



AUTORITÀ PER LE
GARANZIE NELLE
COMUNICAZIONI

COMUNICATO STAMPA

SIC 2012: ricavi complessivi a 19 miliardi di euro (-6,2% sul 2011)

Avviata indagine conoscitiva su "Informazione e Internet in Italia: modelli di business, consumi e professioni"

Il Consiglio dell'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni, presieduto da Angelo M. Cardani, ha approvato oggi la valutazione delle dimensioni economiche del Sistema Integrato delle Comunicazioni (SIC) relativa all'anno 2012.

Nel 2012, il valore complessivo del SIC è pari a circa 19 miliardi di euro (v. Tabella 1), rispetto ai 20 miliardi di euro circa raggiunti nel 2011. Ciò equivale ad un decremento annuo del settore delle comunicazioni pari al 6,2%, andamento negativo ancora più marcato di quello registrato, nel 2012, dall'intera economia nazionale.

L'area radiotelevisiva (anche sul *web*) rappresenta, con il 47,3% (pari a circa 9 miliardi di euro), l'ambito con la maggiore incidenza sul totale delle risorse economiche. Seguono l'editoria quotidiana, l'editoria periodica e le agenzie di stampa (anche sul *web*), con il 28,4% (circa 5,4 miliardi di euro). Il comparto editoriale è completato dai ricavi derivanti da editoria annuaristica e altra editoria elettronica (anche sul *web*), pari complessivamente a circa 451 milioni di euro (2,4% del SIC).

I ricavi relativi alla pubblicità *online*, individuata quest'anno per la prima volta, alla luce delle modifiche apportate all'articolo 43, comma 10, del Testo unico dei servizi di media audiovisivi e radiofonici, ammontano a circa 1,5 miliardi di euro.

Seguono poi il settore cinematografico con circa 940 milioni di euro e la pubblicità esterna, che, nel 2012, incide per il 2% circa sui ricavi complessivi del SIC (374 milioni di euro).



Quanto alle iniziative di comunicazione di prodotti e servizi e alle sponsorizzazioni, queste aree raggiungono complessivamente 1,4 miliardi di euro, pari al 7,1% del totale delle risorse.

Tabella 1 - Ricavi complessivi del SIC e delle relative aree economiche

Aree economiche	Ricavi (mln €)		Incidenza sul totale 2012 (%)
	2011(*)	2012	
1. Servizi di media audiovisivi e radio anche sul web	9.719,73	9.021,74	47,32%
2. Editoria quotidiana e periodica (e agenzie di stampa) anche sul web	6.290,68	5.415,45	28,41%
3. Editoria annuaristica e altra editoria elettronica anche sul web	478,82	450,62	2,36%
4. Pubblicità online	672,33	1.503,30	7,89%
5. Cinema	1.076,52	939,57	4,93%
6. Pubblicità esterna	428,00	374,00	1,96%
7. Iniziative di comunicazione di prodotti e servizi	620,00	508,40	2,67%
8. Sponsorizzazioni	1.037,00	850,34	4,46%
Totale	20.323,08	19.063,4	100,00%

(*) Con riferimento all'anno 2011, i ricavi relativi ad alcune aree economiche non corrispondono ai valori delle medesime aree contenuti nella delibera n. 220/13/CONS, in ragione dell'utilizzo, nella presente delibera, di un diverso criterio di ripartizione dei suddetti ricavi.

Sulla base delle precedenti informazioni nonché dei dati consolidati forniti dai maggiori gruppi di comunicazione, è possibile misurare la distribuzione delle quote dei principali operatori nel SIC.



La Tabella 2 illustra la composizione di tali quote, dalla quale emerge come nessuno dei soggetti considerati realizzati, per il 2012, ricavi superiori al limite del 20% indicato nel Tusmar.

In particolare, le imprese che fanno riferimento al gruppo Fininvest (Mediaset e Arnoldo Mondadori Editore), nel 2012, raggiungono complessivamente il 14,92%, seguite dal gruppo 21st Century Fox con il 14,26% - costituito da Sky Italia (13,96%) e Fox International Channels Italy (0,30%) - e Rai con il 13,20%. Seguono poi, con una quota di gran lunga inferiore, il Gruppo Editoriale L'Espresso (4,13%) e il gruppo RCS Mediagroup (3,68%). La rimanente quota del SIC, pari al 49,81%, per l'anno 2012, è riconducibile ai restanti operatori, tra cui Seat Pagine Gialle, Google, Cairo Communication, Gruppo 24 Ore, Caltagirone Editore, Monrif, Class Editori e De Agostini.

Tabella 2 - Principali soggetti operanti nel SIC

	Incidenza sulle risorse complessive del SIC 2012 (%)
Fininvest	14,92%
<i>Mediaset</i>	13,16%
<i>Arnoldo Mondadori Editore</i>	1,74%
21st Century Fox	14,26%
<i>Sky Italia</i>	13,96%
<i>Fox International Channels Italy</i>	0,30%
RAI Radiotelevisione Italiana	13,20%
Gruppo Editoriale L'Espresso	4,13%
RCS Mediagroup	3,68%
Altri operatori	49,81%
Totale	100,00%



AUTORITÀ PER LE
GARANZIE NELLE
COMUNICAZIONI

Sempre nella sua riunione odierna il Consiglio ha avviato l'indagine conoscitiva "Informazione e internet in Italia. Modelli di business, consumi, professioni". L'indagine è volta ad approfondire le caratteristiche e le dinamiche dell'offerta e della fruizione di contenuti e servizi di informazione in Italia, con specifico riguardo al mutamento delle attività di ricerca, fornitura e fruizione di contenuti informativi indotto dal crescente utilizzo di internet e dai processi di profonda digitalizzazione in atto, e ad analizzare i nuovi modelli di organizzazione industriale che ne derivano.

Tale indagine si colloca come ulteriore approfondimento dell'analisi recentemente conclusa dall'Autorità in materia di servizi internet e pubblicità *online* (di cui alla delibera n. 19/14/CONS).

Roma, 13 marzo 2014