

FRT - FEDERAZIONE RADIO TELEVISIONI

SLC CGIL • FISTel CISL • UILCOM UIL

Osservatorio nazionale delle imprese radiotelevisive private

STUDIO ECONOMICO DEL SETTORE TELEVISIVO LOCALE ITALIANO

Analisi dei bilanci 2003 delle tv locali commerciali

Luglio 2005

STUDIO ECONOMICO DEL SETTORE TELEVISIVO LOCALE ITALIANO

ANALISI DEI BILANCI 2003 DELLE TV LOCALI COMMERCIALI

Presentazione

Il presente studio dell'emittenza locale contiene l'analisi dei bilanci 2003 delle società che gestiscono emittenti locali commerciali e segue gli studi relativi ai bilanci 1994, 1995, 1996, 1997, 1998, 1999, 2000, 2001 e 2002 pubblicati a cura della F.R.T. – Federazione Radio Televisioni e SLC-CGIL, FISTel-CISL e UILCOM-UIL nell'ambito dell'Osservatorio Nazionale delle Imprese Radiotelevisive Private.

* * * *

Lo studio del settore televisivo locale commerciale – non sono comprese le emittenti comunitarie – dell'esercizio 2003 vede come oggetto della ricerca i bilanci delle aziende che amministrano emittenti televisive locali a cui sono state rilasciate la concessione e/o l'autorizzazione a trasmettere in ambito regionale e provinciale secondo le graduatorie emanate dal Ministero delle Comunicazioni del 9 maggio 2001 e i successivi provvedimenti di riammissione.

La ricerca ha preso in esame i principali dati patrimoniali e di conto economico dell'anno 2003 di 379 società di capitali (pari al 92% delle società operanti) che gestiscono emittenti televisive locali e ha individuato la situazione giuridico-amministrativa delle restanti 43 società che per diverse ragioni non hanno presentato il bilancio di esercizio; lo studio, dunque, fornisce un'analisi completa di tutti i soggetti effettivamente operanti nel mercato televisivo locale commerciale.

N B: Il presente studio è stato concluso nel mese di luglio 2005; in caso di utilizzo si prega di citare la fonte.

Note sul settore dell'emittenza televisiva locale

Il presente studio potrebbe essere meglio definito come semplice analisi di tutti i bilanci presentati dalle società operanti nel settore. Infatti, non è stata effettuata alcuna valutazione dei dati di bilancio (ad eccezione della valutazione del costo medio dei dipendenti) e si è proceduto unicamente alla sommatoria di dati omogenei. Ne risulta una analisi dettagliata che, più di tante parole, evidenzia la realtà del settore televisivo commerciale locale.

Il mercato televisivo totale nel 2003, anno di riferimento dei bilanci oggetto della ricerca, ammontava a circa 7180 milioni di euro: le emittenti locali coprivano con circa 500 milioni il 6,96% delle entrate totali del sistema televisivo (compreso canoni e contributi) e l'8,24% delle entrate pubblicitarie che, come investimenti delle imprese (pubblicità, sponsorizzazioni e televendite) sono pressoché l'unica fonte di ricavi per le aziende della televisione locale.

DISTRIBUZIONE DELLE ENTRATE NEL SISTEMA TELEVISIVO ITALIANO NEL 2003 (*)

Reti	Rai	Mediaset	Altre Naz.	Locali	Totale
Valori assoluti (mln €)	2736	2630	1314	500	7180
Valori %	38,10	36,63	18,31	6,96	100

(*) Le entrate della Rai comprendono i ricavi pubblicitari, il canone, le cessioni di diritti e le convenzioni con lo Stato. Le entrate delle Tv locali comprendono anche i contributi statali (ammontanti per competenza a euro 65 milioni). Fra le altre televisioni nazionali sono inserite Sky e Sport Italia i cui ricavi sommano gli introiti dalla pubblicità agli abbonamenti. Sono esclusi i ricavi delle società che gestiscono i canali tematici (content provider).

DISTRIBUZIONE DELLE ENTRATE PUBBLICITARIE NEL 2003 (*)

Reti	Rai	Mediaset	Altre Naz.	Locali	Totale
Valori assoluti (mln €)	1632	2630	410	420	5092
Valori %	32,06	51,64	8,06	8,24	100

Fonti: stime Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, Media Key, AC Nielsen, Bilanci delle Società ed elaborazioni FRT.

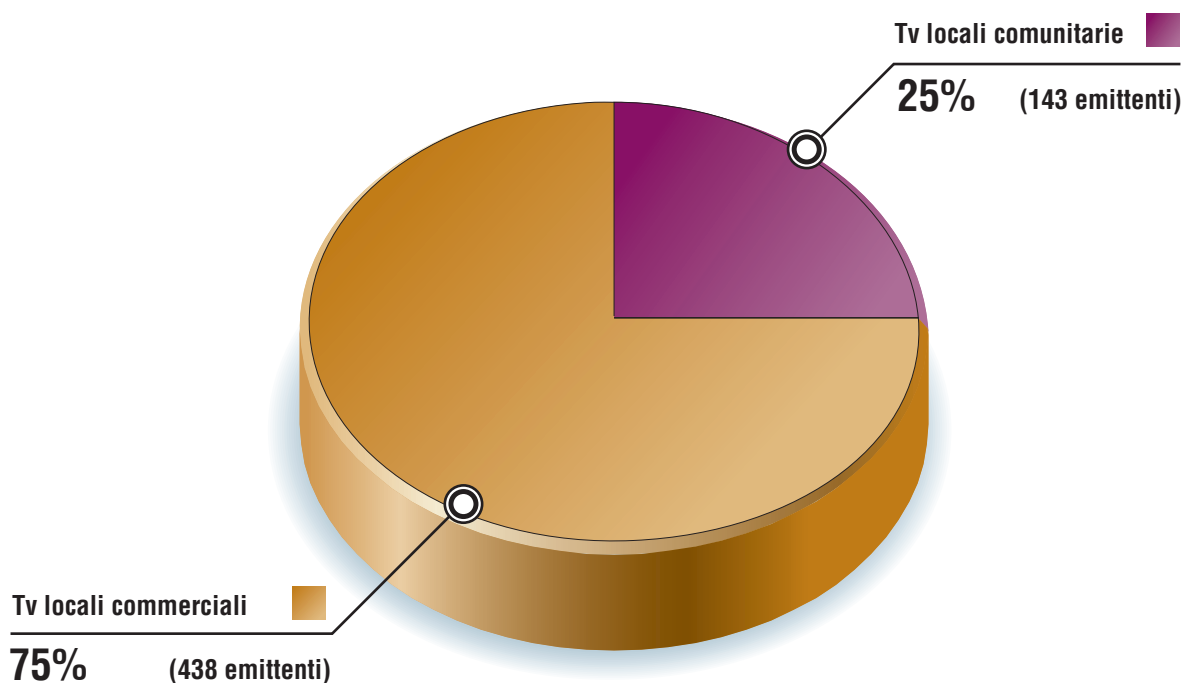
LA SUDDIVISIONE DEL SETTORE TELEVISIVO LOCALE ITALIANO

1) L'universo delle tv locali

Il Ministero delle comunicazioni ha rilasciato (elenco ufficiale del 9/05/2001) concessioni e autorizzazioni commerciali a livello regionale e provinciale a **489** emittenti amministrate da **453** società di capitale.

