

I dati dell'Agcom. Dominante, con un peso del 49,5%, l'area radiotelevisiva

Il valore del Sic nel 2015 supera i 17 miliardi di euro

■ Nel 2015 il valore complessivo del Sistema integrato delle comunicazioni (Sic) risulta pari a 17,1 miliardi di euro, con una incidenza del settore sul Pil pari all'1,05%.

L'area radiotelevisiva si conferma quale principale segmento del Sic, con un peso che nel 2015 è pari al 49,5%, mentre si riduce di un punto percentuale (dal 27,3% al 26,3%) l'incidenza dell'editoria nel suo complesso.

Cresce il peso della pubblicità online (9,7%) e aumentano le risorse destinate al settore cinematografico (872 milioni, il 5,1% del Sic), mentre i ricavi imputabili alla pubblicità esterna sono valutati in 380

milioni (2,2% del Sic) e le aree relative al "below the line" (1,2 miliardi di euro) rimangono sostanzialmente stabili e rappresentano il 7,2% del Sic.

È questo quanto emerge dalla chiusura del procedimento per la valutazione delle dimensioni economiche del Sistema integrato delle comunicazioni per l'anno 2015 e deliberato ieri dal consiglio dell'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni, come riferito in una nota dalla stessa Agcom.

Nessuno dei gruppi censiti ha superato il tetto massimo consentito del 20%. I principali gruppi operanti nelle aree economiche che com-

pongono il sic rappresentano congiuntamente - con circa 10 miliardi - il 59% delle risorse totali.

La quota più rilevante è detenuta dal gruppo 21 Century Fox con il 15,4% (Sky Italia 15,1%, Fox Network Group Italy 0,3%), seguita da Fininvest con il 14,9% (di cui riferito a Mediaset il 13,3% e a Mondadori l'1,4%), e dalla Rai con una quota del 13,7%. Il Gruppo editoriale L'Espresso arriva al 3,3%, Google al 3,2%, Rcs al 3%, Seat Pagine Gialle all'1,4%, mentre Facebook, il Gruppo Sole-24Ore e Cairo communication sono attestati all'1,3 per cento.