



Luglio 2008

STUDIO ECONOMICO
del SETTORE TELEVISIVO
LOCALE ITALIANO *anno 2006*

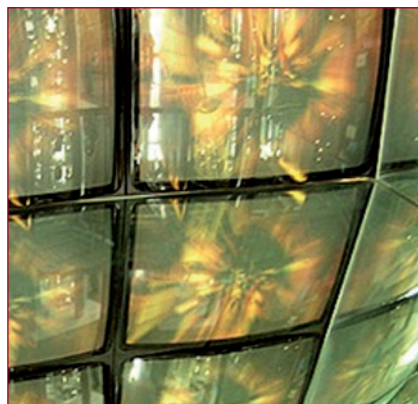
FRT Federazione Radio Televisioni
SLC CGIL ✦ FISTEL CISL ✦ UILCOM UIL

STUDIO ECONOMICO DEL SETTORE TELEVISIVO LOCALE ITALIANO

Presentazione

Il presente studio sull'emittenza locale contiene l'analisi dei bilanci 2006 delle società che gestiscono emittenti locali commerciali e segue gli studi relativi ai dati economici del settore televisivo commerciale locale pubblicati ogni anno sin dal 1994 a cura della FRT - Federazione Radio Televisioni e SLC-CGIL, FISTel-CISL e UILCOM-UIL nell'ambito dell'Osservatorio Nazionale previsto dal contratto collettivo nazionale di lavoro delle imprese radiotelevisive private.

Attraverso l'individuazione di alcune tappe significative della storia delle televisioni locali commerciali, viene inoltre fornita una panoramica sulla evoluzione del settore dalle sue origini ad oggi.



Questi i temi oggetto della ricerca:

- A)** Le risorse del comparto televisivo italiano pubblico e privato con una panoramica del periodo 1990-2006, una analisi specifica dell'anno 2006 e le previsioni per il 2007.
- B)** Le dimensioni numeriche del settore televisivo locale sulla base dei dati relativi alle abilitazioni rilasciate dal Ministero delle Comunicazioni.
- C)** I dati relativi ai contributi pubblici ex L.448/98 erogati nel corso degli anni.
- D)** L'analisi dei dati economici relativi all'esercizio 2006 delle emittenti televisive locali commerciali attualmente in esercizio che hanno ottenuto il prolungamento delle concessioni in tecnica analogica fino al definitivo passaggio al digitale.

Si fa presente che tutte le analisi relative alle risorse e ai dati economici del settore televisivo locale escludono le televisioni comunitarie, le quali non hanno l'obbligo di presentare i bilanci e quindi non fanno parte della presente ricerca. E' comunque da rilevare che la dimensione economica complessiva di tale tipologia di emittenti è assai modesta.

Il presente studio è stato concluso nel mese di luglio 2008; per qualsiasi utilizzo dovrà essere citata la fonte.

A) Le risorse del settore televisivo italiano

a1) Periodo 1990-2006; tappe significative

Le seguenti tabelle, attraverso alcune finestre temporali, indicano l'evoluzione nel periodo 1990-2006 dell'intero settore televisivo.

La prima tabella presenta nel periodo 1990-2006 i principali dati economici del comparto televisivo italiano (pubblico e privato) mentre quella successiva le quote percentuali riguardanti le Tv locali.

	ANNO 1990	ANNO 1995	ANNO 1998	ANNO 2001	ANNO 2004	ANNO 2006
Tv NAZIONALI PRIVATE (*)	1.030.839.190,81	1.308.617.871,00	1.688.639.195,00	2.238.568.859,00	2.456.712.604,00	2.638.577.414,00
RAI	529.884.778,47	792.761.340,10	1.058.000.000,00	951.000.000,00	1.040.000.000,00	1.133.000.000,00
TOT. PUBBLICITA' EMITTENTI NAZIONALI	1.560.723.969,28	2.101.379.211,10	2.746.639.195,00	3.189.568.859,00	3.496.712.604,00	3.771.577.414,00
CANONE RAI E ABBONAMENTI PAY-TV (**)	852.153.883,50	1.345.915.002,00	1.522.666.209,00	1.907.107.180,00	2.843.359.000,00	3.689.259.777,00
TV LOCALI (***)	206.840.988,08	278.886.725,50	324.847.837,00	350.000.000,00	450.000.000,00	491.358.872,16
TV LOCALI Contributi Statali	0,00	0,00	0,00	42.000.000,00	65.000.000,00	150.504.658,00
TOT. SETTORE	2.619.718.840,86	3.726.180.938,60	4.594.153.241,00	5.488.676.039,00	6.855.071.604,00	8.102.700.721,16

(*) Include, nei periodi in cui erano presente (TMC, Videomusic, Rete Mia, Home Shopping Europe, Telemarket, Rete A), le reti Mediaset, La 7, Mtv, Europa 7, Sport Italia, Rete Capri, Prima tv-dfree e gli introiti pubblicitari delle principali Pay-Tv.

(**) Comprende le Telepiu', e successivamente Stream e Sky, servizi a pagamento Rti, La 7 e altri ricavi per le nazionali minori

(***) Per l'anno 90 include Italia 7 e la pubblicità nazionale dei circuiti GRT, EURO TV, PAN TV, Ecc. L'anno 95 include PRS, SUPERSIX, DAPS, E JUNIOR TV (nel 1998 esclude Italia 7).

Quota percentuale delle tv locali commerciali sul totale delle entrate del settore 1990-2006

	ricavi pubblicitari settore nazionale privato e Rai	ricavi pubblicitari tv locali e contributi	totale entrate settore compreso canone rai- abbonamenti tv private e contributi statali tv locali	quota % delle tv locali (comprensiva dei contributi) sul fatturato pubblicitario del settore	quota % delle tv locali sul totale delle entrate del settore
ANNO 1990	1.560.723.969,28	206.840.988,08	2.619.718.840,86	13,25	7,90
ANNO 1995	2.101.379.211,10	278.886.725,50	3.726.180.938,60	13,27	7,48
ANNO 1998	2.746.639.195,00	324.847.837,00	4.594.153.241,00	11,83	7,07
ANNO 2001	3.189.568.859,00	392.000.000,00	5.488.676.039,00	12,29	7,14
ANNO 2004	3.496.712.604,00	515.000.000,00	6.855.071.604,00	14,73	7,51
ANNO 2006	3.771.577.414,00	641.863.530,16	8.102.700.721,16	17,02	7,92

FONTI: Elaborazioni Frt su bilanci delle società, Relazioni del Garante per l'Editoria e dell'AGCOM, Stime Media Key / Ac Nielsen.

a2) Note sull'evoluzione del settore televisivo locale e relativa quota percentuale nell'intero mercato

ANNO 1990

Nel corso dell'anno il Parlamento approva la legge 223/90 meglio nota come Legge Mammì, dal nome del Ministro all'epoca in carica. "Il comparto televisivo locale è caratterizzato da un considerevole numero di soggetti (oltre 800) con strutture aziendali e organizzative piuttosto modeste" (1) L'Ufficio del Garante per la radiodiffusione e l'editoria riesce ad esaminare i dati di bilanci di 158 soggetti i cui ricavi pubblicitari ammontano a circa 73 mld. di lire, (circa 37 milioni di euro). Le pubblicazioni di settore considerano che tra pubblicità locale e nazionale il fatturato delle locali vale 400 milioni di lire, l'equivalente di 206 milioni di euro, e cioè il 13% del totale dei ricavi pubblicitari e il 7,9% dell'intero settore compreso il canone RAI.

(1) *Relazione del Garante per la radiodiffusione e l'editoria*

ANNO 1995

Sono 546 le emittenti locali gestite da 421 società di capitali e 106 società di persone fisiche. Inoltre, considerando le emittenti comunitarie, l'universo delle locali conta 793 emittenti. Il fatturato delle tv locali commerciali con la quota della pubblicità nazionale per le locali ammonta a 278,8 milioni di euro: il 13% del totale dei ricavi pubblicitari e il 7,48% dell'intero settore compreso il canone RAI. Tuttavia solo le prime 100 aziende coprono il 58% delle entrate pubblicitarie del settore e danno lavoro al 72% del personale addetto.

ANNO 1998

Nel corso di tale anno con 324,7 milioni di euro, le tv locali rappresentano l'11,83% della pubblicità televisiva nazionale e privata e il 7% dell'intero settore, compreso il canone del servizio pubblico. La FRT rileva nel suo studio che ben 91 società televisive locali non hanno presentato il bilancio di esercizio (di queste 46 sono fallite). Solo il 30% delle società operanti hanno un fatturato superiore ai 500.000 euro e danno occupazione al 79% dei dipendenti.