Tuttavia, nel 2003 sono avvenuti cambiamenti che hanno modificato il settore riducendo ulteriormente a **410** le società effettivamente operanti che amministrano **438** tv locali, a cui si aggiungono le **143** emittenti comunitarie, per un totale di **581** emittenti.

LE TV LOCALI ITALIANE



Concessioni rilasciate dal Ministero delle Comunicazioni		Società ed emittenti televisive locali nel 2003			
	N. di società che gestiscono le tv locali operanti (secondo l'elenco del Ministero delle Comunicazioni anno 2001)*	Società con i bilanci presenti in archivio	N. di emittenti gestite da società con i bilanci presenti in archivio	Società fallite/ in liquidazione/ cessate o non individuate	Società attive con bilanci non presenti in archivio
ABRUZZO	20	16	16	1	0
BASILICATA	4	2	2	1	0
BOLZANO	2	2	2	0	0
CALABRIA	21	16	18	1	1
CAMPANIA	47	43	47	1	3
EMILIA-ROM.	25	20	22	1	1
FRIULI	7	7	9	0	0
LAZIO	44	36	36	1	4
LIGURIA	11	9	9	0	1
LOMBARDIA	41	33	34	1	2
MARCHE	10	7	7	0	0
MOLISE	4	4	5	0	0
PIEMONTE	29	26	29	0	1
PUGLIA	35	23	26	0	10
SARDEGNA	13	11	11	1	1
SICILIA	68	61	69	0	3
TOSCANA	34	30	31	1	3
TRENTO	2	2	2	0	0
UMBRIA	9	8	8	0	1
V. D'AOSTA	2	2	2	0	0
VENETO	25	21	22	3	0
	453	379	407	12	31

* Oltre a quelle indicate, ci sono altre 2 società che non fanno parte del presente studio, poiché i relativi bilanci contengono prevalenti ricavi derivanti da altre attività.

FINALITÀ, OGGETTO E METODOLOGIA DELLA RICERCA

L'obiettivo della ricerca è quello di effettuare uno studio sulla situazione patrimoniale, economica e finanziaria dell'intero settore televisivo locale commerciale mediante l'analisi dei bilanci 2003 delle società di capitale che amministrano le emittenti locali abilitate.

Analisi dei dati di esercizio 2003

La metodologia adottata ha permesso di acquisire i dati di bilancio dell'esercizio 2003, controllare la posizione delle società i cui bilanci non erano presenti in archivio e infine verificare gli eventuali cambiamenti avvenuti durante il periodo 2002 e 2003.

Società	Anno 2002	Anno 2003
NON INDIVIDUATE	2	0
CHE HANNO CESSATO L'ATTIVITÀ	12	5
IN LIQUIDAZIONE/FALLITE	12	7
INATTIVE	5	0
ATTIVE I CUI BILANCI NON SONO PRESENTI IN ARCHIVIO (*)	67	31
ATTIVE CON BILANCI PRESENTI IN ARCHIVIO	355	379
	453	422

(*) Si tratta di società che possono non aver consegnato il proprio bilancio oppure averlo consegnato oltre i termini, o averlo presentato con delle anomalie che impediscono il caricamento dei dati.

Le società effettivamente operanti nel periodo 2003 sono quindi 410 e le emittenti da esse amministrate 438 a cui si aggiungono le 143 emittenti comunitarie per un totale di 581 emittenti.

Delle 410 società di capitale concessionarie sono stati analizzati i bilanci di **379 società** che gestiscono **407 tv locali** pari al 92% delle società di capitale attive e al 92% delle tv locali commerciali operanti e al 70% dell'universo, comprendente le emittenti comunitarie.

Per dare una chiara indicazione della situazione economico-finanziaria delle società emittenti sono state effettuate le seguenti elaborazioni:

- 1) Patrimonio Netto:**
 - a) classi di patrimonio netto
 - b) composizione percentuale per classi di patrimonio netto
 - c) copertura attivo da patrimonio netto

- 2) Ricavi:**
 - a) ricavi complessivi
 - b) composizione percentuale delle società per classi di fatturato
 - c) distribuzione geografica per classi di fatturato
 - d) distribuzione geografica per ricavi totali

- 3) Il lavoro dipendente:**
 - a) costo totale ed incidenza sui ricavi
 - b) personale dipendente suddiviso per classi di ricavi pubblicitari
 - c) personale dipendente suddiviso per regione

- 4) I costi di produzione:** rapporto costi di produzione e classi di ricavi totali

- 5) I risultati di esercizio:**
 - a) società in utile, incidenza degli utili sui ricavi
 - b) società in perdita, incidenza delle perdite sui ricavi

