

Luglio 2009

STUDIO ECONOMICO DEL SETTORE RADIOTELEVISIVO PRIVATO ITALIANO anno 2007



FRT Federazione Radio Televisioni
SLC CGIL FISTEL CISL UILCOM UIL

STUDIO ECONOMICO DEL SETTORE RADIOTELEVISIVO PRIVATO

Presentazione

Il presente studio fa parte delle pubblicazioni effettuate 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.

Si tratta dunque di un'indagine sull'intero comparto radiotelevisivo privato italiano a livello nazionale e locale impostata secondo parametri prettamente economici attraverso un'accurata analisi dei bilanci delle società di capitale che amministrano le emittenti radiotelevisive operanti in Italia.

Questi i temi oggetto della ricerca:

1 - EMITTENTI TELEVISIVE ITALIANE

- Le risorse del comparto televisivo privato italiano (quota % sul totale risorse del settore compresa la Rai) tappe significative della storia del settore televisivo privato (1990-2007).

a) Risorse complessive del settore privato nel 2007.

b) Il personale dipendente - numero di addetti.

2 - EMITTENTI TELEVISIVE LOCALI PRIVATE A CARATTERE COMMERCIALE (*)

a) Evoluzione del settore televisivo locale e relativa quota percentuale nell'intero mercato televisivo.

b) Le dimensioni numeriche del settore televisivo locale sulla base dei dati relativi alle abilitazioni rilasciate dal Ministero delle Comunicazioni.

c) I contributi pubblici ex L.448/98 erogati nel corso degli anni.

d) Analisi dei dati economici relativi all'esercizio 2007 delle emittenti televisive locali commerciali attualmente in esercizio che hanno ottenuto il prolungamento delle concessioni in tecnica analogica fino al definitivo passaggio al digitale.

3 EMITTENTI RADIOFONICHE NAZIONALI E LOCALI PRIVATE

a) Le radio nazionali private: dati economici - esercizio 2007.

b) Le radio locali private gestite da società di capitale: dati economici - esercizio 2007.

() Si fa presente che tutte le analisi relative alle risorse e ai dati economici del settore televisivo locale escludono le emittenti 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 maggio 2009; per qualsiasi utilizzo dovrà essere citata la fonte.



1) EMITTENTI TELEVISIVE PRIVATE

- Le risorse del settore televisivo italiano

Periodo 1990-2007; tappe significative

La seguente tabella, attraverso alcune finestre temporali, indica l'evoluzione nel periodo 1990-2007 dell'intero comparto televisivo italiano (include dunque la Rai), per quanto riguarda le risorse pubblicitarie e quelle relative alle diverse forme di abbonamenti e pay-tv.

