

La tv italiana vale 9,6 miliardi: lo streaming conquista il mercato e ridisegna gli equilibri

2026-09-14 17:30:39 di Eleonora Fraschini

URL:<https://forbes.it/2026/09/14/rai-sky-mediaset-mercato-media-streaming/>

Il mercato italiano dei media e dell'intrattenimento continua a ruotare attorno a tre grandi operatori. **Rai, Sky e Mediaset** generano insieme circa il **63% del fatturato complessivo** delle principali aziende del settore, anche se la loro quota si sta progressivamente riducendo sotto la pressione delle piattaforme online (nel 2022 era pari al 68%).

Nel 2024 Rai si è confermata al primo posto con 2,8 miliardi di euro di ricavi, davanti a Sky, con 2,3 miliardi, e Mediaset, con 2,1 miliardi. A fotografare gli equilibri del comparto è il nuovo report dell'**Area Studi Mediobanca**, che analizza la crescita delle aziende, l'avanzata dello streaming e il progressivo spostamento della pubblicità verso i canali digitali.

Le aziende al top per ricavi

Con ricavi pari a 2,8 miliardi di euro, in aumento del 4,7% rispetto al 2023, Rai conserva la leadership del mercato italiano. Al secondo posto si colloca Sky, che ha registrato la crescita più sostenuta fra i tre maggiori operatori: il fatturato è salito dell'8,6%, raggiungendo 2,3 miliardi. Segue Mediaset con 2,1 miliardi e un incremento del 6,9%.

La concentrazione rimane elevata, ma il peso dei tre protagonisti tradizionali si sta gradualmente ridimensionando. La quota congiunta di Rai, Sky e Mediaset è infatti scesa di cinque punti percentuali in due anni, mentre le piattaforme Netflix, Prime Video, Disney+ e Dazn rafforzano la propria presenza nell'offerta audiovisiva nazionale.

Nel complesso, i ricavi dei principali operatori italiani sono aumentati del 7,4% nel 2024 e del 10,7% rispetto al 2022. La crescita è stata sostenuta soprattutto dai servizi video in abbonamento, avanzati del 15,8%, e dal mercato pubblicitario, salito del 9,6%. Nello stesso periodo anche la pay tv tradizionale ha registrato una ripresa, con un incremento del 5,4%.

I risultati mostrano un miglioramento anche sul fronte della redditività. Dopo la contrazione degli anni precedenti, dovuta all'intensificarsi della concorrenza degli operatori online, il margine operativo aggregato è tornato positivo, attestandosi al 2,5%. Parallelamente, però, gli organici delle aziende analizzate si sono ridotti del 3,8%, scendendo a 22.619 addetti.

Lo streaming supera la pay tv tradizionale

La trasformazione emerge chiaramente dai dati relativi all'intero settore radiotelevisivo italiano. Nel 2025 il comparto ha raggiunto un **giro d'affari di 9,6 miliardi di euro**, in lieve aumento rispetto all'anno precedente e quasi il 10% sopra i livelli del 2019.

A cambiare è soprattutto la composizione dei ricavi. Gli abbonamenti online sono cresciuti del 10% e rappresentano ormai il 24,9% del giro d'affari complessivo. Lo streaming genera circa 2,4 miliardi di euro e copre il 59,4% del mercato della televisione a pagamento, con un incremento di quasi 45 punti percentuali rispetto al 2019. Gli abbonamenti alla pay tv tradizionale sono invece diminuiti del 5,5%.

Le piattaforme digitali non hanno quindi soltanto ampliato l'offerta disponibile, ma hanno modificato il modo in cui il settore produce ricavi. Accanto agli abbonamenti si diffondono formule ibride a prezzo ridotto con inserzioni pubblicitarie e canali gratuiti trasmessi via internet e finanziati dalla pubblicità. La competizione si sposta così dalla sola acquisizione di utenti alla **capacità di valorizzare le audience** attraverso inserzioni, dati e servizi aggiuntivi.

La Rai nel panorama europeo

Il report dedica un approfondimento anche alle televisioni pubbliche europee. Per dimensioni, il sistema tedesco occupa il primo posto con 9,8 miliardi di euro di ricavi, davanti a quello britannico, con 7,9 miliardi, e a quello francese, con 4,4 miliardi. Con i suoi 2,8 miliardi, l'Italia opera su una scala più contenuta rispetto ai maggiori Paesi europei.

Rai si distingue però sul fronte della **redditività industriale**. Nel 2024 ha registrato un margine operativo del 3,9%, il più elevato fra i servizi pubblici considerati, davanti ad Austria e Svizzera. Tutti gli altri operatori del campione presentano invece un margine negativo.

Anche il canone italiano, pari a 90 euro all'anno, è il più basso tra quelli dei principali Paesi europei: corrisponde a 25 centesimi al giorno per abbonato, contro una media di 34 centesimi. La diffusione dei contenuti su più dispositivi e il ridimensionamento della televisione tradizionale pongono però il problema di adeguare i criteri di finanziamento del servizio pubblico alle nuove abitudini del pubblico.