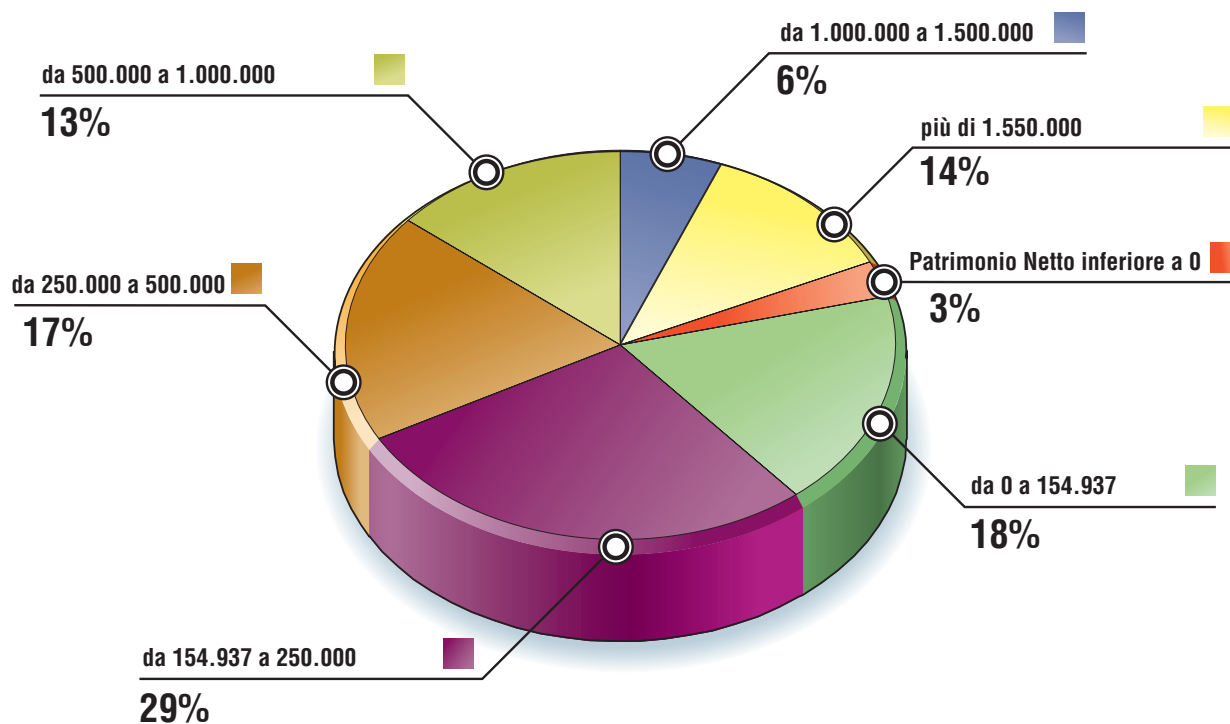
IL PATRIMONIO NETTO

A) CLASSI DI PATRIMONIO NETTO

La somma di tutti i patrimoni netti è pari a euro 241.885.375. Dall'analisi dei dati emerge che 12 società di capitale hanno un patrimonio netto inferiore a 0; 69 società inferiori a euro 154.937 (tale importo corrisponde al requisito minimo previsto dalla legge per il rilascio della concessione); 171 fra euro 154.937 e 500.000 e 127 superiore a euro 500.000 e più precisamente:

Classi di Patrimonio Netto (in euro)	Società
Patrimonio Netto inferiore a 0	12
da 0 a 154.937	69
da 154.937 a 250.000	107
da 250.000 a 500.000	64
da 500.000 a 1.000.000	49
da 1.000.000 a 1.500.000	24
più di 1.550.000	54
	379

B) COMPOSIZIONE PERCENTUALE DELLE 379 SOCIETÀ PER CLASSI DI PATRIMONIO NETTO

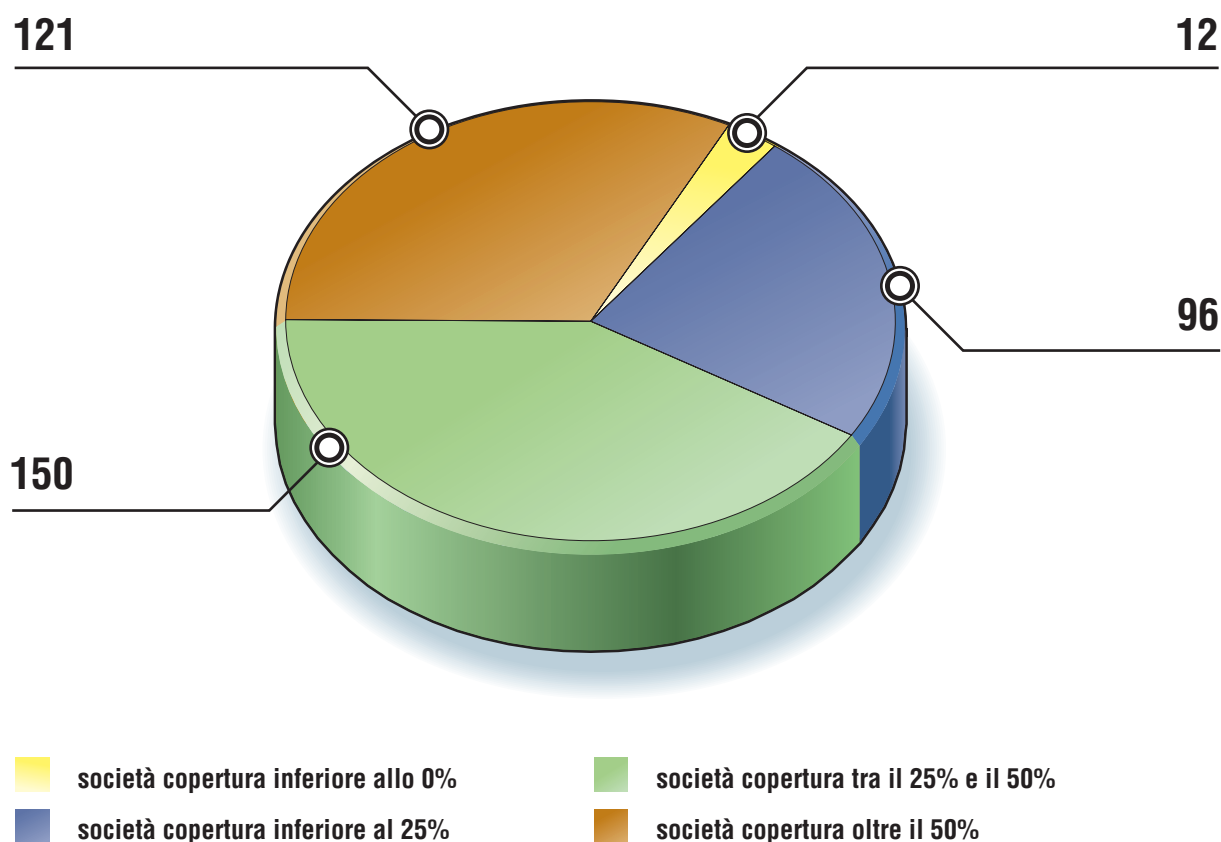


C) COPERTURA ATTIVO DA PATRIMONIO NETTO

Dall'esame del rapporto tra il patrimonio netto e il totale attivo, particolarmente indicativo in quanto permette di valutare la capitalizzazione percentuale effettiva delle società, risulta che, sulle 379 società di capitale analizzate, 121 hanno un rapporto di copertura degli investimenti e delle altre attività maggiore del 50%, e più precisamente:

Copertura attivo/netto	Società
società copertura inferiore allo 0%	12
società copertura inferiore al 25%	96
società copertura tra il 25% e il 50%	150
società copertura oltre il 50%	121
	379

