

## **DELIBERA N. 113/14/CONS**

### **AVVIO DI UNA INDAGINE CONOSCITIVA SU “INFORMAZIONE E INTERNET IN ITALIA. MODELLI DI BUSINESS, CONSUMI, PROFESSIONI”**

#### **L'AUTORITÀ**

NELLA riunione di Consiglio del 13 marzo 2014;

VISTA la legge 31 luglio 1997, n. 249, recante “*Istituzione dell’Autorità per le garanzie nelle comunicazioni e norme sui sistemi delle telecomunicazioni e radiotelevisivo*”;

VISTO il decreto legislativo 31 luglio 2005, n. 177, recante “*Testo unico dei servizi di media audiovisivi e radiofonici*”, di seguito denominato *Tusmar*;

VISTO il decreto legge 18 maggio 2012, n. 63, recante “*Disposizioni urgenti in materia di riordino dei contributi alle imprese editrici, nonché di vendita della stampa quotidiana e periodica e di pubblicità istituzionale*”, convertito con modificazioni dalla legge 16 luglio 2012, n. 103;

VISTA la delibera n. 555/10/CONS, del 28 ottobre 2010, recante “*Procedimento per l’individuazione dei mercati rilevanti nell’ambito del Sistema Integrato delle Comunicazioni*”;

VISTA la delibera n. 551/12/CONS, del 21 novembre 2012, recante “*Chiusura dell’indagine conoscitiva sul settore della raccolta pubblicitaria, avviata con delibera n. 402/10/CONS*”;

VISTA la delibera n. 19/14/CONS, del 21 gennaio 2014, recante “*Chiusura dell’indagine conoscitiva sul settore dei servizi internet e della pubblicità online, avviata con delibera n. 39/13/CONS*”;

CONSIDERATO quanto segue:

1) come evidenziato dall’Autorità per le garanzie nelle comunicazioni, di seguito denominata Autorità, nell’allegato A alla delibera n. 19/14/CONS, l’informazione online non solo “*rappresenta un elemento centrale del sistema dell’informazione di qualsiasi*

*Paese democratico*” ma è anche “*una tipologia di offerta informativa al pubblico distinta rispetto a quella tradizionale*”;

2) in Italia, *internet* rappresenta il terzo mezzo, dopo la televisione e i quotidiani, più utilizzato per reperire informazioni, e lo stesso si configura come una fonte di primaria importanza soprattutto per la ricerca di notizie inerenti l’attualità internazionale e nazionale, al punto che, per questa tipologia di informazioni, *internet* è già diventato il secondo mezzo per importanza ai fini della tutela del pluralismo (cfr. allegato A alla delibera n. 19/14/CONS);

3) la crescita esponenziale della piattaforma *internet* quale strumento di informazione globale costituisce uno degli aspetti più rilevanti del nuovo contesto tecnologico e di mercato;

4) la centralità e la specificità dell’informazione *online*, unitamente alla quantità crescente di contenuti informativi disponibili in rete, richiedono una attenta valutazione da parte dell’Autorità, oltre che l’impiego di sofisticati strumenti di indagine e di approfondimento;

5) quest’ultima esigenza appare tanto più rafforzata - come ancora evidenziato dall’Autorità nell’allegato A alla delibera n. 19/14/CONS - dalla circostanza che “*internet ha indebolito la natura stessa del modello di offerta tradizionale basato sull’aggregazione di contenuti da parte della piattaforma informativa*”, dal momento che il modello di offerta tipico del *web* si caratterizza per la disaggregazione dei contenuti informativi tradizionali e la successiva riaggregazione degli stessi attraverso nuovi soggetti che operano direttamente nell’informazione, ovvero offrono servizi *web* orizzontali (motori di ricerca, portali, *social network*);

6) siffatti cambiamenti nelle caratteristiche dell’offerta informativa, secondo quanto emerso nell’ambito dell’indagine di cui alla delibera n. 19/14/CONS, modificano completamente l’esperienza del consumatore, in quanto “*meno guidata dall’editore*”, e l’attività giornalistica “*si adegua al consumo del mezzo ed alla sua struttura di mercato, producendo articoli e servizi che si distinguono da quelli tradizionali per impostazione, lunghezza e termini utilizzati*”;