ANNO 2001

Il Ministero delle Comunicazioni rilascia nel 2001 le concessioni e/o autorizzazioni a trasmettere a 489 emittenti amministrate da 453 società di capitali a cui si aggiungono 143 emittenti comunitarie per un totale di 632 emittenti. Il fatturato delle tv locali con 392 milioni di euro, rappresenta il 12,29% del totale dei ricavi pubblicitari e il 7,14% dell'intero settore, compreso il canone RAI. Le tv locali commerciali registrano nel 2001 una progressiva anche se lenta crescita del fatturato, i proventi da altre attività vengono incrementati per l'erogazione dei contributi statali, i risultati di esercizio dimostrano un equilibrio fra utili e perdite.

ANNO 2004

L'analisi della FRT rileva che tra il 2002 e il 2004 ben 51 società che amministrano tv locali commerciali sono fallite o in liquidazione. Di conseguenza nel 2004 sono 402 le società effettivamente operanti che amministrano 433 emittenti commerciali a cui si aggiungono le 143 emittenti comunitarie, per un totale di 576 emittenti. Il fatturato complessivo delle tv locali ammonta a circa 515 milioni di euro; il 14,73 % delle entrate pubblicitarie e il 7,51% dell'intero settore compresi canone RAI, abbonamenti delle tv a pagamento e contributi statali. Tuttavia solo il 44,75% fattura più di 500.000 euro mentre il 69% dei dipendenti è occupato presso le 109 società che fatturano più di 1 milione di euro.

ANNO 2006

I ricavi complessivi di 376 società che amministrano 413 tv locali (il 94,29% delle emittenti effettivamente operanti) ammontano a 647,2 milioni di euro, l'8% dell'intero settore televisivo (pubblicità, canone, servizi pay e contributi statali). Seguendo la tendenza degli anni precedenti solo il 32,4% delle aziende analizzate (122) fattura più di 1 mln di euro e da occupazione al 73% degli addetti del settore (3528 dipendenti).

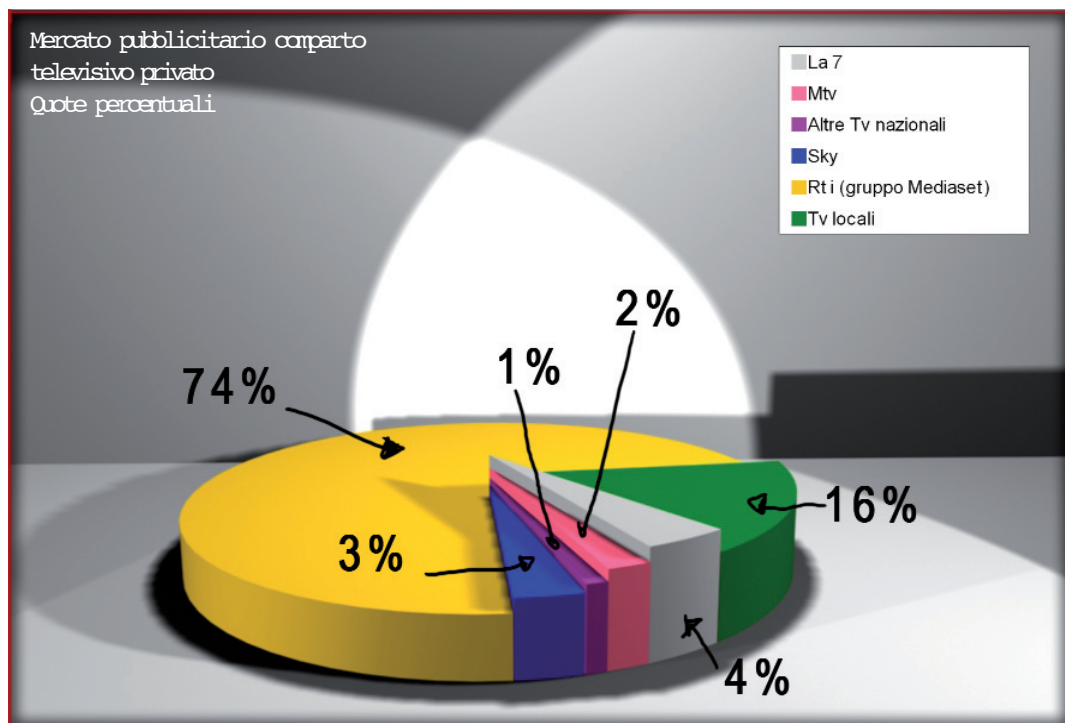
a3) Risorse anno 2006

Come illustrato dalla tabella sottostante e dai relativi grafici, l'anno 2006 vede il consolidamento e l'affermazione delle tv locali che rappresentano il 16 % del mercato pubblicitario del comparto televisivo privato, l'11,52% del totale della pubblicità televisiva (comprensiva della pubblicità Rai) e circa l'8% dell'intero mercato, comprensivo delle diverse tipologie di abbonamenti e del canone Rai.

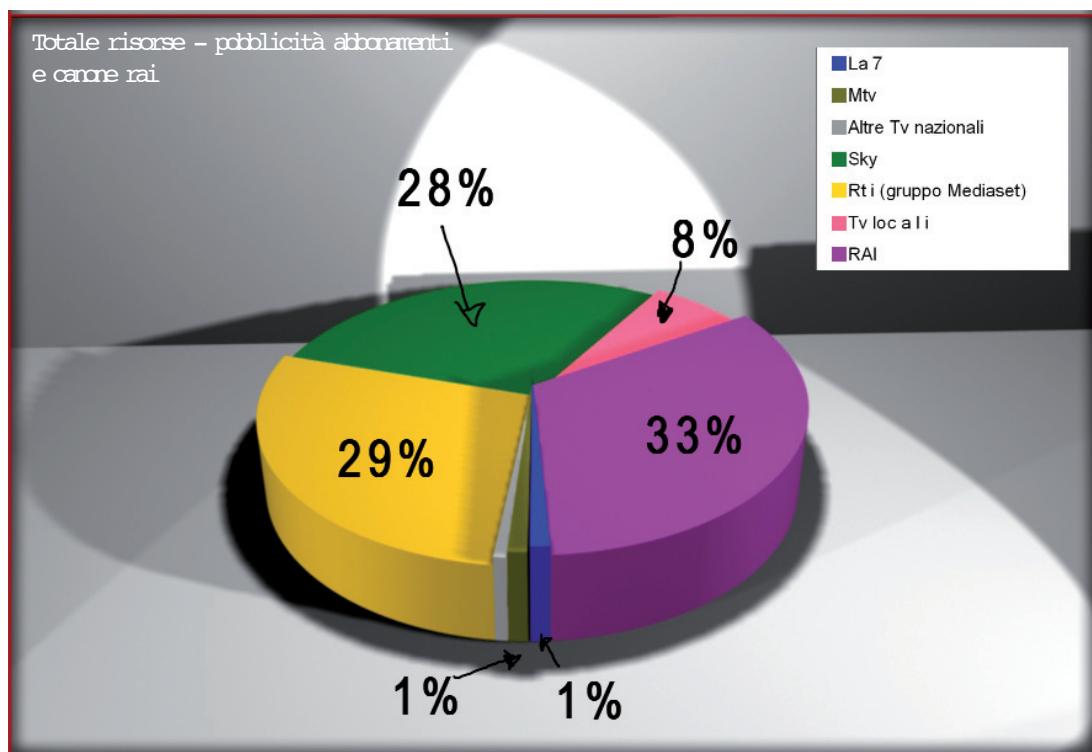
anno 2006

emittenti	ricavi pubblicitari	altri ricavi	TOTALE RISORSE
La 7	113.836.000	8.174.000	122.010.000
Mtv	77.474.847	5.504.764	82.979.611
Altre tv nazionali	28.915.991	726.043	29.642.034
Sky	101.457.576	2.132.895.970	2.234.353.546
Rti (gruppo Mediaset)	2.316.893.000	24.959.000	2.341.852.000
Tv locali	491.358.872	150.504.658	641.863.530
RAI	1.133.000.000	1.517.000.000	2.650.000.000
TOTALE RISORSE	4.262.936.286	3.839.764.435	8.102.700.721

- Ricavi pubblicitari RTI (comprensivi dei ricavi New Media).
- Per "altri ricavi" di RTI si intendono i servizi a pagamento o ricavi Pay per view.
- Per le tv locali nella voce altri ricavi - sono compresi i contributi statali.
- Per la Rai nella voce altri ricavi- sono compresi il canone e le convenzioni
- La voce altre tv nazionali comprende Rete Capri, Elefante tv, All Music.



FONTI: Elaborazioni Frt su bilanci delle Società, Relazione dell'AGCOM giugno 2006, Stime Media Key / Ac Nielsen.



a4) Confronto fra le risorse pubblicitarie dell'anno 2006 con le possibili previsioni per il 2007

	anno 2006	anno 2007
emittenti	ricavi pubblicitari	ricavi pubblicitari - previsioni
La 7	113.836.000	152.600.000
Mtv	77.474.847	85.300.000
Altre tv nazionali	28.915.991	40.000.000
Sky	101.457.576	150.000.000
Rti (gruppo Mediaset)	2.316.893.000	2.500.000.000
Tv locali	491.358.872	520.000.000
RAI	1.133.000.000	1.170.000.000
TOTALE RISORSE	4.262.936.286	4.617.900.000

FONTI: Elaborazioni Frt su bilanci delle Società, Relazione dell'AGCOM giugno 2006, Stime Media Key / Ac Nielsen.

