprio primato nel segmento dei servizi voce, mentre Telecom Italia registra un analogo risultato nel segmento dati. La quota di H3G cresce in entrambi i comparti, mentre la quota di Wind subisce una leggera erosione in entrambi i segmenti.

Accanto alla rappresentazione delle dinamiche di dettaglio, per le quali si rimanda all’Osservatorio sulle Comunicazioni dell’Autorità, un indicatore utile per la valutazione delle dinamiche competitive del mercato della telefonia mobile è rappresentato dall’andamento delle linee acquisite e dismesse e dall’utilizzo, da parte degli utenti, del servizio di *mobile number portability*. Con riferimento al primo aspetto, nel 2015 il numero di linee acquisite e dismesse dagli operatori mobili è stato pari a 50,3 milioni, con una riduzione dell’8,2%, rispetto all’anno precedente. L’indice di movimentazione dinamica fornisce una sintesi rappresentativa dell’intensità della competizione presente sul mercato. In media, la movimentazione in entrata ed in uscita rispetto alla base clienti si è ridotta dal 57,4% del 2014 al 53,9% del 2015, a conferma del raggiungimento di una relativa omogeneità nella struttura dei servizi offerti e, soprattutto, delle strategie di *pricing* – con valori unitari oramai difficilmente comprimibili ulteriormente – adottate dalle imprese. Tale andamento appare peraltro confermato dall’andamento dell’indice dei prezzi dei servizi relativi alla telefonia mobile che nel corso del 2015 ha mostrato una riduzione più contenuta rispetto all’anno precedente (0,6%).

Le operazioni complessive del servizio di *mobile number portability* nel 2015 hanno sfiorato i 90 milioni di unita, con una crescita di +12,1 milioni rispetto al 2014, in linea con quanto rilevato per il periodo 2013-2014 (+11 milioni). I volumi osservati nel corso degli anni confermano l’efficacia della delibera n. 147/11/CIR e della successiva delibera n. 651/13/CONS, che hanno previsto la riduzione dei tempi per l’attivazione del servizio di portabilità del numero e la sua gratuita per il cliente che lo richiede; ne consegue che l’indice di “mobilita” della *mobile number portability*, che misura la propensione al passaggio ad un nuovo operatore, segna un aumento di tre punti percentuali.