

COMUNICATO STAMPA

AGCOM: AVVIATA ANALISI DI MERCATO NEL SETTORE DELLA PUBBLICITÀ ONLINE IL PROCEDIMENTO AVVIATO IN ESITO ALL'INDAGINE CONOSCITIVA SUI BIG DATA

Il Consiglio dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, relatore il Presidente Angelo Marcello Cardani, ha deliberato l'avvio di un procedimento finalizzato all'individuazione e all'analisi del mercato rilevante, all'accertamento di posizioni dominanti o comunque lesive del pluralismo nel settore della pubblicità on line nonché all'eventuale adozione delle misure previste dall'articolo 43, comma 5, del decreto legislativo 31 luglio 2005, n. 177.

Il Testo Unico (come modificato dal decreto legislativo 15 marzo 2010, n. 44, all'art. 43, comma 9) impone all'Autorità di individuare i ricavi “da pubblicità on line e sulle diverse piattaforme anche in forma diretta, incluse le risorse raccolte da motori di ricerca, da piattaforme sociali e di condivisione” tra quelli da considerare ai fini della valorizzazione del Sistema Integrato delle Comunicazioni (SIC), nonché nell'ambito delle analisi sulle posizioni dominanti nei singoli mercati rilevanti che lo compongono.

La decisione dell'Autorità è stata adottata in concomitanza con la conclusione dell'indagine conoscitiva sui Big Data e la pubblicazione delle “Linee guida e Raccomandazioni di Policy”, redatte congiuntamente con l'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato e con il Garante per la Protezione dei Dati Personali. In particolare, il provvedimento conclude un lungo percorso di analisi e approfondimento, svolto negli ultimi anni da parte dell'Autorità, e che ha riguardato tra gli altri:

- le tematiche inerenti Internet e la pubblicità on line anche nel contesto del *programmatic advertising* (delibere nn. 19/14/CONS e 146/15/CONS);
- il consumo di informazione on line (“Rapporto sul consumo di informazione”);
- la disinformazione on line e gli approcci di autoregolazione al pluralismo on line (delibera n. 423/17/CONS, che ha istituito il Tavolo tecnico per la garanzia del pluralismo e della correttezza dell'informazione sulle piattaforme digitali);
- “Rapporto tecnico Le strategie di disinformazione online e la filiera dei contenuti fake”;
- L'interim Report nell'ambito dell'Indagine conoscitiva di cui alla delibera n. 309/16/CONS (“News vs. fake nel sistema dell'informazione”);
- Le “Linee guida per la parità di accesso alle piattaforme online durante la campagna elettorale”;

- il valore economico dei Big Data e il loro impatto su concorrenza e pluralismo (delibera n. 217/17/CONS);
- l'utilizzo dei Big Data ai fini della misurazione delle audience on line (delibera n. 168/19/CSP).

Il termine di conclusione del procedimento è di 180 giorni dalla data di pubblicazione del provvedimento sul sito web dell'Autorità che avverrà nei primi giorni del mese di settembre.

Roma, 29 luglio 2019