B) LE DIVERSE CONCESSIONI

La tabella seguente presenta un raffronto a distanza di dieci anni tra il rilascio alle emittenti televisive locali concessionarie e autorizzate nel 1995 e a quelle abilitate nel 2005.

	tv commerciali e/o autorizzate dal tar a proseguire le trasmissioni (elenco Ministero pp.tt. 15/09-27/10 1995 .	tv comunitarie e/o autorizzate dal tar a proseguire le trasmissioni (elenco Ministero pp.tt. 15/09-27/10 1995 .	emittenti commerciali che hanno ottenuto il prolungamento delle concessioni in tecnica analogica - luglio 2005	emittenti comunitarie che hanno ottenuto il prolungamento delle concessioni in tecnica analogica - luglio 2005
Abruzzo	24	10	17	4
Basilicata	5	2	2	1
Bolzano	1	0	1	0
Calabria	20	27	22	16
Campania	61	45	46	21
E. Romagna	28	6	26	2
Friuli Ven. G	8	1	8	1
Lazio	51	29	47	12
Liguria	16	9	10	7
Lombardia	46	12	42	5
Marche	13	4	7	1
Molise	4	0	28	1
Piemonte	32	5	5	1
Puglia	48	22	36	10
Sardegna	18	6	11	2
Sicilia	89	49	82	21
Toscana	36	8	38	5
Trento	5	1	2	0
Umbria	10	4	7	2
Valle d'Aosta	3	0	2	0
Veneto	28	7	30	3
Totale	546	247	469	115

A ottobre del 1990, scadenza prevista dalla legge Mammi, erano 1211 le emittenti che avevano presentato domande per la concessione televisiva locale. Al 30/11/93 (L. 422/93) le emittenti erano 829. Il susseguirsi di possibili errori di valutazione, i ritardi nell'accertamento delle istruttorie, i ricorsi presentati dalle emittenti a cui viene negato il decreto di concessione, rimanda al 1995 la stesura di un elenco definitivo da parte del Ministero con un totale di 793 emittenti di cui 247 comunitarie. Nel mese di maggio 2001 il Ministero fornisce un elenco che definisce un'altro scenario, cioè quello delle emittenti televisive locali (amministrate soltanto da società di capitali), in cui sono presenti 489 tv commerciali e 143 comunitarie commerciali titolari di concessioni e/o autorizzazioni regionali e provinciali. Nel 2005, dopo il rilascio delle abilitazioni alla prosecuzione nell'esercizio in analogico, le emittenti sono 469 tv locali commerciali e 115 emittenti comunitarie. La componente che contraddistingue le graduatorie relative ai soggetti titolari di concessioni nel corso degli anni è la loro differenza nella distribuzione geografica. Il sud appare con il maggior numero di emittenti nonostante abbia meno popolazione del nord e meno reddito, con evidenti svantaggi per la solidità del settore; sono inoltre sempre le regioni meridionali quelle con il maggior numero di emittenti comunitarie.

C) I CONTRIBUTI EX L. 448/98 EROGATI NEL CORSO DEGLI ANNI

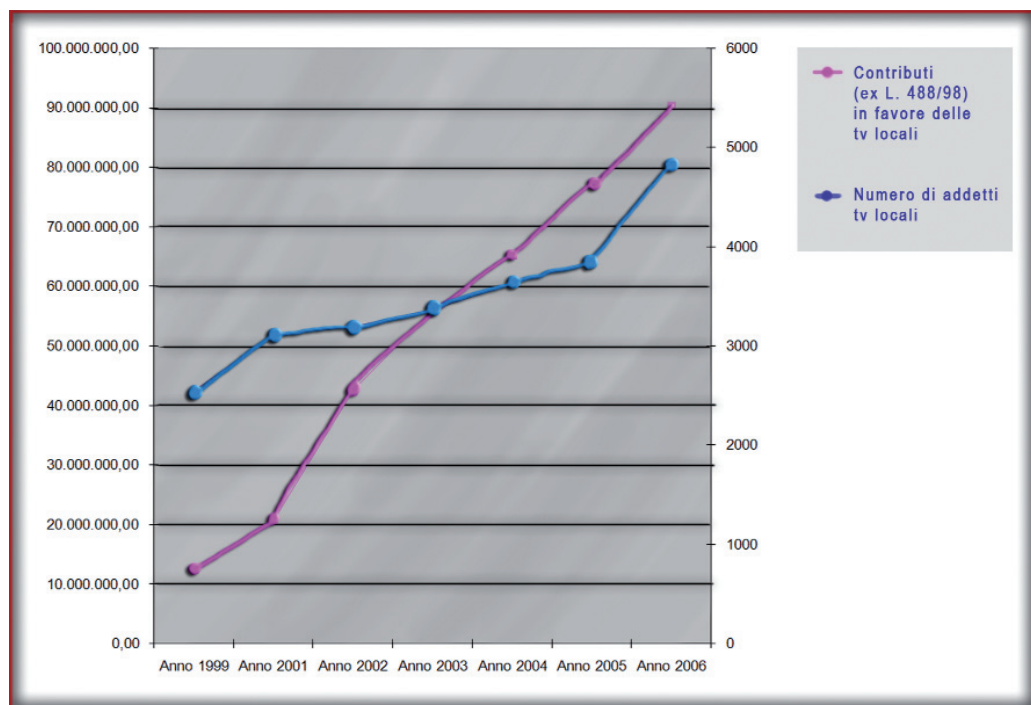
Dal 1999 alle Tv locali viene corrisposto dallo Stato un contributo quale misura di sostegno

Regioni	Anno 1999 (decreto settembre 2000)	Anno 2000 (decreto 13 novembre 2001)	Anno 2001 (decreto 26 novembre 2001)	Anno 2002 (decreto dicembre 2002)	Anno 2003 (decreto novembre 2003)	Anno 2004 (decreto giugno 2005)	Anno 2005 (decreto marzo 2006)	Anno 2006 (decreto luglio 2007)
Abruzzo	216.577,23	350.817,73	762.061,34	957.258,20	940.635,41	1.043.383,50	1.226.855,76	1.108.820,41
Basilicata	184.858,52	174.910,00	398.884,25	474.330,98	454.014,64	45.493,25	53.502,25	112.443,63
Bolzano	280.783,16	97.107,41	169.968,88	181.016,41	350.385,41	142.247,19	167.215,86	134.896,77
Calabria	525.620,91	1.098.463,10	2.112.079,32	2.434.230,89	2.094.351,92	2.462.150,02	2.828.446,41	2.211.291,69
Campania	732.901,92	1.794.808,16	3.457.479,11	5.219.371,90	5.287.056,91	7.314.798,71	8.484.179,19	9.308.449,27
Emilia Romagna	683.532,77	1.415.269,30	2.541.949,47	3.590.568,45	3.949.731,51	4.678.687,95	5.523.811,47	5.269.764,00
FriuliVen. Giulia	611.183,36	405.962,93	726.356,80	1.112.562,51	1.277.611,96	1.772.771,47	1.990.168,80	2.231.922,23
Lazio	550.857,06	909.105,92	1.909.183,36	2.823.804,42	3.894.150,83	4.359.362,67	5.068.729,43	4.797.522,51
Liguria	373.187,62	712.784,25	1.258.852,15	1.941.967,30	2.170.854,51	2.445.770,04	2.818.782,15	2.624.729,64
Lombardia	1.549.767,34	3.161.679,80	6.658.696,93	7.844.499,31	9.637.879,78	11.341.705,31	13.542.881,86	11.692.438,27
Marche	161.432,03	327.205,25	545.672,24	771.799,68	803.010,89	993.752,67	1.162.659,29	985.157,50
Molise	244.044,48	210.131,55	396.545,34	734.427,19	387.625,05	434.013,45	507.578,48	638.765,55
Piemonte	683.148,53	1.375.180,90	2.472.111,20	3.332.809,84	3.682.430,54	4.590.541,39	5.437.064,70	5.529.027,88
Puglia	1.157.726,97	2.269.854,96	5.302.440,44	6.922.241,36	8.352.790,77	10.564.204,92	12.448.475,51	10.444.634,38
Sardegna	620.082,94	961.537,73	1.797.872,03	2.648.348,75	3.273.999,39	3.326.163,06	3.819.347,50	3.157.812,79
Sicilia	1.321.055,43	1.916.271,23	5.137.902,51	6.618.086,79	7.765.010,30	8.996.859,31	10.245.842,80	9.682.268,64
Toscana	639.605,01	1.238.677,16	2.149.715,45	2.815.546,18	3.597.971,18	4.123.713,17	4.864.565,62	4.341.020,46
Trento	372.059,68	164.900,96	471.894,94	403.759,89	806.789,72	561.504,68	651.128,17	616.092,94
Umbria	316.926,87	329.723,60	619.018,99	905.932,25	917.770,38	1.044.013,37	1.234.163,79	1.027.742,08
Valle d'Aosta	313.084,44	26.478,66	71.847,29	93.702,70	42.669,90	58.603,66	67.225,23	50.611,42
Veneto	856.529,31	1.717.405,37	3.388.933,69	4.288.254,17	5.427.778,40	6.933.779,61	8.171.895,14	9.849.107,36
TOTALE	12.394.965,58	20.658.275,97	42.349.465,74	56.114.519,16	65.114.519,40	77.183.519,40	90.314.519,40	85.814.519,40

I contributi presentati nella tabella a pagina 9 sono previsti dalla ex L. 448/98, erogati alle emittenti che svolgono attività di informazione sulla base di graduatorie annuali regionali predisposte dai CO.RE.COM. (Comitati Regionali per le Comunicazioni) su parametri oggettivi relativi al fatturato e all'occupazione, da ultimo disciplinati dal regolamento reso con D.M. 292/04.

