

19 aprile 2016

Sintesi dell'intervento di Marco Delmastro, Direttore del Servizio Economico-Statistico dell'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni:

“La presentazione parte dalla constatazione che, a livello mondiale, il settore delle comunicazioni è in profonda trasformazione.

L'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni (Agcom), istituita con legge del 1997 quale autorità convergente (ossia istituzione che si occupa di tutti i settori della comunicazione: comunicazioni elettroniche, media e servizi postali), si è dotata di strumenti informativi per monitorare l'andamento dei mercati che compongono il settore.

Questi si fondano sull'acquisizione e gestione di dati privilegiati sui mercati, che sono raccolti sia attraverso richieste di informazioni agli operatori, sia per mezzo di survey sugli utenti dei servizi di comunicazione e sui cittadini che accedono ai mass media. Inoltre, attraverso il Servizio economico-statistico, Agcom ha stabilito collaborazioni con prestigiosi istituti nazionali ed internazionali (quali ISTAT, il Reuter Institute della Oxford University e alcune importanti Università italiane), integrando il proprio patrimonio informativo con fonti esterne.

In questo quadro si inserisce l'Informativa Economica di Sistema (IES), che è un sistema elettronico che gestisce oltre 4.000 dichiarazioni annuali di tutti i soggetti che operano nei seguenti ambiti di attività: televisione, radio, quotidiani, periodici, testate online, concessionarie di pubblicità anche online, agenzie di stampa (per una illustrazione si veda il sito dell'Autorità alla pagina <http://www.agcom.it/informativa-economica-di-sistema-ies>).

Attraverso queste informazioni, l'Autorità svolge un'attività periodica di monitoraggio dei mercati che viene riassunta in una serie di analisi, svolte dal Servizio economico-statistico. In particolare, attraverso l'Osservatorio sulle Comunicazioni l'Agcom mira a fornire una visione di sintesi sul quadro congiunturale di tutti i mercati di interesse (v. <http://www.agcom.it/osservatorio-sulle-comunicazioni>). Grazie all'Osservatorio, sulla scorta di analoghe esperienze di altri Paesi europei, Agcom mette a disposizione di tutti gli stakeholder (imprese, consumatori, esperti, giornalisti) un set di informazioni che, nel tempo, può contribuire ad una migliore comprensione delle tendenze tecnologiche e di mercato nel settore italiano delle comunicazioni.

Vengono inoltre prodotti degli approfondimenti volti alla diffusione di analisi, finalizzate a comprendere le specifiche tendenze evolutive dei settori di riferimento (<http://www.agcom.it/report-e-focus-economico-statistici>).

In tale prospettiva, i Report propongono la trattazione analitica di taluni argomenti, mentre i Focus offrono una valutazione maggiormente quantitativa su alcuni temi specifici.

L’Autorità ha infine svolto negli ultimi anni alcune importanti indagini conoscitive che hanno affrontato in profondità temi di grande interesse per l’Agcom e più in generale per il Paese (v. <http://www.agcom.it/gli-studi-e-le-indagini-conoscitive>). Queste hanno interessato ambiti quali quello pubblicitario, il settore dei servizi Internet e della pubblicità online, nonché l’Informazione e Internet.

La presentazione del dottor Delmastro, ha quindi illustrato alcune risultanze di queste indagini, con specifico riferimento all’evoluzione della comunicazione personale, pubblicitaria, politica e al sistema dell’informazione. In particolare, è stato notato come il cambiamento tecnologico in atto, con l’affermazione delle piattaforme digitali e dei relativi servizi web, ponga al regolatore nuove sfide ed interrogativi.

In tal senso, è stata prodotta evidenza circa la diffusione in Italia e all’estero, delle app sociali e la graduale sostituzione dei servizi tradizionali con esse; l’affermazione di nuove piattaforme pubblicitarie online, a fronte di una significativa riduzione delle componenti tradizionali del settore pubblicitario; la crescente popolarità dei servizi web, ed in particolare dei social network, quali fonti privilegiate di informazione per i cittadini, anche ai fini delle proprie scelte politiche.

A fronte di tale positiva evoluzione che vede nuovi servizi e prodotti e nuove fonti di informazione diffondersi in Italia, emergono altresì criticità strutturali legate all’affermazione di contesti di mercato particolarmente concentrati (anche a causa della presenza di forti esternalità di rete), nonché a problemi connessi allo sviluppo di nuove infrastrutture a banda larga e ultra-broadband e al finanziamento del sistema dell’informazione.