PATRIMONIO NETTO/TOTALE ATTIVO

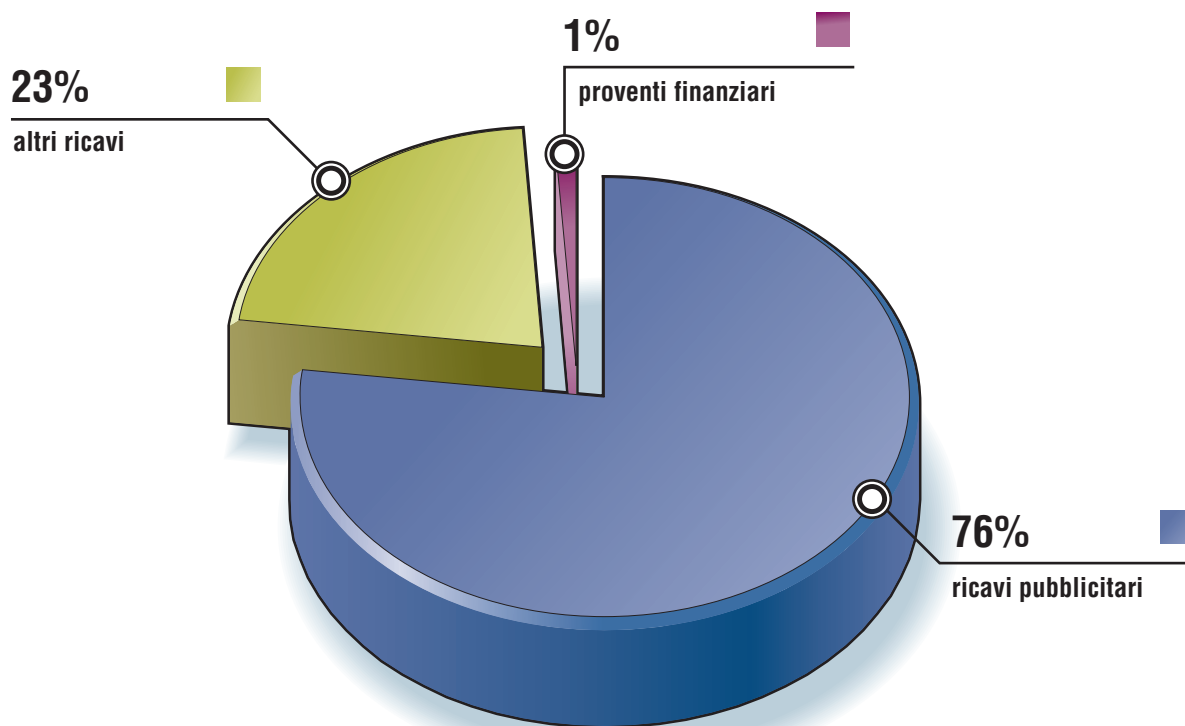


I RICAVI DELLE EMITTENTI TELEVISIVE LOCALI COMMERCIALI

A) RICAVI COMPLESSIVI

Il totale dei ricavi delle 379 società prese in esame nell'anno 2003 è stato di euro 448.854.018 di cui euro 341.199.248 provenienti dalla pubblicità, euro 105.389.988 provenienti da altre attività e contributi statali e euro 2.264.782 di proventi finanziari. I relativi costi ammontano a euro 455.498.209.

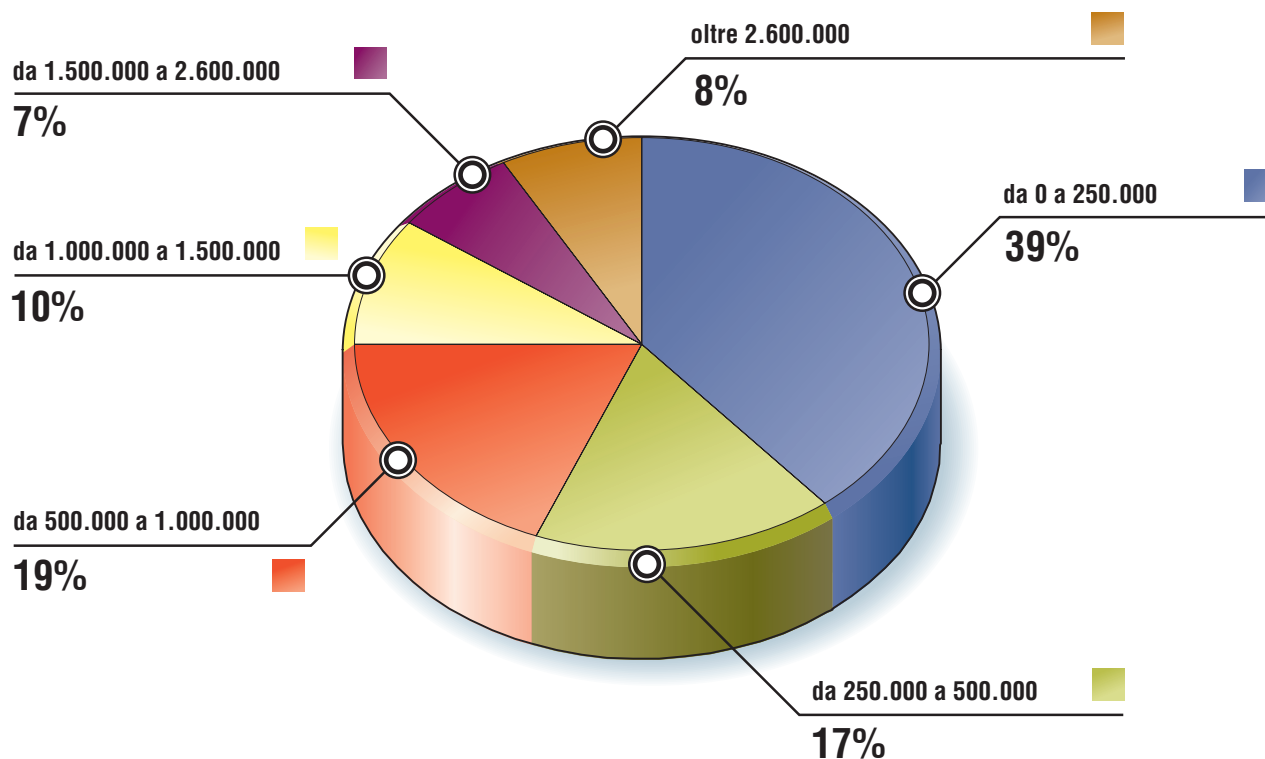
COMPOSIZIONE DEI RICAVI DELLE 379 SOCIETÀ



B) COMPOSIZIONE PERCENTUALE DELLE SOCIETÀ PER CLASSI DI FATTURATO PUBBLICITARIO

Il fatturato pubblicitario medio per società è di circa 900.000 euro e, come si può dedurre dalla divisione per classi di fatturato, 167 società superano i 500.000 euro, mentre 212 società (il 55,93% delle aziende esaminate) hanno degli introiti pubblicitari inferiori a 500.000 euro.

Classi di fatturato pubblicitario (in euro)	Società
da 0 a 250.000	149
da 250.000 a 500.000	63
da 500.000 a 1.000.000	71
da 1.000.000 a 1.500.000	37
da 1.500.000 a 2.600.000	28
oltre 2.600.000	31
	379



C) DISTRIBUZIONE GEOGRAFICA PER FATTURATO PUBBLICITARIO

La distribuzione geografica delle società secondo le classi di fatturato mostra che al sud (Campania, e Sicilia) la maggior parte delle imprese fatturano meno di 250.000 euro, solo il nord ovest e il nord est registrano una distribuzione più equilibrata fra le diverse classi di fatturato pubblicitario. La Lombardia e il Veneto contano il maggior numero di emittenti che fatturano più di 2.600.000 euro.

