



AUTORITÀ PER LE
GARANZIE NELLE
COMUNICAZIONI

COMUNICATO STAMPA

Approvata la valutazione del SIC per il 2009

Ricavi complessivi pari a 23 miliardi di euro (- 5,2% rispetto al 2008)

Il Consiglio dell'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni, presieduto da Corrado Calabrò, ha approvato oggi la valutazione delle dimensioni del Sistema Integrato delle Comunicazioni (SIC) relativa all'anno 2009.

Il Sistema Integrato delle Comunicazioni nel 2009

Nel 2009, il valore complessivo del Sistema Integrato delle Comunicazioni si è attestato sui 23 miliardi di euro (v. Tabella 1). L'area radiotelevisiva rappresenta, con il 40,4% (pari a circa 9,3 miliardi di euro), l'ambito con la maggiore incidenza sul totale delle risorse economiche. Segue la stampa, quotidiana e periodica, con il 28,5%, pari a circa 6,5 miliardi di euro.

Il comparto editoriale è completato dai ricavi derivanti dall'editoria annuaristica e da quella elettronica, pari complessivamente a circa 1,3



miliardi di euro (5,8% del SIC). L'ammontare raggiunto dal settore cinematografico è invece pari a 1,2 miliardi di euro. Completa l'area classica del comparto pubblicitario la pubblicità esterna, che, nel 2009, incide per il 2,1% sui ricavi complessivi del SIC (492 milioni di euro).

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

Aree economiche	Ricavi (Mln €)		Δ 2008/2009	Incidenza sul totale (2009)
	2008	2009		
1. Servizi di media audiovisivi e radio	9.465,14	9.287,15	-1,9%	40,4%
2. Stampa quotidiana e periodica (e agenzie di stampa)	7.426,90	6.554,51	-11,7%	28,5%
3. Editoria annuaristica ed elettronica anche per il tramite di internet	1.360,15	1.341,91	-1,3%	5,8%
4. Cinema	1.328,28	1.224,14	-7,8%	5,3%
5. Pubblicità esterna	602,00	492,00	-18,3%	2,1%
6. Iniziative di comunicazione di prodotti e servizi	3.770,05	3.821,87	1,4%	16,6%
7. Sponsorizzazioni	295,65	271,86	-8,0%	1,2%
Totale	24.248,16	22.993,44	-5,2%	100,0%

Fonte: elaborazioni Agcom su dati aziendali e fonti varie

Quanto alle iniziative di comunicazione di prodotti e servizi e alle sponsorizzazioni, queste aree superano complessivamente i 4 miliardi di euro, pari a circa il 17,8% del totale delle risorse.



L'andamento negativo del SIC nel suo complesso appare in linea con il decremento del PIL registrato a livello nazionale e tale riduzione ha riguardato soprattutto il comparto pubblicitario.

I principali soggetti operanti nel SIC

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 abbia realizzato, per il 2009, ricavi superiori ai limiti di cui all'articolo 43, comma 9, del Testo unico sulla radiotelevisione (20% del SIC).

A tal riguardo, sempre con riferimento alle risorse complessive del Sistema Integrato delle Comunicazioni, si osserva che i 6 principali gruppi operanti nel SIC (Fininvest, RAI, News Corporation, RCS Mediagroup, Gruppo Editoriale L'Espresso e Seat Pagine Gialle) rappresentano congiuntamente, con 11 miliardi di euro circa, il 48% di tale aggregato.



Tabella 2 - Principali soggetti operanti nel SIC

	Incidenza sulle risorse complessive del SIC	
	2008	2009
Fininvest	13,75%	13,34%
<i>Mediaset</i>	11,35%	11,40%
<i>Arnoldo Mondadori Editore</i>	2,40%	1,95%
RAI Radiotelevisione Italiana	11,93%	11,80%
News Corporation	10,58%	11,58%
<i>Sky Italia</i>	10,34%	11,32%
<i>Fox International Channels Italy</i>	0,24%	0,26%
RCS Mediagroup	4,71%	4,12%
Gruppo Editoriale L'Espresso	3,99%	3,68%
Seat Pagine Gialle	3,90%	3,67%
Altri operatori	51,14%	51,79%
Totale	100,00%	100,00%

Fonte: elaborazioni Agcom su dati aziendali

Più in dettaglio, le imprese che fanno riferimento al gruppo Fininvest (Mediaset e Arnoldo Mondadori Editore), nel 2009, raggiungono complessivamente il 13,34%, seguite da Rai con l'11,80% e dal gruppo News Corporation con l'11,58% - costituito da Sky Italia (11,32%) e Fox International Channels Italy (0,26%). Seguono poi, con una quota di gran lunga inferiore, il gruppo RCS Mediagroup (4,12%), il Gruppo Editoriale L'Espresso (3,68%) e Seat Pagine Gialle (3,67%).

Roma, 23 marzo 2011