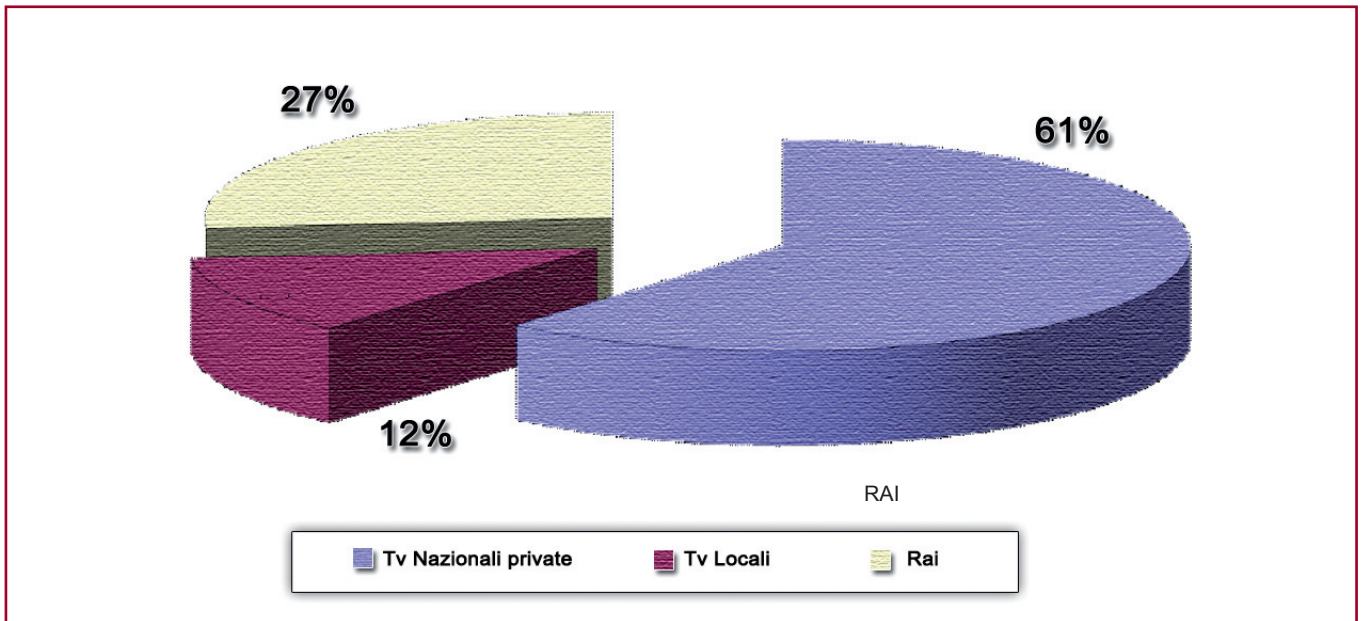
	ANNO 1990	ANNO 1995	ANNO 1998	ANNO 2001	ANNO 2004	ANNO 2006	ANNO 2007
Tv Naz. private pubblicità (*)	1.030.839.190	1.308.617.871	1.688.639.195	2.238.568.859	2.456.712.604	2.638.577.414	2.628.576.139
Tv Locali pubblicità (**)	206.840.988	278.886.726	324.847.837	350.000.000	450.000.000	491.358.872	520.000.000
Pubblicità RAI	529.884.778	792.761.340	1.058.000.000	951.000.000	1.040.000.000	1.133.000.000	1.137.000.000
TOTALE PUBBLICITA' EMITTENTI NAZIONALI E LOCALI (PRIVATE E RAI)	1.767.564.957	2.380.265.937	3.071.487.032	3.539.568.859	3.946.712.604	4.262.936.286	4.285.576.139
Canone Rai	852.153.883	1.161.722.000	1.170.000.000	1.350.000.000	1.473.800.000	1.517.000.000	1.592.000.000
Abbonamenti Pay tv (***)	0	184.193.000	352.666.209	557.107.180	1.369.559.000	2.147.300.777	2.417.872.912
Tv Locali Contributi Statali	0	0	0	42.349.465	77.183.519	85.814.519	106.547.046
TOTALE CANONE - ABBONAMENTI PAY - CONTRIBUTI STATALI	852.153.883	1.345.915.000	1.522.666.209	1.949.456.645	2.920.542.519	3.750.115.296	4.116.419.958
TOTALE SETTORE	2.619.718.840	3.726.180.937	4.594.153.241	5.489.025.504	6.867.255.123	8.013.051.582	8.401.996.097

(*) 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.

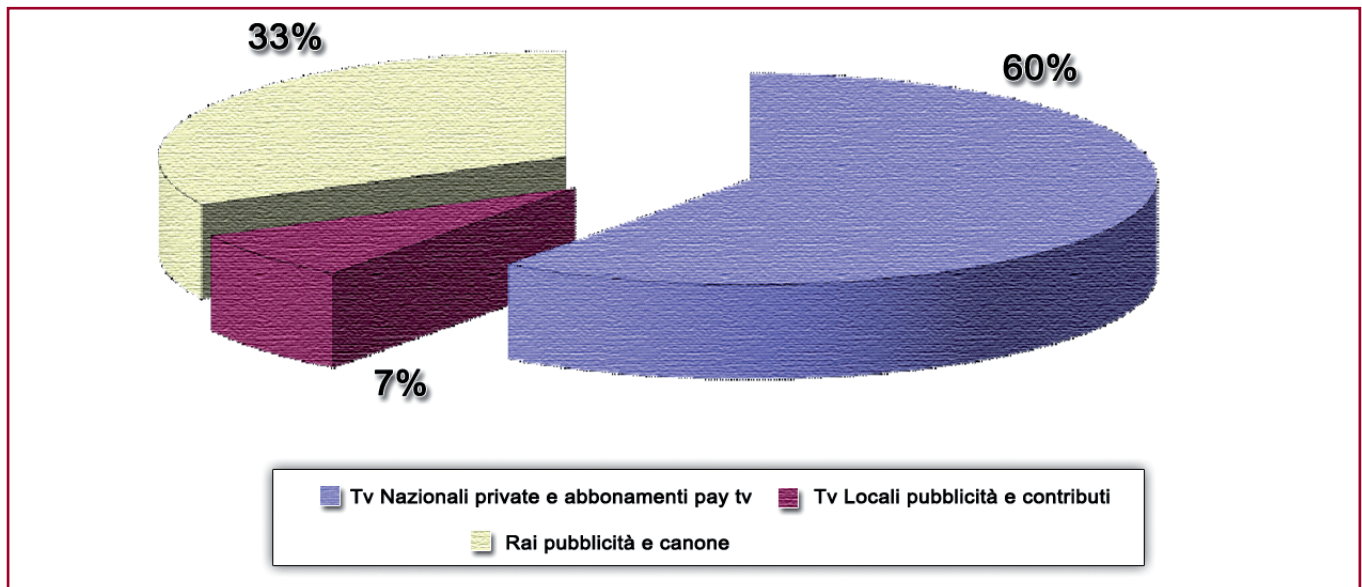
(**) Per l'anno 90 include Italia 7 e la pubblicità nazionale dei circuiti GRT, EURO TV, PAN TV, Ecc. L'anno 95 include PRS, SUPER-SIX, DAPS, E JUNIOR TV (nel 1998 esclude Italia 7). Nel 2007 comprende i ricavi di 334 aziende analizzate in questo studio più stime sulle altre società attive i cui bilanci non sono stati reperiti.