Nel corso degli anni, gli stanziamenti progressivamente aumentati nelle diverse leggi finanziarie, hanno portato tali contributi ad assumere un rilievo significativo nei bilanci delle imprese, contribuendo peraltro a un sensibile aumento dell'occupazione, anche delle professionalità giornalistiche, nell'ambito del settore.

Il grafico sottostante illustra l'aumento progressivo di questi importi che, in termini di occupazione hanno determinato, secondo l'analisi degli esercizi di bilancio degli anni precedenti, un aumento di 2287 unità dal 1999 al 2006.



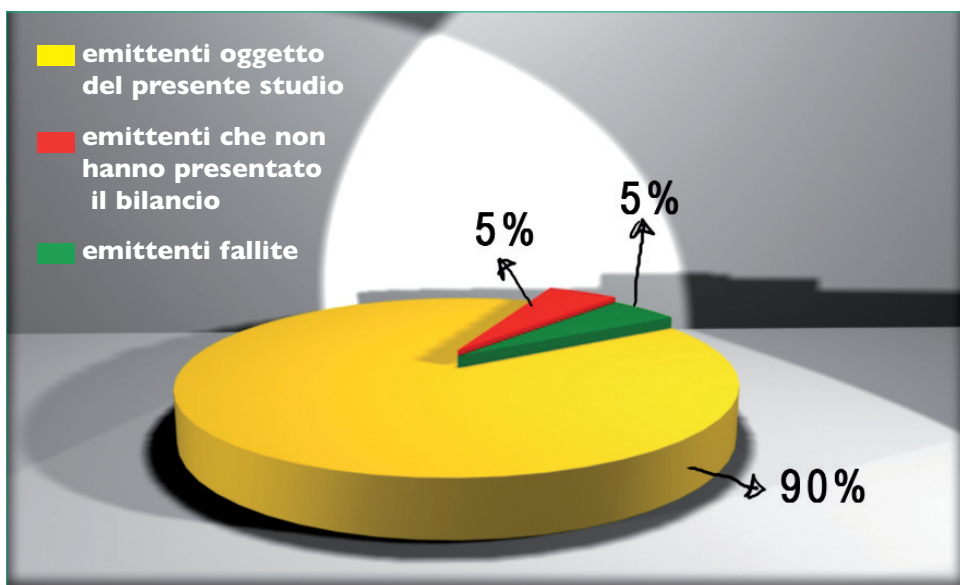
D) ANALISI DEI BILANCI 2006 DELLE TV LOCALI COMMERCIALI

Seguendo la stessa metodologia dei precedenti lavori di ricerca sui dati economici delle televisioni locali commerciali cui il Ministero delle Comunicazioni aveva rilasciato le concessioni televisive sia nel 1994 che nel 2001, questo studio esamina i bilanci dell'esercizio 2006 delle società che amministrano le tv locali commerciali che hanno ottenuto il prolungamento delle concessioni in tecnica analogica ai sensi dell'articolo 25, comma 11 della legge 3 maggio 2004 n.112.

Il Ministero aveva accolto con esito positivo la richiesta di 469 tv locali commerciali di proprietà di 427 società e 115 tv comunitarie, per un totale di 584 emittenti. Per quanto concerne le tv locali commerciali, sia nel 2005 che nel 2006, fusioni societarie, fallimenti di aziende e società non risultanti iscritte alla Camera di Commercio hanno leggermente ridotto il numero di quelle effettivamente operanti, così come viene indicato nella tabella sottostante:

	Società concessionarie	Emittenti amministrate
Graduatoria 2005 Ministero delle comunicazioni	427	469
Effettivamente operanti Anno 2006	421	459

LE TV LOCALI ITALIANE NELL'ANNO 2006



Come illustrato nel grafico, sono stati individuati e analizzati i bilanci di 376 società che amministrano 413 tv, cioè il 94,29% delle emittenti televisive locali effettivamente operanti. Inoltre, in più della metà delle regioni la ricerca copre il 100% dei soggetti. Va dunque sottolineato come il presente studio sia un documento sostanzialmente esaustivo, perchè riguarda la quasi totalità delle emittenti commerciali per quanto concerne la quantificazione delle risorse del settore televisivo locale commerciale in quanto le tv comunitarie non hanno l'obbligo di rendere pubblico il loro bilancio. 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 ricavi totali;
- d) distribuzione geografica per fatturato pubblicitario.

3) Il lavoro dipendente:

- a) costo totale ed incidenza sui ricavi nelle tv locali;
- b) personale dipendente suddiviso per classi di ricavi pubblicitari;
- c) personale dipendente suddiviso per regione;
- d) dati dell'occupazione nel settore televisivo nazionale privato.

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.

6) Raffronto anni 2000 - 2006 per fatturato pubblicitario e risultati di esercizio

L'UNIVERSO DI RIFERIMENTO

La tabella sottostante indica per ogni singola regione, quanti sono i bilanci analizzati, nonché il numero di bilanci non reperiti, ma appartenenti a società ancora attive ed infine il numero di società fallite.

Viene così definita la situazione dell'emittenza locale nel 2006.

Regione	Emittenti commerciali concessionarie operanti nel 2006	Società che amministrano le emittenti commerciali concessionarie	Bilanci Analizzati	Bilanci non presentati	Società fallite
ABRUZZO	17	16	14	0	2
BASILICATA	2	2	1	0	1
BOLZANO	1	1	1	0	0
CALABRIA	20	19	16	2	1
CAMPANIA	46	45	38	6	1
E. ROMAGNA	24	21	18	0	3
FRIULI	8	7	7	0	0
LAZIO	47	43	38	3	2
LIGURIA	10	10	10	0	0
LOMBARDIA	42	38	36	1	1
MARCHE	7	7	7	0	0
MOLISE	5	4	4	0	0
PIEMONTE	28	27	24	2	1
PUGLIA	36	33	27	5	1
SARDEGNA	11	11	10	1	0
SICILIA	77	66	59	3	4
TOSCANA	38	35	32	0	3
TRENTO	2	2	2	0	0
UMBRIA	7	7	7	0	0
VALLE D'AOSTA	2	2	2	0	0
VENETO	29	25	23	1	1
	459	421	376	24	21
			413 emittenti	25 emittenti	

Le società sono state collocate nella regione del bacino d'utenza dall'emittente amministrata.

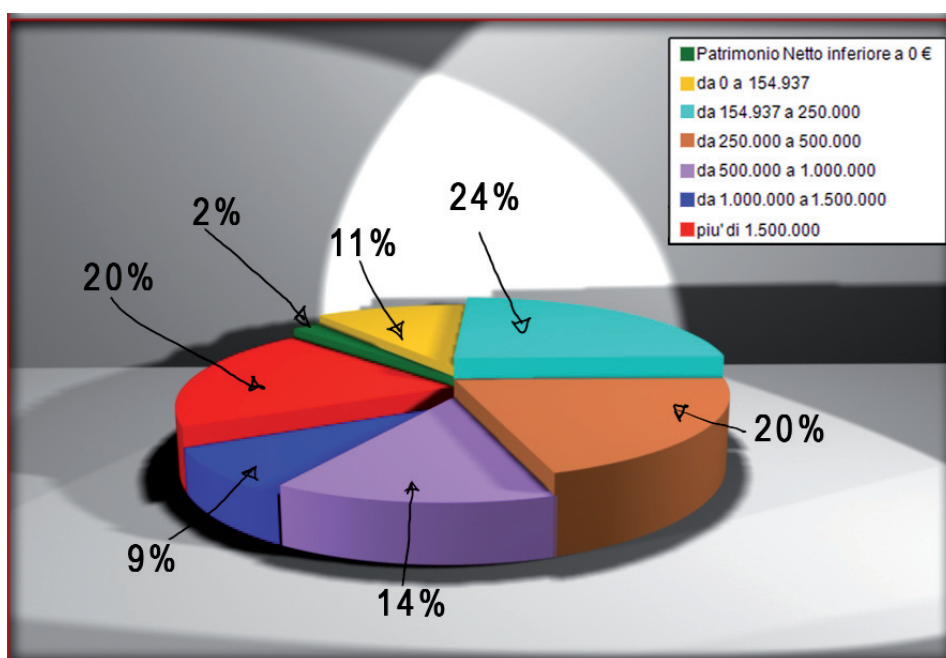
1) IL PATRIMONIO NETTO

A) CLASSI DI PATRIMONIO NETTO

La somma di tutti i patrimoni netti delle 376 società è pari a euro 482.550.719. Dall'analisi dei dati emerge che 6 società di capitale hanno un patrimonio netto inferiore a 0; 40 società **inferiore a euro 154.937** (tale importo corrisponde al requisito minimo previsto dalla legge per il rilascio della concessione), 167 fra euro 154.937 e 500.000 e 163 superiore a euro 500.000 e più precisamente:

Classi di Patrimonio Netto	società
Patrimonio Netto inferiore a 0 €	6
da 0 a 154.937	40
da 154.937 a 250.000	92
da 250.000 a 500.000	75
da 500.000 a 1.000.000	54
da 1.000.000 a 1.500.000	35
piu' di 1.500.000	74
	376

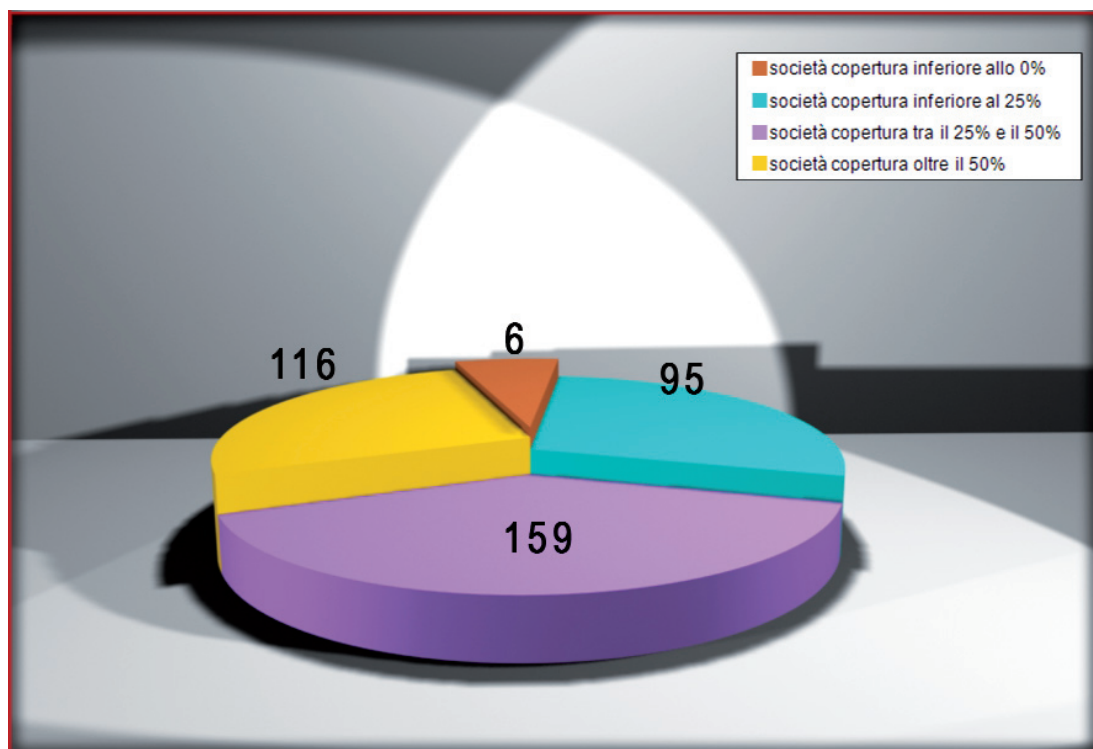
B) COMPOSIZIONE PERCENTUALE PER CLASSI DI PATRIMONIO NETTO



C) COPERTURA ATTIVO DA PATRIMONIO NETTO

Dall'esame del rapporto tra il patrimonio netto ed il totale attivo, particolarmente indicativo in quanto permette di valutare la capitalizzazione percentuale effettiva delle società, risulta che sulle 376 società di capitale analizzate 116 hanno un rapporto di copertura degli investimenti e delle altre attività maggiore del 50%, più precisamente:

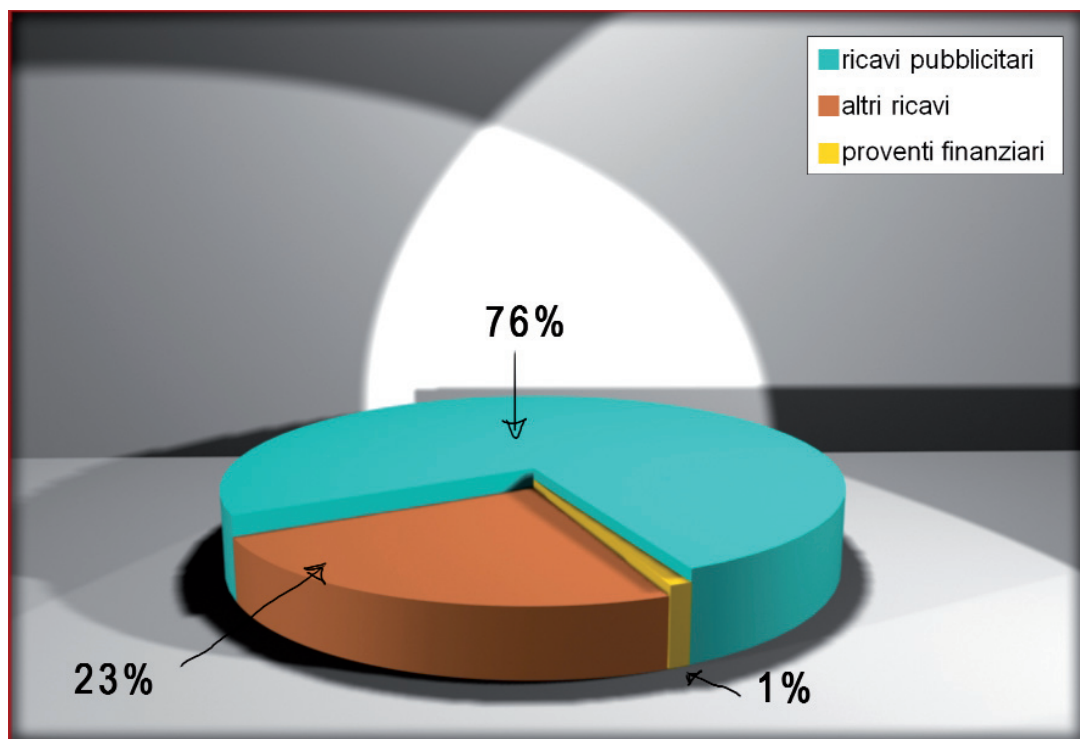
Copertura attivo/netto	società
società copertura inferiore allo 0%	6
società copertura inferiore al 25%	95
società copertura tra il 25% e il 50%	159
società copertura oltre il 50%	116
	376



2) I RICAVI DELLE EMITTENTI TELEVISIVE LOCALI COMMERCIALI

A) RICAVI COMPLESSIVI

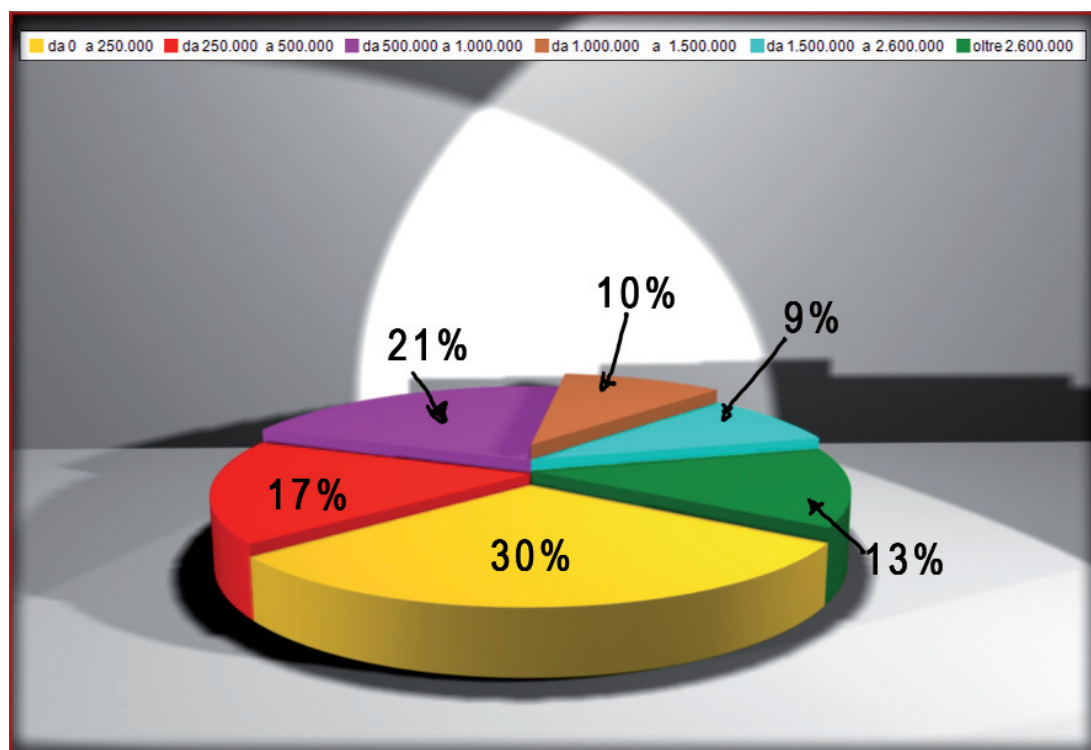
Il totale dei ricavi delle 376 società prese in esame nell'anno 2006 è stato di euro 647.211.868,16; di cui euro 491.358.872,16 provenienti dalla pubblicità, euro 150.504.658 provenienti da altre attività e contributi statali e euro 5.348.338 di proventi finanziari. I relativi costi ammontano a 650.214.660 euro.