<i>(Valori espressi in euro)</i>	da 0 a 250.000	da 250.000 a 500.000	da 500.000 a 1.000.000	da 1.000.000 a 1.500.000	da 1.500.000 a 2.600.000	oltre 2.600.000	Totali
Abruzzo	7	5	4	0	0	0	16
Basilicata	2	0	0	0	0	0	2
Bolzano	1	0	1	0	0	0	2
Calabria	6	5	3	1	0	1	16
Campania	21	8	7	1	6	0	43
E. Romagna	6	0	4	4	3	3	20
Friuli Ven. G.	4	0	0	3	0	0	7
Lazio	10	11	7	3	4	1	36
Liguria	3	2	0	1	2	1	9
Lombardia	7	5	5	6	4	6	33
Marche	4	0	1	2	0	0	7
Molise	2	1	0	1	0	0	4
Piemonte	6	4	7	4	2	3	26
Puglia	10	3	4	2	3	1	23
Sardegna	5	2	1	1	1	1	11
Sicilia	38	8	8	2	2	3	61
Toscana	12	3	11	3	0	1	30
Trento	0	0	0	1	1	0	2
Umbria	2	4	2	0	0	0	8
Veneto	2	1	6	2	0	10	21
Valle d'Aosta	1	1	0	0	0	0	2
	149	63	71	37	28	31	379

D) DISTRIBUZIONE GEOGRAFICA PER RICAVI TOTALI

N. Soc.	Regioni	Ricavi Totali <i>(in euro)</i>
16	Abruzzo	6.336.927,00
2	Basilicata	115.479,00
2	Bolzano	1.239.985,00
16	Calabria	11.560.069,00
43	Campania	25.173.615,00
20	E. Romagna	32.307.635,00
7	Friuli Ven. G.	5.244.692,00
36	Lazio	31.643.245,00
9	Liguria	13.342.962,00
33	Lombardia	91.027.810,00
7	Marche	5.373.053,00
4	Molise	1.740.793,00
26	Piemonte	40.347.536,00
23	Puglia	36.874.838,00
11	Sardegna	16.440.441,00
61	Sicilia	40.048.559,00
30	Toscana	24.971.524,00
2	Trento	3.475.971,00
8	Umbria	4.778.733,00
21	Veneto	56.130.873,00
2	Valle d'Aosta	679.278,00
379		448.854.018,00

IL LAVORO DIPENDENTE

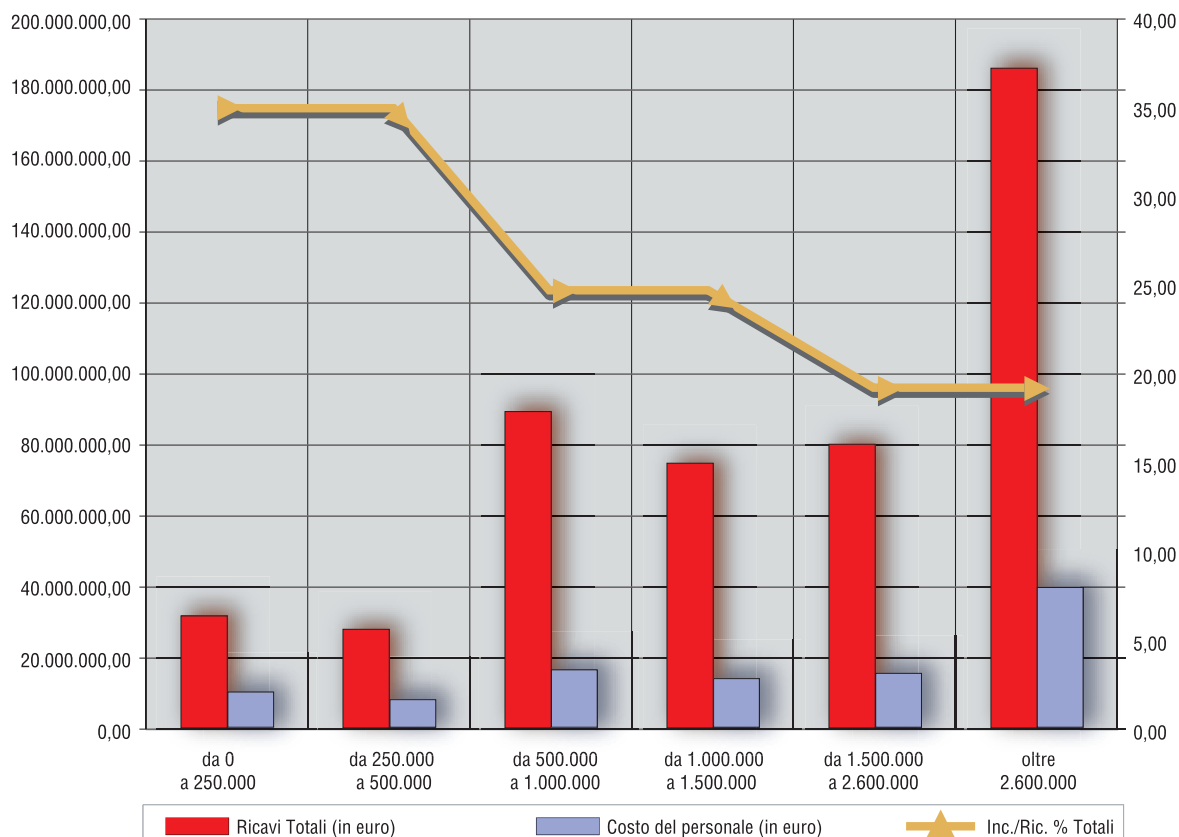
A) COSTO TOTALE ED INCIDENZA SUI RICAVI

Nel 2003 le 379 società esaminate hanno speso per il personale dipendente 101.473.127 euro, pari al 22,61% del totale dei ricavi e al 22,27% dei costi totali.

Il costo del lavoro dipendente pesa in misura percentuale maggiore nelle 212 società con fatturato pubblicitario inferiore ai 500.000 euro, con una incidenza percentuale del 34% sul totale dei ricavi. Diversamente, per le società che fatturano più di 500.000 euro, la spesa per il personale dipendente ha un'incidenza dal 18% al 25%.

Classi di fatturato pubblicitario (in Euro)	N. Società	Ricavi pubblicitari (in Euro)	Ricavi totali (in Euro)	Costo del personale (in Euro)	Inc./ric. Totali
da 0 a 250.000	149	18.766.795,00	29.967.868,00	10.226.788,00	34,13
da 250.000 a 500.000	63	21.914.974,00	26.838.458,00	9.242.475,00	34,44
da 500.000 a 1.000.000	71	49.631.259,00	68.513.291,00	17.167.388,00	25,06
da 1.000.000 a 1.500.000	37	44.796.991,00	55.964.385,00	14.199.622,00	25,37
da 1.500.000 a 2.600.000	28	55.829.110,00	81.172.740,00	15.242.394,00	18,78
oltre 2.600.000	31	150.260.119,00	186.397.276,00	35.394.460,00	18,99
	379	341.199.248,00	448.854.018,00	101.473.127,00	22,61

INCIDENZA PERCENTUALE DEL COSTO DEL PERSONALE SUI RICAVI TOTALI



B) IL PERSONALE DIPENDENTE SUDDIVISO PER CLASSI DI RICAVI PUBBLICITARI, NUMERO TOTALE E NUMERO MEDIO DI DIPENDENTI

Considerata la spesa globale relativa al costo del personale pari a euro 101.473.127, e valutato il costo medio teorico di euro 28.000 per dipendente, risulterebbero 3.624 lavoratori con una spesa media per ciascuna società di 267.739 euro, pari a 9 dipendenti per ogni società. Tuttavia, solo le aziende che fatturano più di 1.000.000 di euro hanno più dipendenti della media. Le società che hanno un fatturato superiore ai 2.600.000 euro raggiungono la spesa di euro 1.141.757 con una media di 41 dipendenti ciascuna. In sintesi il 64% del totale dei dipendenti (2315) è alle dipendenze delle 96 società che fatturano più di 1.000.000 di euro.