(***) Comprende le 'Telepiu', e successivamente Stream e Sky, servizi a pagamento Rti, La 7 e ricavi di altri operatori.

Mercato pubblicitario comparto televisivo quote percentuali



Totale risorse - pubblicità - pay tv - contributi tv locali e Rai



Fonti: Elaborazioni FRT su bilanci delle società, relazione dell'AGCOM luglio 2008

a) Risorse complessive del settore privato nel 2007

Nella seguente tabella viene illustrata la distribuzione delle risorse del settore nazionali privato. Le caratteristiche principali in quest'anno 2007 sono l'aumento delle risorse derivante dalle offerte DTT (reti Mediaset) e la crescita del fatturato pubblicitario delle tv del gruppo Sky.

Emittenti	Ricavi pubblicitari	Altri ricavi	TOTALE RISORSE
La 7	152.543.958	10.344.574	162.888.532
Mtv	85.224.362	6.528.338	91.752.700
All Music	12.583.360	0	12.583.360
Altre tv nazionali	21.224.459	0	21.224.459
Sky	185.000.000	2.162.000.000	2.347.000.000
Rti (gruppo Mediaset)	2.172.000.000	239.000.000	2.411.000.000
Tv Locali	520.000.000	106.547.046	626.547.046
TOTALE RISORSE	3.148.576.139	2.524.419.958	5.672.996.097

- Per "altri ricavi" di RTI si intendono le offerte pay più ricavi di altri operatori.
- Per le tv locali nella voce altri ricavi sono compresi i contributi statali.
- La voce altre tv nazionali comprende Rete Capri, Elefante Tv, Sportitalia, Europa 7.

Fonti: Elaborazioni FRT su bilanci delle società, relazione dell'AGCOM luglio 2008. (Sono escluse le risorse delle emittenti satellitari non appartenenti al gruppo Sky).

b) Il personale dipendente - numero di addetti

Emittenti	Numero di addetti
La 7	581
Mtv	180
All music	67
Altre tv nazionali	30
Sky	3777
Rti (gruppo Mediaset)	3.082
Tv locali *	4.842
TOTALE	12.559

I dati aziendali relativi al costo del personale permettono di individuare (vedi tabella) il numero di addetti del settore privato. (12.559 unità).

Nelle reti Mediaset e Sky il numero di addetti comprende anche l'indotto. (*) Per le tv locali vedi elaborazioni sui dati aziendali a pag.22



2) EMITTENTI TELEVISIVE LOCALI PRIVATE A CARATTERE COMMERCIALE

a) 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 12,30% del totale dei ricavi pubblicitari e il 7,15% 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 15% delle entrate pubblicitarie e il 7,68% 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).

ANNO 2007

Sono solo 123 le società che amministrano le tv locali che superano il milione di euro di fatturato pubblicitario. Inoltre, il 64% del totale dei dipendenti (3097) è alle dipendenze di queste 123 società. Caratteristica significativa di quest'anno è una notevole diminuzione del numero di tv locali effettivamente operanti.