B) COMPOSIZIONE PERCENTUALE DELLE SOCIETÀ PER CLASSI DI FATTURATO PUBBLICITARIO

Classi di fatturato pubblicitario	Società
da 0 a 250.000	112
da 250.000 a 500.000	65
da 500.000 a 1.000.000	77
da 1.000.000 a 1.500.000	37
da 1.500.000 a 2.600.000	35
oltre 2.600.000	50
	376

Il fatturato pubblicitario medio per società è di circa 1.306.805,51 euro e, come si può dedurre dalla divisione per classi di fatturato, 122 società superano un milione di euro, mentre 254 società (il 67,55 % delle aziende esaminate) hanno degli introiti pubblicitari inferiori a tale somma.



C) DISTRIBUZIONE GEOGRAFICA PER RICAVI TOTALI

N. Società	Regioni	Ricavi Totali
14	Abruzzo	7.543.748,00
1	Basilicata	195.885,00
1	Bolzano	1.370.658,00
16	Calabria	14.959.748,00
38	Campania	41.907.030,00
18	E. Romagna	44.822.044,00
7	Friuli Ven. G	6.338.228,00
38	Lazio	51.605.921,00
10	Liguria	17.756.140,41
36	Lombardia	138.238.713,33
7	Marche	6.354.919,00
4	Molise	3.505.202,00
24	Piemonte	42.282.284,42
27	Puglia	52.988.243,00
10	Sardegna	19.787.081,00
59	Sicilia	53.310.080,00
32	Toscana	35.674.542,00
2	Trento	4.194.605,00
7	Umbria	5.742.943,00
2	Valle d'Aosta	823.887,00
23	Veneto	97.809.966,00
376		647.211.868,16

D) DISTRIBUZIONE GEOGRAFICA PER FATTURATO PUBBLICITARIO

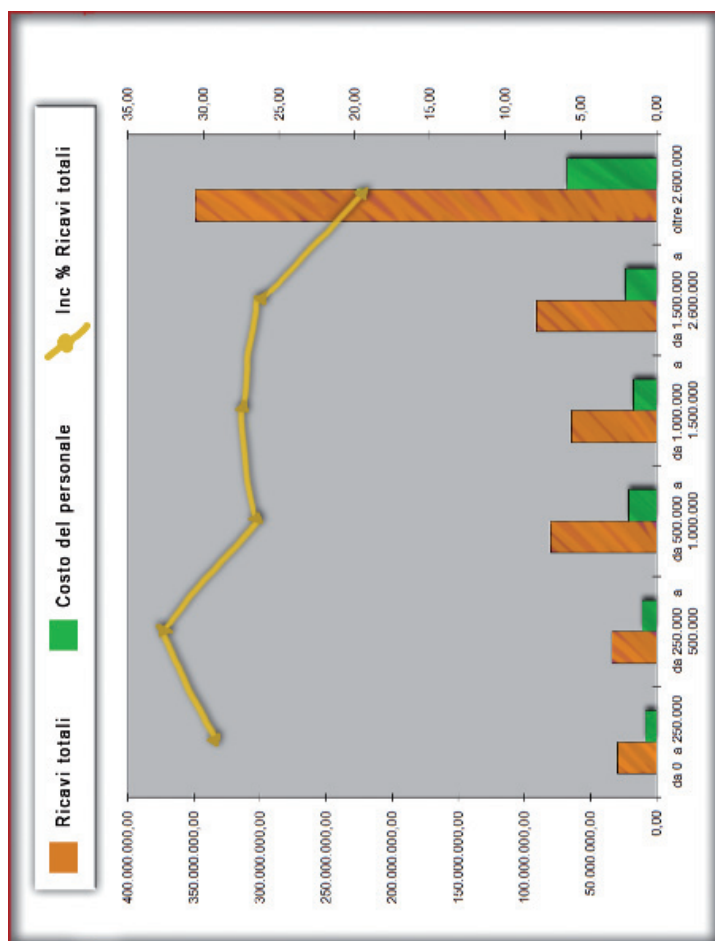
La distribuzione geografica delle società secondo le classi di fatturato mostra che in Sicilia la maggior parte delle imprese fatturano meno di 250.000 euro; solo il nord ovest e il nord est registrano una distribuzione più equilibrata fra le diverse classi di fatturato pubblicitario. La Lombardia e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

	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	6	4	2	2	0	0	14
Basilicata	1	0	0	0	0	0	1
Bolzano	0	0	1	0	0	0	1
Calabria	7	2	3	2	0	2	16
Campania	12	8	9	3	3	3	38
E. Romagna	2	2	3	2	5	4	18
Friuli Ven. G	4	0	0	3	0	0	7
Lazio	11	5	8	3	7	4	38
Liguria	1	2	2	1	3	1	10
Lombardia	4	6	8	5	3	10	36
Marche	4	0	1	1	1	0	7
Molise	1	1	1	0	1	0	4
Piemonte	7	2	4	4	2	5	24
Puglia	7	4	8	3	2	3	27
Sardegna	5	0	3	0	1	1	10
Sicilia	27	20	6	0	2	4	59
Toscana	10	4	10	5	2	1	32
Trento	0	0	0	1	1	0	2
Umbria	0	3	4	0	0	0	7
Valle d'Aosta	1	1	0	0	0	0	2
Veneto	2	1	4	2	2	12	23
	112	65	77	37	35	50	376

3) IL LAVORO DIPENDENTE

A) COSTO TOTALE ED INCIDENZA SUI RICAVI NELLE TV LOCALI

Nel 2006 le 376 società esaminate hanno speso per il personale dipendente 149.794.747,01 euro, pari al 23,14 % del totale dei ricavi e al 23,03% dei costi totali. Il costo del lavoro dipendente pesa in misura percentuale maggiore nelle 177 società con fatturato pubblicitario inferiore ai 500.000 euro, con una incidenza percentuale fra il 29 e il 32 % sul totale dei ricavi. Diversamente, per le società che fatturano più di 1.500.000, la spesa per il personale dipendente ha un'incidenza media del 21,50 %.



Classi di fatturato pubblicitario	N. Società	Ricavi totali	Ricavi pubblicitari	Costo del personale	Inc/ric. Totali
da 0 a 250.000	112	14.831.980,00	16.943.888,00	8.519.512,00	29,10
da 250.000 a 500.000	65	23.287.594,00	25.408.312,00	10.876.143,00	32,37
da 500.000 a 1.000.000	77	58.512.354,46	54.079.669,00	21.016.811,67	26,21
da 1.000.000 a 1.500.000	37	46.236.776,00	40.927.926,00	17.459.185,00	27,06
da 1.500.000 a 2.600.000	35	68.155.773,90	79.835.131,00	23.570.081,33	25,90
oltre 2.600.000	50	280.334.393,80	236.082.612,00	68.353.014,00	19,61
	376	491.358.872,16	453.277.537,99	149.794.747,01	23,14

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 147.749.747 e valutato il costo medio teorico di euro 31.000, per dipendente, risulterebbero 4832 lavoratori con una spesa media per ciascuna società di 398.390 euro, pari a 13 dipendenti per ogni società. Tuttavia solo le aziende che fattureranno più di 1.000.000 di euro hanno più dipendenti dalla media. Le società che hanno un fatturato superiore a 2.600.000 euro raggiungono la spesa di euro 1.367.060 con una media di 44 dipendenti ciascuna. In sintesi il 73% del totale dei dipendenti (3528) è alle dipendenze delle 122 società che fattureranno più di 1.000.000 di euro.