Classi di fatturato pubblicitario	N. Società	Ricavi pubblicitari (in euro)	Ricavi totali (in euro)	Costo del personale (in euro)	Costo medio dipendente (in euro)	Tot. Dipendenti	Costo medio società (in euro)	Media Dipendenti
da 0 a 250.000	149	18.766.795,00	29.967.868,00	10.226.788,00	28.000,00	365	68.636	2
da 250.000 a 500.000	63	21.914.974,00	26.838.458,00	9.242.475,00	28.000,00	330	146.706	5
da 500.000 a 1.000.000	71	49.631.259,00	68.513.291,00	17.167.388,00	28.000,00	613	241.794	9
da 1.000.000 a 1.500.000	37	44.796.991,00	55.964.385,00	14.199.622,00	28.000,00	507	383.774	14
da 1.500.000 a 2.600.000	28	55.829.110,00	81.172.740,00	15.242.394,00	28.000,00	544	544.371	19
oltre 2.600.000	31	150.260.119,00	186.397.276,00	35.394.460,00	28.000,00	1264	1.141.757	41
	379	341.199.248,00	448.854.018,00	101.473.127,00		3624		

**C) RICAVI E PERSONALE DIPENDENTE SUDDIVISO PER REGIONI -
INCIDENZA % COSTO DEL PERSONALE SUI RICAVI TOTALI -
NUMERO TOTALE E NUMERO MEDIO DI DIPENDENTI**

N. Società	Regioni	Ricavi Totali (in euro)	Costo del Personale (in euro)	Inc. % Costo del Personale	Tot. Dipendenti
16	Abruzzo	6.336.927,00	1.772.597,00	27,97	63
2	Basilicata	115.479,00	70.086,00	60,69	3
2	Bolzano	1.239.985,00	460.813,00	37,16	16
16	Calabria	11.560.069,00	3.976.800,00	34,40	142
43	Campania	25.173.615,00	6.649.842,00	26,42	237
20	E. Romagna	32.307.635,00	6.513.085,00	20,16	233
7	Friuli Ven. G.	5.244.692,00	1.502.603,00	28,65	54
36	Lazio	31.643.245,00	10.028.424,00	31,69	358
9	Liguria	13.342.962,00	2.498.729,00	18,73	89
33	Lombardia	91.027.810,00	19.108.800,00	20,99	682
7	Marche	5.373.053,00	1.131.043,00	21,05	40
4	Molise	1.740.793,00	496.574,00	28,53	18
26	Piemonte	40.347.536,00	6.346.637,00	15,73	227
23	Puglia	36.874.838,00	6.762.747,00	18,34	242
11	Sardegna	16.440.441,00	5.348.493,00	32,53	191
61	Sicilia	40.048.559,00	12.222.924,00	30,52	437
30	Toscana	24.971.524,00	5.828.234,00	23,34	208
2	Trento	3.475.971,00	847.213,00	24,37	30
8	Umbria	4.778.733,00	1.403.890,00	29,38	50
21	Veneto	56.130.873,00	8.392.401,00	14,95	300
2	Valle d'Aosta	679.278,00	111.192,00	16,37	4
379		448.854.018,00	101.473.127,00	22,61	3.624

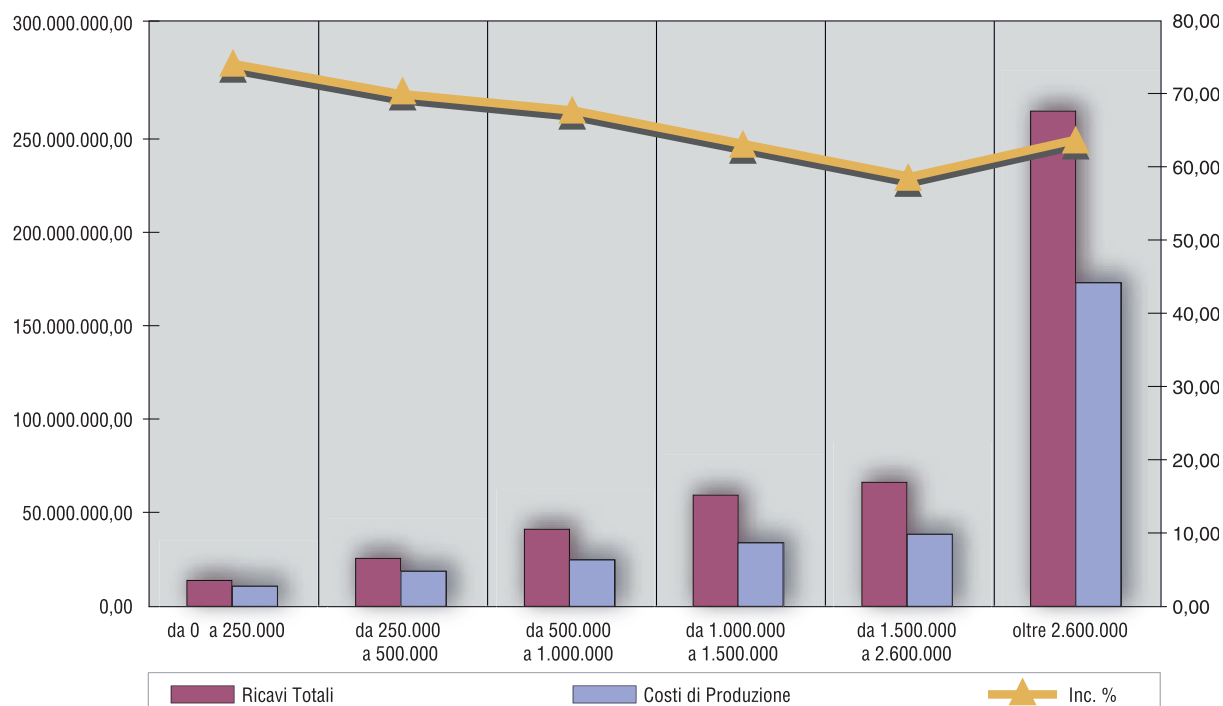
Prendendo in considerazione il costo del lavoro dipendente nelle diverse regioni è possibile riscontrare una maggior incidenza percentuale della spesa del personale sui ricavi totali in Basilicata, Calabria, Sardegna, Sicilia e Lazio.

