



AUTORITÀ PER LE
GARANZIE NELLE
COMUNICAZIONI

Comunicato stampa

19,4 mld di euro il valore complessivo del Sistema Integrato delle Comunicazioni (SIC) nel 2022. Pubblicità online supera quella offline. Piattaforme nelle prime posizioni

Data

18/12/2024 - 14:30

Data di pubblicazione

18/12/2024 - 14:26

Nella seduta odierna, l'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni ha accertato il valore economico complessivo del Sistema Integrato delle Comunicazioni (SIC) per l'anno 2022, come previsto dal decreto legislativo 8 novembre 2021, n. 208 (*Tusma*). Tale valore è stato stimato in 19,4 miliardi di euro, pari all'1% del PIL.

Quanto alla distribuzione delle fonti di ricavi che compongono il valore complessivo del SIC per l'anno 2022, dall'analisi emerge con chiarezza il primato della pubblicità online (6,3 miliardi nel 2022, pari al 32,6% del SIC), con una crescita che prosegue a ritmi sostenuti (+55% in due anni) e un divario sempre più pronunciato rispetto alle risorse pubblicitarie sui mezzi tradizionali (che rimangono costanti rispetto all'anno precedente, per un valore di 4,98 miliardi, pari al 29,6%).

I ricavi derivanti dai *fondi pubblici* incidono per il 12,2% sul valore del SIC, mentre quelli riferibili alla *vendita diretta di prodotti e servizi* incidono per il 29,4%, con un aumento consistente dei ricavi delle offerte televisive a pagamento su Internet, a fronte della dinamica negativa, sia dei ricavi generati dagli abbonamenti alla *pay tv* satellitare, sia degli introiti ottenuti dalla vendita di copie di quotidiani.

Composizione del valore economico del Sic

| Ricavi ex art. 51, co. 2 Tusma | MIn € | Incidenza sul totale |
|--|-------|----------------------|
| Finanziamento di servizio pubblico radiotelevisivo, al netto dei diritti dell'erario | 1.864 | 9,6% |
| Pubblicità nazionale e locale anche in forma diretta, televendite e sponsorizzazioni di cui all'art. 3, co. 1, lett. ss) | 4.981 | 25,7% |
| Convenzioni con soggetti pubblici a carattere continuativo e provvidenze pubbliche erogate direttamente ai soggetti | 507 | 2,6% |

esercenti le attività indicate all'art. 3, co. 1, lett. z) del
Tusma

| | | |
|--|---------------|---------------|
| Offerte di servizi di media audiovisivi, radiofonici e di piattaforma di condivisione di video a pagamento | 3.155 | 16,3% |
| Abbonamenti e vendita di quotidiani e periodici inclusi i prodotti librari e fonografici commercializzati in allegato | 1.884 | 9,7% |
| Agenzie di stampa a carattere nazionale | 123 | 0,6% |
| Editoria elettronica anche per il tramite di internet | 208 | 1,1% |
| Pubblicità online e sulle diverse piattaforme anche in forma diretta, incluse le risorse raccolte da motori di ricerca, da piattaforme sociali e di condivisione | 6.311 | 32,6% |
| Utilizzazione delle opere audiovisive e cinematografiche nelle diverse forme di fruizione del pubblico | 328 | 1,7% |
| TOTALE SIC | 19.360 | 100,0% |

Ai fini della trasparenza e della conoscibilità del mercato, nel provvedimento l'Autorità, sulla base delle informazioni raccolte e tenuto conto della dimensione complessiva e degli assetti nel SIC, ha determinato la distribuzione delle quote dei soggetti che operano in esso, dando evidenza di quelle relative di chi nel 2022 deteneva una quota almeno pari all'uno per cento dei ricavi complessivi del SIC. Dall'analisi dell'Autorità, con riguardo alle ipotesi che a norma dell'articolo 51 del *Tusma* costituiscono indici sintomatici di posizioni di mercato potenzialmente lesive del pluralismo, emerge come nessuno degli operatori nel 2022 realizzi ricavi superiori alla soglia del 20%, per quanto si rilevi che le quote dei primi due operatori si attestano su valori superiori al 10% e quelle del terzo e quarto operatore superano l'8%.

I soggetti che detengono quote almeno pari all'1% sono dodici e rappresentano congiuntamente, con 13,3 miliardi di euro, il 69% del SIC, mentre il restante 31% delle risorse complessive è caratterizzato dalla presenza di una platea di soggetti piuttosto ampia con quote pari o inferiori all'1%.

In tale contesto, RAI si colloca in prima posizione, con un'incidenza dei propri ricavi sul SIC del 13,1%, mentre Alphabet/Google con un peso del 11,3% sulle risorse complessive, raggiunge il secondo posto. Seguono il gruppo Comcast/Sky e il Gruppo Fininvest, con quote di poco inferiori al 10%.

Principali soggetti operanti nel Sic (% sul totale: 2022)

| Principali soggetti operanti nel Sic (% sul totale: 2022) | Incidenza sul totale Sic |
|--|--------------------------|
| Rai | 13,1% |
| Alphabet/Google | 11,3% |
| Comcast/Sky | 9,9% |
| Fininvest | 9,8% |

| | |
|------------------------|---------------|
| Meta/Facebook | 7,6% |
| Amazon | 3,7% |
| Cairo Communication | 3,5% |
| Netflix | 3,2% |
| GEDI Gruppo Editoriale | 2,7% |
| DAZN | 1,9% |
| Warner Bros. Discovery | 1,2% |
| Telecom Italia | 1,0% |
| Altri | 31,0% |
| Totale | 100,0% |

Data ultimo aggiornamento
18/12/2024 - 14:52

Source URL: <https://www.agcom.it/comunicazione/comunicati-stampa/comunicato-stampa-12>