Classi di fatturato pubblicitario	N. Società	Ricavi pubblicitari	Ricavi totali	Costo del personale	Costo medio dipendente	Tot. Dipendenti	Costo medio società	Media Dipendenti
da 0 a 250.000	112	14.831.980,00	29.277.796,00	8.519.512,00	€ 31.000,00	275	76.067	2
da 250.000 a 500.000	65	23.287.594,00	33.596.170,00	10.876.143,00	€ 31.000,00	351	167.325	5
da 500.000 a 1.000.000	77	58.512.354,46	80.189.660,46	21.016.811,67	€ 31.000,00	678	272.946	9
da 1.000.000 a 1.500.000	37	46.236.776,00	64.527.089,00	17.459.185,00	€ 31.000,00	563	471.870	15
da 1.500.000 a 2.600.000	35	68.155.773,90	91.005.787,90	23.570.081,33	€ 31.000,00	760	673.431	22
oltre 2.600.000	50	280.334.393,80	348.615.364,80	68.353.014,00	€ 31.000,00	2205	1.367.060	44
	376	491.358.872,16	647.211.868,16	149.794.747,01		4832		

C) NUMERO DEGLI ADDETTI NEL SETTORE TELEVISIVO PRIVATO

Di seguito si riportano il numero di addetti diviso per imprese e si evince che il personale occupato nelle imprese televisive locali rappresenta il 38,24% del settore televisivo privato italiano

anno 2006	
emittenti	numero di addetti
La 7	581
Mtv	180
Altre tv nazionali	90
Sky	3869
Rti	3082
Tv locali	4832
S ky	12634

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

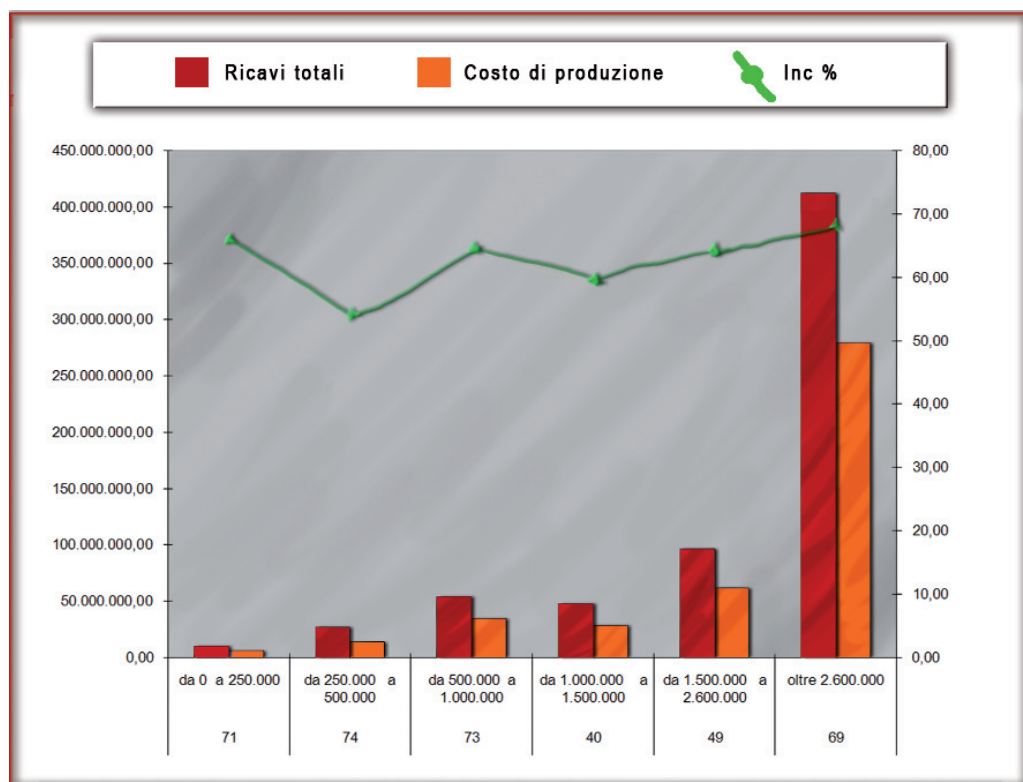
Prendendo in considerazione il costo del lavoro dipendente nelle diverse regioni è possibile riscontrare una maggior incidenza percentuale della spesa del personale sui ricavi totali in Bolzano, Basilicata, Umbria, Sicilia, Calabria.

N. Società	Regioni	Ricavi Totali	Costo del Personale	Inc % Costo del Personale	Tot. Dipendenti
14	Abruzzo	7.543.748,00	1.953.856,00	29,40	63
1	Basilicata	195.885,00	69.917,00	33,66	2
1	Bolzano	1.370.658,00	541.027,00	39,69	17
16	Calabria	14.959.748,00	4.709.126,00	31,57	152
38	Campania	41.907.030,00	10.182.222,00	19,39	328
18	E. Romagna	44.822.044,00	10.269.045,00	23,73	331
7	Friuli Ven. G	6.338.228,00	1.419.613,00	24,94	46
38	Lazio	51.605.921,00	14.899.640,00	27,79	481
10	Liguria	17.756.140,41	4.177.276,33	20,89	135
36	Lombardia	138.238.713,33	29.524.843,33	24,71	952
7	Marche	6.354.919,00	1.529.190,00	25,94	49
4	Molise	3.505.202,00	856.712,00	22,19	28
24	Piemonte	42.282.284,42	6.142.289,33	14,54	198
27	Puglia	52.988.243,00	14.081.952,00	25,51	454
10	Sardegna	19.787.081,00	5.904.903,00	32,33	190
59	Sicilia	53.310.080,00	16.850.168,00	32,57	544
32	Toscana	35.674.542,00	8.848.344,00	29,57	285
2	Trento	4.194.605,00	1.094.282,00	25,86	35
7	Umbria	5.742.943,00	2.025.281,00	34,79	65
2	Valle d'Aosta	823.887,00	115.020,00	14,18	4
23	Veneto	97.809.966,00	14.600.040,00	14,57	471
376		647.211.868,16	149.794.747,01	23,62	4.832

4) COSTI DI PRODUZIONE E INCIDENZA PERCENTUALE SUI RICAVI

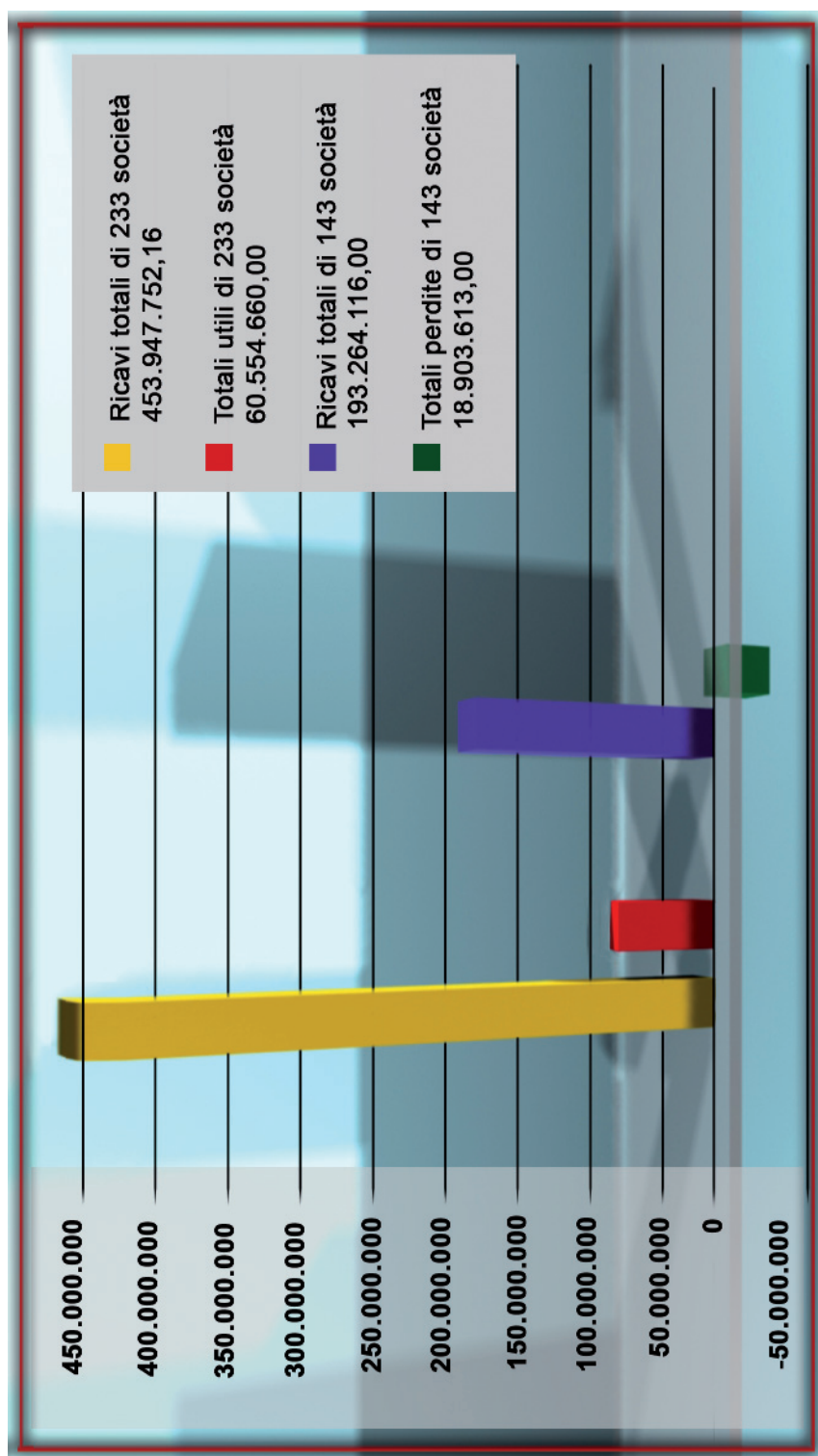
I costi sostenuti in relazione alle attività prettamente televisive (sono escluse le spese per il personale e gli ammortamenti) sono pari a euro 424.434.764,99 e rappresentano il 65,58% dei ricavi totali e il 65,27% dei costi delle 376 società oggetto della ricerca. La maggior incidenza percentuale dei costi sui ricavi totali riguarda sia le società con introiti superiori ai 2.600.000 che quelle con ricavi inferiori ai 250.000 euro

