



AUTORITÀ PER LE
GARANZIE NELLE
AGCOM COMUNICAZIONI

COMUNICATO STAMPA

AGCOM: PUBBLICATO IL PRIMO RAPPORTO DELL'OSSERVATORIO SULLE TESTATE ONLINE NAZIONALI E LOCALI

Delineare per la prima volta in Italia un quadro accurato di una realtà poco conosciuta come quella delle testate esclusivamente online e monitorarne l'evoluzione: questi gli obiettivi della prima edizione dell'Osservatorio sulle Testate Online avviato dall'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni in collaborazione con ANSO e USPI.

Il Rapporto 2018, pubblicato oggi da Agcom, mostra prima di tutto la necessità di porre attenzione agli emergenti bisogni informativi, alle nuove modalità di offerta atte a soddisfarli e alle competenze richieste per sfruttare i nuovi strumenti disponibili, le piattaforme e l'interazione con gli utenti.

In particolare, il rapporto evidenzia come il settore, pur essendo caratterizzato da una elevata differenziazione del prodotto, presenti alcuni tratti generali di sistema. Innanzitutto, si riscontra la presenza di poche imprese di maggiori dimensioni, la cosiddetta "testa" della distribuzione del settore, e un'elevata presenza di piccoli editori, "coda lunga". Questa peculiare distribuzione, tipica di molti mercati Internet, è dovuta alla presenza di basse barriere all'entrata e, al contempo, elevati ostacoli al successivo sviluppo economico delle testate.

Il ricavo medio annuo degli editori che operano sul web è pari a 337.806 euro, ma la distribuzione per classi di fatturato è assai differenziata, tale da rendere il valor medio un dato poco indicativo delle peculiarità del settore. Nel caso delle testate online, si osserva come la "coda lunga" della distribuzione sia formata dal 68% dei soggetti attivi nel settore, imprese che fatturano annualmente meno di 100mila euro. Il dato medio di fatturato di questa parte

del settore è pari a circa 20mila euro, il che dimostra l'esistenza di una grossa fetta di editori che presentano carattere più amatoriale che commerciale.

La "testa" della distribuzione è, invece, formata da un 7% di editori web che fatturano mediamente circa 3 milioni di euro. Nel mezzo, vi è un quarto di soggetti che ricavano annualmente tra i 100mila e il milione di euro (mediamente oltre 300mila euro). In entrambi i casi, si tratta di aziende più strutturate che agiscono sul mercato in modo commerciale.

In termini quantitativi, l'Autorità stima che poco più della metà delle testate online è di tipo generalista, mentre il rimanente è più specialistico. Tra quelle specializzate, lo sport, soprattutto il calcio, è l'argomento più trattato, seguito dalla finanza e dalla scienza e tecnologia.

Tra le criticità è da evidenziare che le testate operanti esclusivamente in rete mostrano, anche rispetto a quelle tradizionali, una minore riconoscibilità e reputazione del marchio. Ciò rende attualmente impraticabile il finanziamento delle notizie, specie di attualità, attraverso modelli a pagamento. In questo contesto, la pubblicità online assume una rilevanza cruciale per l'informazione in rete. La differenziazione dei contenuti, la specializzazione in contesti territoriali, il raggruppamento delle testate (più piccole) in network pubblicitari, l'utilizzo delle piattaforme sociali per la viralizzazione di alcuni contenuti sono tutte risposte di mercato che hanno garantito una certa tenuta del comparto.

Roma, 13 aprile 2018