Agcom ‘Nel 2016 + 3% il valore del Sic con Google e Facebook’

Nel 2016, il Sistema Integrato delle Comunicazioni (**SIC**) vale 17,6 miliardi di euro (l’1,05% del Pil), registrando un aumento di oltre il 3% rispetto al 2015. L’area radiotelevisiva conferma il proprio primato per incidenza sul totale (51%), mentre si riduce di due punti percentuali (dal 25% al 23%) il peso complessivamente esercitato da quotidiani, periodici, agenzie di stampa ed editoria annuaristica. Cresce l’incidenza sul Sic dell’area che include l’editoria elettronica e la pubblicità online (12%) mentre rimane pressoché stabile il peso degli altri comparti, quali cinema (5%), pubblicità esterna (2%) e “*below the line*” (7%). È quanto emerge dalla chiusura del procedimento per la valutazione delle dimensioni economiche del Sic per l’anno 2016, deliberata dal Consiglio dell’Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni (**Agcom**).

Sulla base delle informazioni raccolte, Agcom ha determinato la distribuzione delle quote dei principali soggetti presenti nel Sic, da cui emerge come nessuno di essi abbia realizzato nel 2016 ricavi superiori al limite del 20% previsto dall’art. 43, comma 9, del Testo Unico dei Servizi di Media Audiovisivi e Radiofonici (TUSMAR). A tale riguardo, si evidenzia che i primi nove gruppi nel Sistema Integrato delle Comunicazioni rappresentano congiuntamente – con quasi 11 miliardi di euro – il 61% delle risorse totali. In particolare, le quote più rilevanti sono detenute da **21st Century Fox** (15,2%), **Fininvest** (15,2%) e **RAI Radiotelevisione Italiana** (15,0%). Seguono **Cairo Communication/RCS MediaGroup** (3,9%), **Google** (3,7%), **GEDI** (ex Gruppo Editoriale L’Espresso, 3,0%), **Facebook** (1,9%),

Italiaonline (1,4%) e **Gruppo 24 Ore** (1,2%).

Per approfondire:

Agcom ‘Nel 2016 + 3% il valore del Sic con Google e Facebook’