



COMUNICATO STAMPA

SIC 2014: ricavi complessivi a 17 miliardi di euro (-2,8% sul 2013)

Il Consiglio dell'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni, presieduto da Angelo M. Cardani, ha approvato la valutazione delle dimensioni economiche del Sistema Integrato delle Comunicazioni (SIC) relativa all'anno 2014.

Nel 2014, il valore complessivo del SIC è pari a circa 17 miliardi di euro (v. Tabella 1), registrando una flessione del 2,8% rispetto al 2013.

L'area dei servizi di media audiovisivi e radiofonici (anche sul web) rappresenta, con il 49,2% (pari a oltre 8 miliardi di euro), l'ambito con la maggiore incidenza sul totale delle risorse economiche.

Seguono l'editoria quotidiana e periodica (e le agenzie di stampa) anche sul web, con il 25,9% (oltre 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 235 milioni di euro (1,4% del SIC).

I ricavi relativi alla pubblicità online ammontano a 1,6 miliardi di euro (9,5% del SIC).

Il settore cinematografico, con 811 milioni di euro, rappresenta il 4,7% del totale, mentre la pubblicità esterna, che, nel 2014, incide per il 2,1% sui ricavi complessivi del SIC, vale 364 milioni di euro.

Quanto alle iniziative di comunicazione di prodotti e servizi e alle sponsorizzazioni, queste aree raggiungono complessivamente 1,2 miliardi di euro, pari al 7,2% del totale delle risorse.

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

Aree economiche	Ricavi (mln €)		Var. %	Distribuzion e %	
	2013	2014		2013	2014



AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI

1. Servizi di media audiovisivi e radio anche sul web	8.652	8.435	-2,5	49,1	49,2
2. Editoria quotidiana e periodica (e agenzie di stampa) anche sul web	4.783	4.447	-7,0	27,1	25,9
3. Editoria annuaristica e altra editoria elettronica anche sul web	267	235	-12,0	1,5	1,4
4. Pubblicità online	1.483	1.624	9,5	8,4	9,5
5. Cinema	869	811	-6,6	4,9	4,7
6. Pubblicità esterna	352	364	3,4	2,0	2,1
7. Iniziative di comunicazione di prodotti e servizi	442	422	-4,5	2,5	2,5
8. Sponsorizzazioni	789	799	1,2	4,5	4,7
Totale	17.637	17.137	-2,8	100,0	100,0

Fonte: elaborazioni AGCOM su dati aziendali e fonti varie

Per quel che attiene alla distribuzione delle quote dei principali soggetti presenti nel SIC, emerge come nessuno di essi realizzi, nel 2014, ricavi superiori al limite di cui all'articolo 43, comma 9, del *Tusmar* (v. Tabella 2).

In particolare, si evidenzia come nel 2014 il gruppo 21st Century Fox, con una quota del 15,7%, si conferma quale principale soggetto presente nel SIC.

Il peso delle imprese che fanno riferimento al gruppo Fininvest è pari al 14,7%. Seguono il gruppo RAI (13,5%), il Gruppo Editoriale L'Espresso (3,6%) e RCS Mediagroup (3,0%).

La rimanente quota del SIC, pari al 49,5% nel 2014, è riconducibile ai restanti operatori (tra cui Google, Seat Pagine Gialle, Cairo Communication, Gruppo 24 Ore, Facebook, Caltagirone Editore, Monrif, Discovery Italia, Edizioni Condè Nast, QVC Italia).

Tabella 2 - Principali soggetti operanti nel SIC (%)

	2013	2014
--	-------------	-------------



AUTORITÀ PER LE
GARANZIE NELLE
COMUNICAZIONI

21st Century Fox	15,0	15,7
- <i>Sky Italia</i>	14,6	15,4
- <i>Fox International Channels Italy</i>	0,4	0,3
Fininvest ⁽¹⁾	14,9	14,7
- <i>Mediaset</i>	13,1	13,0
- <i>Arnoldo Mondadori editore</i>	1,8	1,5
RAI Radiotelevisione Italiana	14,1	13,5
Gruppo Editoriale L'Espresso	3,7	3,6
RCS Mediagroup	3,2	3,0
Altri operatori	49,1	49,5
Totale	100,0	100,0

Fonte: elaborazioni AGCOM su dati aziendali

¹La presente quota include anche i ricavi realizzati dalla società controllata Mediamond S.p.A.

Roma, 18 dicembre 2015