	RICAVI PUBBLICITARI SETTORE NAZIONALE PRIVATO E RAI	RICAVI PUBBLICITARI TV LOCALI E CONTRIBUTI	TOTALE ENTRATE COMPRESO CANONE RAI - ABBONAMENTI TV PRIVATE E CONTRIBUTI STATALI TV LOCALI	QUOTA % DELLE TV LOCALI SUL TOTALE DELLE ENTRATE DEL SETTORE
ANNO 1990	1.560.723.968	206.840.988	2.619.718.840	7,90
ANNO 1995	2.101.379.211	278.886.726	3.726.180.937	7,48
ANNO 1998	2.746.639.195	324.847.837	4.594.153.241	7,07
ANNO 2001	3.189.568.859	392.349.465	5.489.025.504	7,15
ANNO 2004	3.496.712.604	527.183.519	6.867.255.123	7,68
ANNO 2006	3.771.577.414	577.173.391	8.013.051.582	7,20
ANNO 2007	3.765.576.139	626.547.046	8.401.996.097	7,46

b) Le diverse concessioni

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**.

Nel 1995 il Ministero pubblica il primo elenco ufficiale delle concessioni per un totale di **793** emittenti (546 tv commerciali e 247 comunitarie).

Nel mese di maggio 2001 il Ministero fornisce un elenco di **632** emittenti; 489 tv commerciali e 143 comunitarie titolari di concessioni e/o autorizzazioni regionali e provinciali.

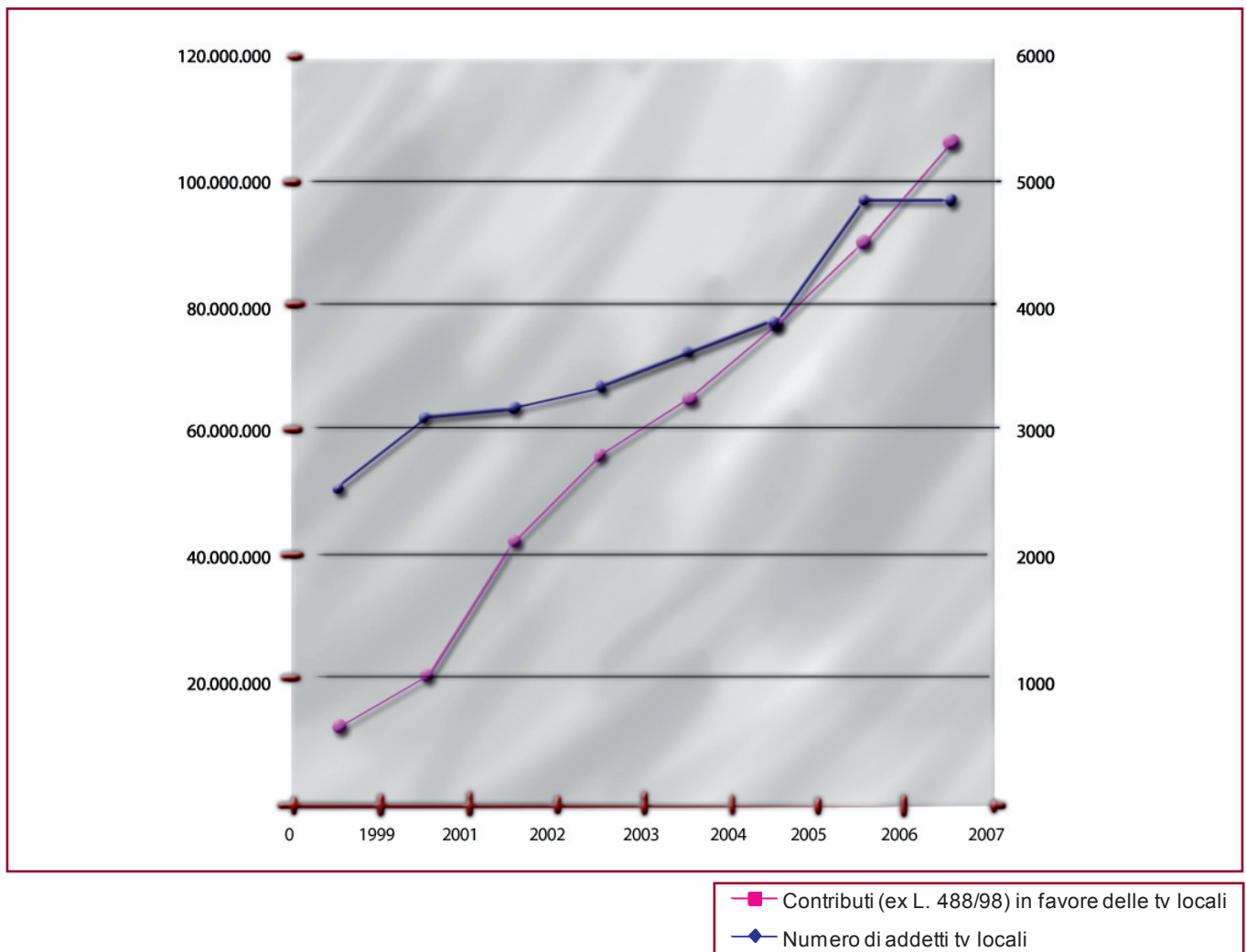
Nel 2005, dopo il rilascio delle abilitazioni alla prosecuzione nell'esercizio in analogico, le emittenti sono **584** di cui 469 tv locali commerciali e 115 emittenti comunitarie.

