



**AGCOM: 17,1 MLD DI EURO IL VALORE COMPLESSIVO DEL SIC,
RADIOTV PESA PER IL 49,5%
Sky Italia al 15,1%; Rai al 13,7%; Mediaset del 13,3%;
Gruppo l'Espresso al 3,3; Google al 3,2%**

Nel 2015 il valore complessivo del Sistema integrato delle comunicazioni (Sic) risulta pari a 17,1 miliardi di euro, con una incidenza del settore sul Pil pari all'1,05%. L'area radiotelevisiva si conferma quale principale segmento del Sic, con un peso che nel 2015 è pari al 49,5%, mentre si riduce di un punto percentuale (dal 27,3% al 26,3%) l'incidenza dell'editoria nel suo complesso. Cresce il peso della pubblicità online (9,7%) e aumentano le risorse destinate al settore cinematografico (872 milioni, il 5,1% del Sic), mentre i ricavi imputabili alla pubblicità esterna sono valutati in 380 milioni (2,2% del Sic) e le aree relative al "below the line" (1,2 miliardi di euro) rimangono sostanzialmente stabili e rappresentano il 7,2% del Sic.

È quanto emerge dalla chiusura del procedimento per la valutazione delle dimensioni economiche del Sistema Integrato delle Comunicazioni per l'anno 2015 e deliberato oggi dal Consiglio dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni ([delibera n. 10/17/CONS](#)).

Sulla base delle informazioni raccolte e dei dati consolidati forniti *ad hoc* dai maggiori gruppi di comunicazione, Agcom ha determinato la distribuzione delle quote dei principali soggetti presenti nel Sic, da cui emerge che nessuno di essi realizza nel 2015 ricavi superiori al limite del 20% stabilito dall'art. 43, comma 9 del Testo Unico dei Servizi di Media Audiovisivi e Radiofonici (TUSMAR). A tale riguardo, viene evidenziato che i principali gruppi operanti nelle aree economiche che compongono il Sic rappresentano congiuntamente - con circa 10 miliardi di euro - il 59% delle risorse totali.

In particolare, la quota più rilevante è detenuta dal gruppo 21 Century Fox con il 15,4% (Sky Italia 15,1%, Fox Network Group Italy 0,3%), seguita da Fininvest, 14,9% (di cui Mediaset 13,3%, Arnoldo Mondadori editore 1,4%); Rai - Radio Televisione Italiana, 13,7%;



AUTORITÀ PER LE
GARANZIE NELLE
AGCOM COMUNICAZIONI

Gruppo Editoriale l'Espresso, 3,3%; Google, 3,2%; RCS MediaGroup, 3%; Seat Pagine Gialle, 1,4%; Facebook, Gruppo 24 Ore e Cairo Communication, 1,3%.

Ulteriori approfondimenti sono disponibili sul sito di Agcom all'indirizzo <https://www.agcom.it/focus>

Roma, 12 gennaio 2017