N. Società	Classi di Ricavi Totali	Ricavi Totali	Costi di Produzione	Inc. %
71	da 0 a 250.000	9.797.510,00	6.411.681,00	65,44
74	da 250.000 a 500.000	26.689.465,00	14.188.183,00	53,16
73	da 500.000 a 1.000.000	54.288.166,46	34.706.919,34	63,93
40	da 1.000.000 a 1.500.000	47.977.593,00	28.196.410,00	58,77
49	da 1.500.000 a 2.600.000	96.122.116,90	61.389.928,00	63,87
69	oltre 2.600.000	412.337.016,80	279.541.643,66	67,79
376		647.211.868,16	424.434.764,99	65,58



5) I RISULTATI DI ESERCIZIO

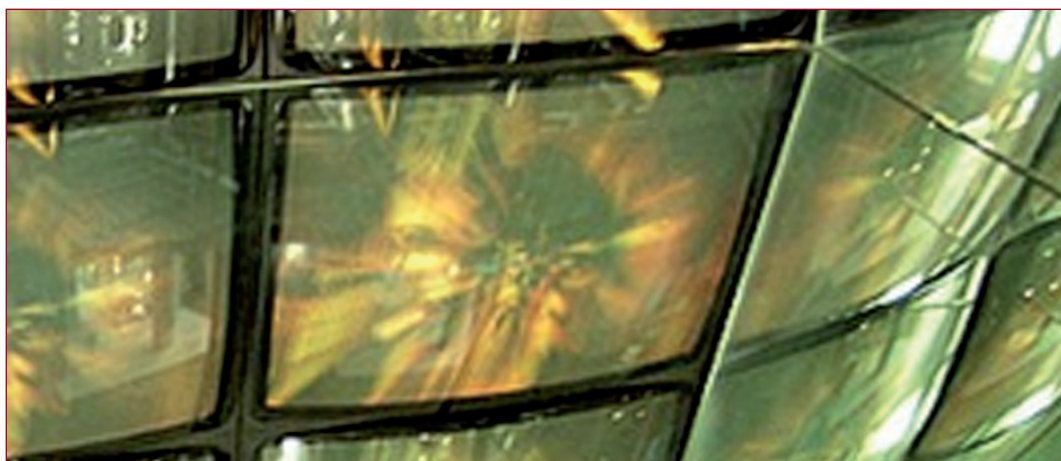
Ai costi di produzione, del personale e delle quote di ammortamento vanno aggiunti gli oneri finanziari e i costi societari e di carattere generale. I conseguenti risultati di esercizio sono qui appreso indicati:



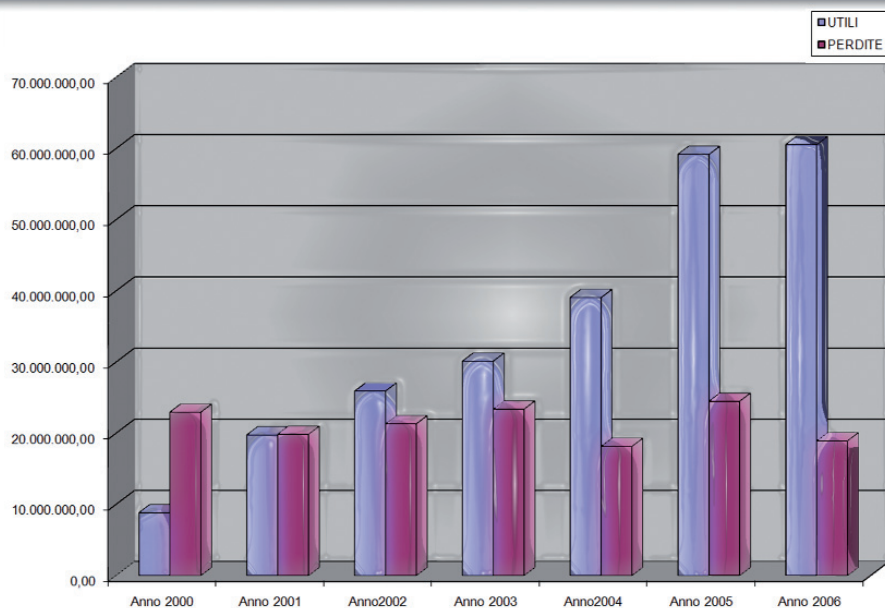
6) RAFFRONTO ANNI 2000 - 2006 PER FATTURATO PUBBLICITARIO E RISULTATI DI ESERCIZIO

Nelle tabelle e nei grafici seguenti vengono messi a confronto i dati dei fatturati pubblicitari e i relativi risultati di esercizio a decorrere dall'anno 2000, dai quali emerge un dato significativo per quanto riguarda una sempre maggiore solidità delle imprese con particolare riferimento all'ultimo biennio.

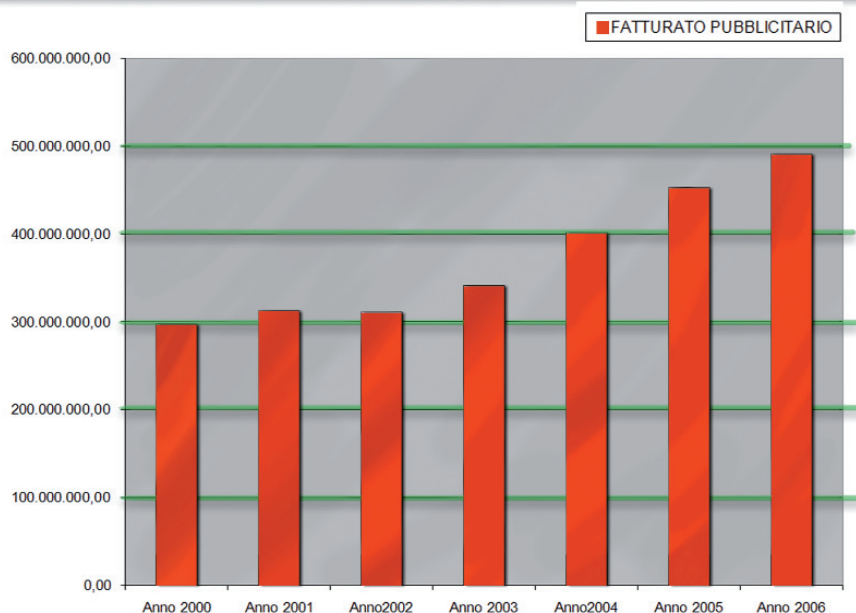
Società rilevate	Esercizio	Fatturato Pubblicitario	Utili	Perdite
395	Anno 2000	298.046.661,33	8.817.176,04	22.938.100,04
380	Anno 2001	313.282.183,26	19.748.984,05	19.851.238,89
355	Anno 2002	311.588.289,00	25.901.195,00	21.310.065,00
379	Anno 2003	341.199.248,00	30.109.175,00	23.385.762,00
369	Anno 2004	401.995.348,00	39.063.952,00	18.136.487,00
398	Anno 2005	453.277.537,99	59.180.000,00	24.479.977,00
376	Anno 2006	491.358.872,16	60.554.660,00	18.903.613,00



Utili e perdite 2000 - 2006



Fatturato pubblicitario 2000 -2006



Note

Osservatorio delle imprese Radiotelevisive Private
c/o FRT - Federazione Radio Televisioni

Viale Regina Margherita, 286 - 00198 Roma

Tel. 06.4402104 - Fax 06.4402723

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

Grafica e impaginazione puntoepixel.com

Stampa Selegrafica 80 - Guidonia Roma

Impianti Composit srl Roma