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

La tabella in questa pagina presenta un raffronto numerico per ogni regione tra il rilascio alle emittenti televisive locali concessionarie e autorizzate nel 1995, (primo elenco ufficiale) e quelle che nel 2005 hanno ottenuto il prolungamento delle concessioni in tecnica analogica fino al definitivo passaggio al digitale.

c) I contributi nel corso degli anni

I contributi presentati nella tabella a pagina 12 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 termine di occupazione hanno determinato, secondo l'analisi degli esercizi di bilancio degli anni precedenti, un aumento di 2297 unità dal 1999 al 2007.



Assegnazione contributi alle emittenti televisive locali ai sensi della ex l. 448/98

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)	Anno 2007 (decreto maggio 2008)
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	1.098.231,60
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	79.317,66
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	158.103,14
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	2.942.566,38
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	11.681.716,26
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	6.425.065,37
Friuli V. Giulia	611.183,36	405.962,93	726.356,80	1.112.562,51	1.277.611,96	1.722.771,47	1.990.168,80	2.231.922,23	2.543.021,88
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	6.006.027,28
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	3.247.247,53
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	14.296.197,14
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	1.130.043,89
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	891.652,79
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	6.898.195,50
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	13.722.986,93
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	3.790.697,16
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	12.222.888,19
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	5.181.445,11
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	705.457,17
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	1.277.748,64
V. 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	59.623,83
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	12.188.812,65
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	106.547.046,10

d) Analisi dei bilanci delle tv locali commerciali

Questo studio esamina i bilanci dell'esercizio 2007 delle 388 imprese che amministrano le tv locali rimaste operanti dopo aver ottenuto, nel 2005, il prolungamento delle concessioni in tecnica analogica ai sensi dell'articolo 25, comma 11 della legge 3 maggio 2004 n.112.

L'analisi puntuale ogni anno, dei relativi bilanci di esercizio delle suddette società ha consentito di seguire l'evolversi della loro situazione economico finanziaria e costatare come, dal 2005 al 2007, fusioni societarie, fallimenti di aziende e società non risultanti iscritte alla Camera di Commercio hanno significativamente ridotto il numero delle tv effettivamente operanti, così come viene indicato nella seguente tabella:

	Società concessionarie	Società fallite non individuate o soggette a fusione	Totale società	Totale tv locali amministrate
Graduatoria 2005 Ministero delle comunicazioni	427	6	421	469
BILANCI DI ESERCIZIO 2006	421	21	400	438
BILANCI DI ESERCIZIO 2007	400	12	388	428
		39		

Sostanzialmente in questi ultimi tre anni le società sono diminuite di 39 unità, quindi il 10% dei soggetti concessionari ha cessato la loro attività.

LE TV LOCALI ITALIANE NEL BIENNIO 2006 - 2007

L'elenco sottostante riprende la situazione economico-finanziaria delle società operanti durante il 2006 ed illustra per ogni singola regione i cambiamenti avvenuti nell'anno 2007, quindi sono indicate il numero delle società operanti, i bilanci analizzati, i bilanci non reperiti ma appartenenti a società ancora attive ed infine il numero delle società che hanno cessato la propria attività.