7) più in generale, “*la velocità e l’entità dei mutamenti in atto sono tali da aver rivoluzionato la struttura del settore mondiale dell’informazione [...], agendo sulle barriere all’ingresso, sul ciclo di vita del prodotto, sulle fonti di reddito, sulla struttura dei costi e sulla natura stessa del giornalismo*” (cfr. allegato A alla delibera n. 19/14/CONS);

8) tale ultimo fenomeno investe profondamente l’esercizio della professione giornalistica, nella sua funzione classica di “tramite” tra la notizia e il pubblico, richiedendo, pertanto, un approfondimento circa la qualità e il valore dell’informazione

offerta, la sua autorevolezza e la sua attendibilità, con quanto ne discende in relazione alle modalità di ricerca, utilizzo e interpretazione delle fonti;

9) per tutto quanto anzidetto, *internet* è un mezzo rilevante, sia sotto il profilo concorrenziale, sia sotto quello del pluralismo informativo, come ripetutamente sottolineato dall’Autorità (cfr. delibere nn. 555/10/CONS, 551/12/CONS e 19/14/CONS);

10) è, dunque, necessario procedere ad un’apposita indagine conoscitiva volta ad esaminare le caratteristiche e le nuove dinamiche dell’offerta di contenuti e servizi di informazione in Italia, sia da parte degli operatori attivi su *internet*, sia da parte degli operatori tradizionali, nonché le peculiarità che contraddistinguono la domanda di informazione, rivolta al *web* e ai mezzi classici;

11) detta indagine – anche al fine di prospettare possibili interventi legislativi – deve, in particolare, approfondire il fenomeno della trasformazione delle attività di ricerca, fornitura e fruizione di contenuti informativi, tenendo conto del crescente utilizzo di *internet* e dei processi di profonda digitalizzazione in atto, ed analizzare i nuovi modelli di organizzazione industriale e professionale che ne derivano, mettendo in luce le eventuali criticità sotto il profilo del pluralismo delle fonti, nonché dell’attendibilità e dell’autorevolezza delle informazioni;

UDITA la relazione del commissario Antonio Martusciello, relatore ai sensi dell’art. 31 del Regolamento concernente l’organizzazione e il funzionamento dell’Autorità;

## **DELIBERA**

### **Articolo 1**

1. È avviata l’indagine conoscitiva “*Informazione e internet in Italia. Modelli di business, consumi, professioni*”, intesa 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 indotti 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, mettendo in luce le eventuali criticità sotto il profilo del pluralismo delle fonti, nonché dell’attendibilità e dell’autorevolezza delle informazioni.

2. La Direzione cui è affidato l’incarico di svolgimento dell’indagine è la Direzione Analisi dei Mercati, Concorrenza e Studi e, in particolare, l’Ufficio Mercati Audiovisivi e SIC. Il responsabile del procedimento è il dottor Fernando Bruno.

3. Nel corso dell'indagine conoscitiva possono essere richiesti dati ed informazioni e, altresì, disposte audizioni delle parti interessate, su richiesta di queste ultime o dell'Autorità stessa, nonché avviate collaborazioni con Istituti di ricerca, universitari nazionali ed internazionali e con le associazioni professionali e di categoria rappresentative del settore dell'informazione.

4. Il termine di conclusione dell'indagine conoscitiva è di trecentosessantacinque giorni dalla data di pubblicazione della presente delibera sul sito *web* dell'Autorità.

La presente delibera è pubblicata sul sito *web* dell'Autorità [www.agcom.it](http://www.agcom.it).

Roma, 13 marzo 2014

**IL PRESIDENTE**  
Angelo Marcello Cardani

**IL COMMISSARIO RELATORE**  
Antonio Martusciello

Per attestazione di conformità a quanto deliberato  
**IL SEGRETARIO GENERALE**  
Francesco Sclafani