COSTI DI PRODUZIONE

I costi sostenuti in relazione alle attività prettamente televisive (sono escluse le spese per il personale e gli ammortamenti) sono pari a euro 289.246.507 e rappresentano il 64,44% dei ricavi totali e il 63,30% dei costi delle 379 società oggetto della ricerca.

La maggior incidenza percentuale dei costi sui ricavi totali riguarda le società con introiti inferiori ai 250.000 euro (il 72,58%) e quelle che fatturano da 250.000 a 500.000 euro (il 68,74%) e da 500.000 a 1.000.000 di euro (il 66,45%)

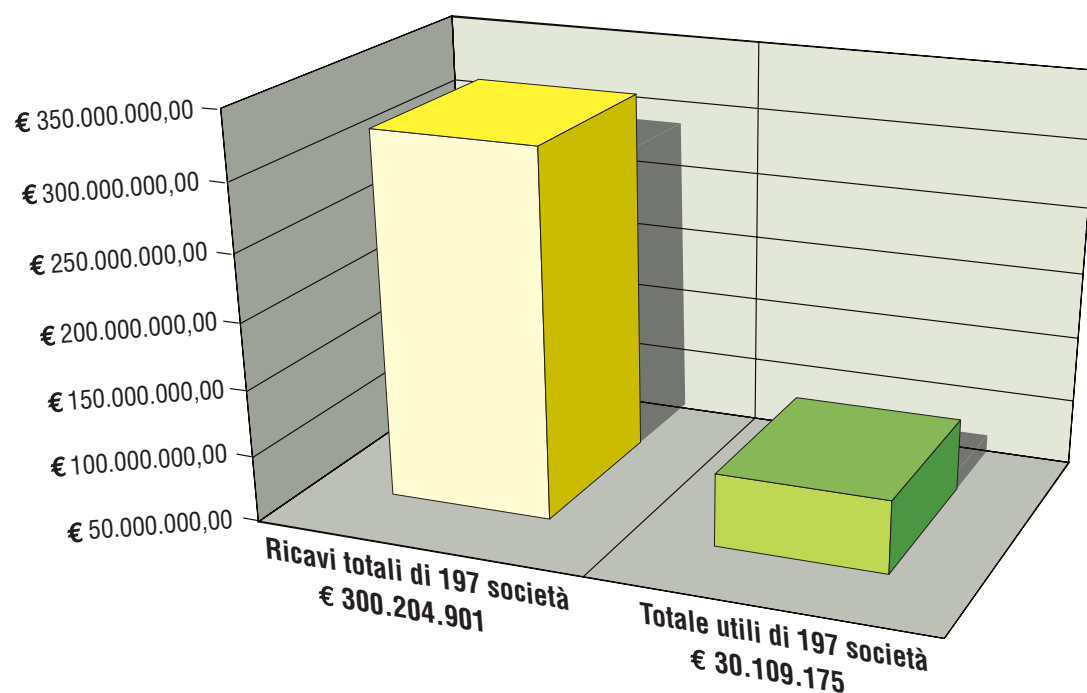
N. Società	Classi di Ricavi Totali (in euro)	Ricavi Totali (in euro)	Costi di Produzione (in euro)	Inc. %
124	da 0 a 250.000	16.556.577,00	12.017.134,00	72,58
75	da 250.000 a 500.000	27.229.740,00	18.718.420,00	68,74
54	da 500.000 a 1.000.000	38.824.187,00	25.799.438,00	66,45
44	da 1.000.000 a 1.500.000	53.417.657,00	33.214.083,00	62,18
34	da 1.500.000 a 2.600.000	63.194.809,00	37.065.019,00	58,65
48	oltre 2.600.000	249.631.048,00	162.432.413,00	65,07
379		448.854.018,00	289.246.507,00	64,44



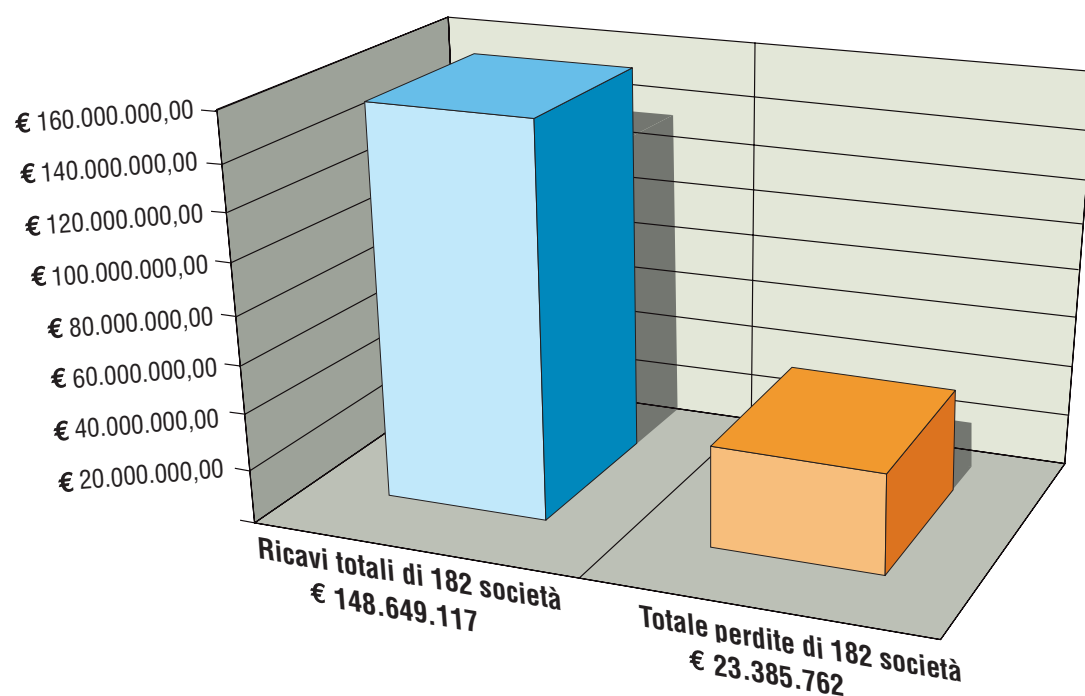
RISULTATO DI ESERCIZIO

Ai costi di produzione, del personale e delle quote di ammortamento vanno aggiunti gli oneri finanziari e i costi societari e di carattere generale. I conseguenti risultati di esercizio sono qui appreso indicati:

RICAVI TOTALI E UTILI DI 197 SOCIETÀ



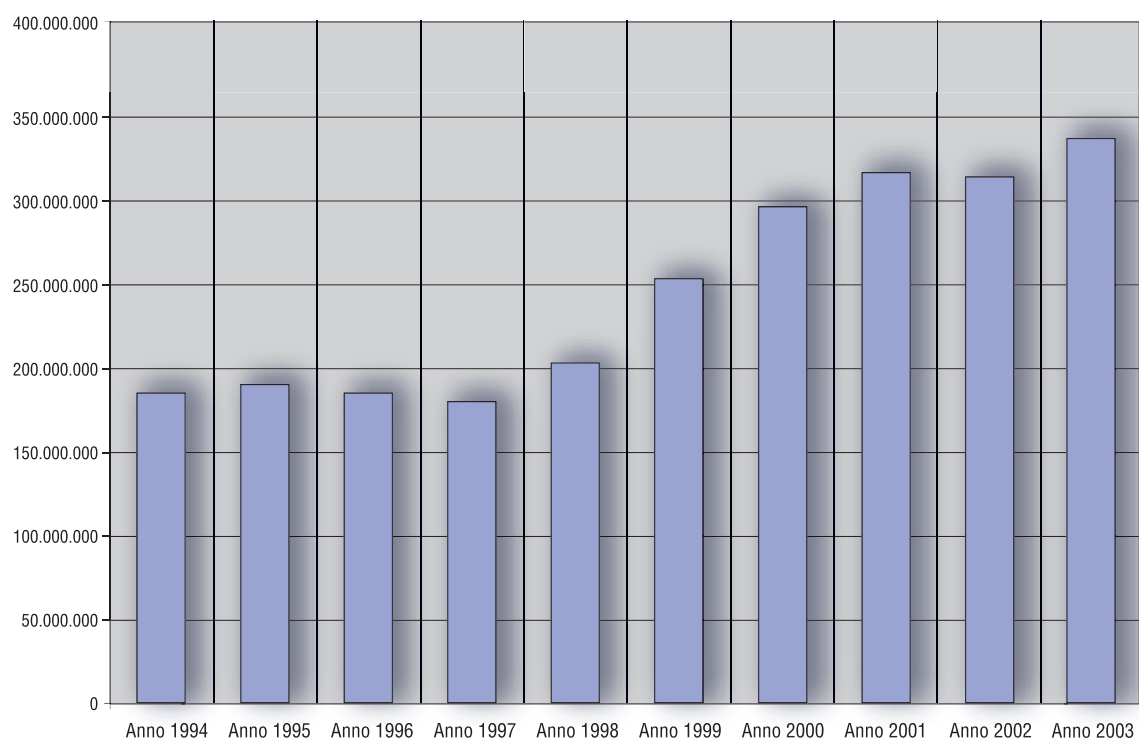
RICAVI TOTALI E PERDITE DI 182 SOCIETÀ



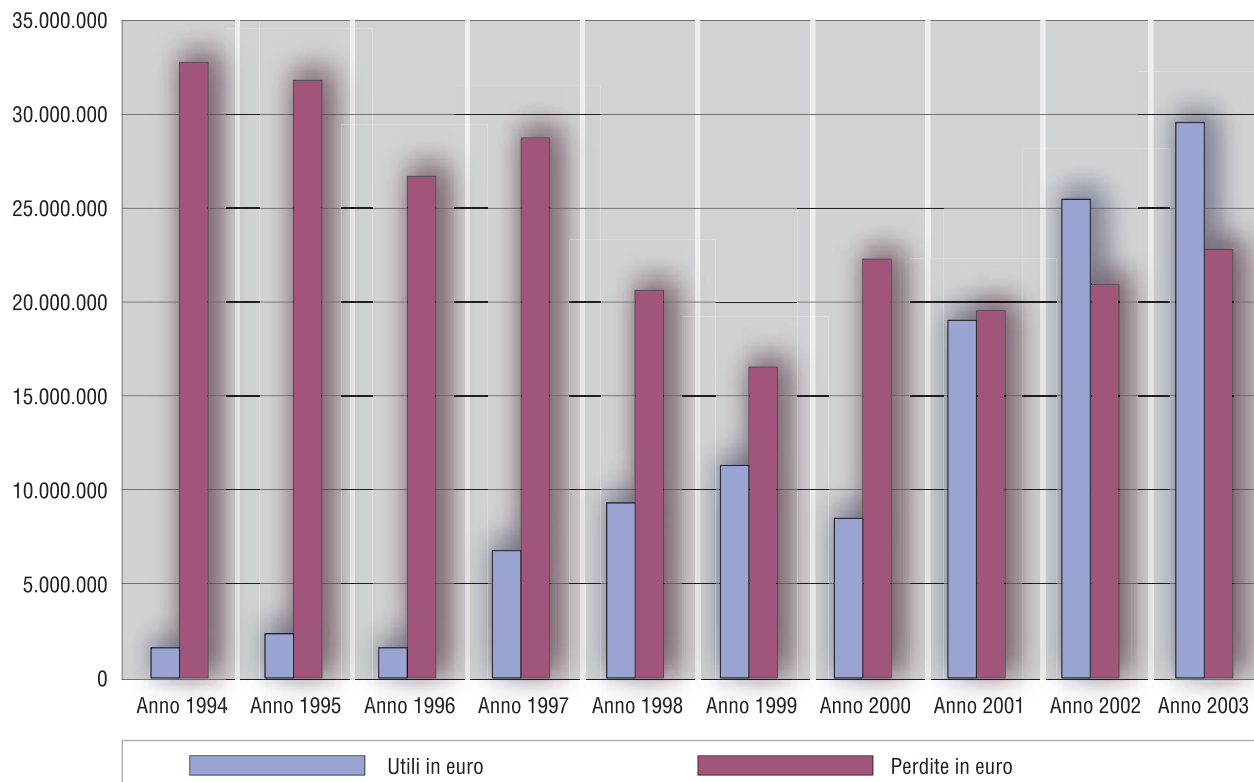
RAFFRONTO ANNI 94-95-96-97-98-99-2000-2001-2002-2003 PER FATTURATO PUBBLICITARIO E RISULTATI DI ESERCIZIO

Società rilevate		Fatturato Pubblicitario (in euro)	Utili (in euro)	Perdite (in euro)
322	Anno 1994	187.050.957,34	1.987.825,10	32.954.358,05
333	Anno 1995	189.400.885,15	2.563.738,76	32.050.430,62
333	Anno 1996	185.437.583,90	1.909.938,96	27.056.417,01
292	Anno 1997	179.997.306,75	6.577.109,15	29.020.343,07
294	Anno 1998	201.640.950,88	9.675.642,99	21.097.043,34
343	Anno 1999	253.585.291,88	11.865.813,48	17.327.228,45
395	Anno 2000	298.046.661,33	8.817.176,04	22.938.100,04
380	Anno 2001	313.282.183,26	19.748.984,05	19.851.238,89
355	Anno 2002	311.588.289,00	25.901.195,00	21.310.065,00
379	Anno 2003	341.199.248,00	30.109.175,00	23.385.762,00

FATTURATO PUBBLICITARIO (in euro)



RISULTATI DI ESERCIZIO *(in euro)*



Note

[illegible]

Osservatorio delle Imprese Radiotelevisive Private
c/o FRT

Viale Regina Margherita, 286 - 00198 Roma

Tel. 06.4402104 - Fax 06.4402723

Sito Internet: www.frt.it - E-mail: frt@frt.it