REGIONE	Società-emittenti concessionarie (anno 2006)	Società fallite nel 2006	Società rima- ste operanti nel 2007	Società con i bilanci presenti in archivio - esercizio 2007	N. di Tv gestite da società con i bilanci presenti in archivio	Bilanci non reperiti - esercizio 2007	Società falli- te e /o sog- gette a fusio- ne nel 2007
ABRUZZO	16	2	14	12	13	1	1
BASILICATA	2	1	1	1	1	0	0
BOLZANO	1	0	1	1	1	0	0
CALABRIA	19	1	18	13	13	3	2
CAMPANIA	45	1	44	32	35	9	3
E. ROMAGNA	21	3	18	18	22	0	0
FRIULI	7	0	7	7	8	0	0
LAZIO	43	2	41	34	39	7	0
LIGURIA	10	0	10	9	9	1	0
LOMBARDIA	38	1	37	32	34	4	1
MARCHE	7	0	7	6	6	1	0
MOLISE	4	0	4	4	5	0	0
PIEMONTE	27	1	26	23	24	1	2
PUGLIA	33	1	32	25	28	7	0
SARDEGNA	11	0	11	10	10	1	0
SICILIA	66	4	62	44	52	16	2
TOSCANA	35	3	32	30	33	2	0
TRENTO	2	0	2	2	2	0	0
UMBRIA	7	0	7	6	6	1	0
VALLE D'AOSTA	2	0	2	2	2	0	0
VENETO	25	1	24	23	27	0	1
	421	21	400	334	370	54	12
						= 58 emittenti	

Come illustrato nella precedente tabella, sono stati individuati e analizzati i bilanci di 334 società che amministrano 370 emittenti, cioè il 86,44% delle tv locali effettivamente operanti nell'anno 2007.

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 - 2007 per fatturato pubblicitario e risultati di esercizio

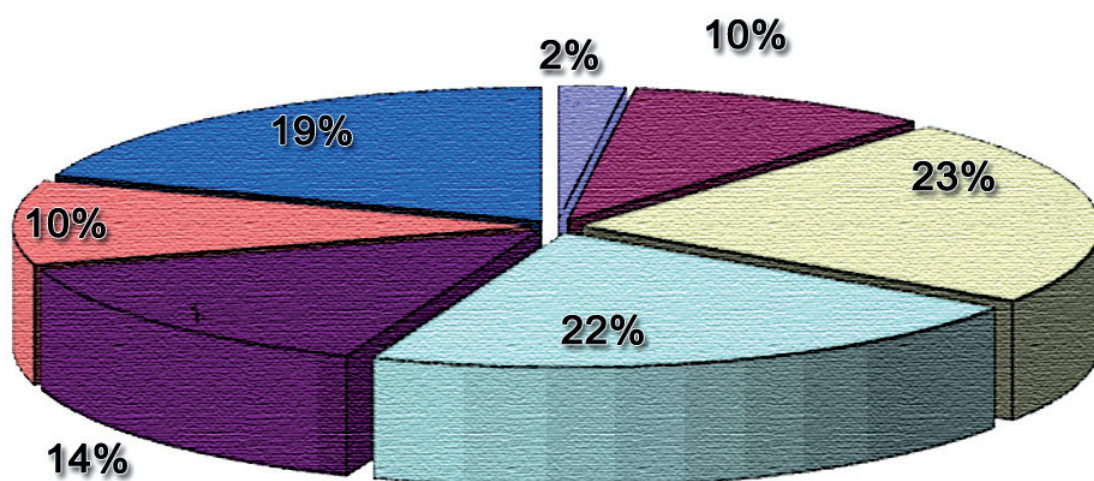
1) IL PATRIMONIO NETTO

a) Classi di patrimonio netto

La somma di tutti i patrimoni netti delle 334 società è pari a euro 415.251.576,98. Dall'analisi dei dati emerge che 7 società di capitale hanno un patrimonio netto inferiore a 0; 32 società inferiore a euro 154.937 (tale importo corrisponde al requisito minimo previsto dalla legge per il rilascio della concessione), 148 fra euro 154.937 e 500.000 e 147 superiore a euro 500.000 e più precisamente:

Classi di Patrimonio Netto	Società
Patrimonio Netto inferiore a 0 €	7
da 0 a 154.937	32
da 154.937 a 250.000	76
da 250.000 a 500.000	72
da 500.000 a 1.000.000	48
da 1.000.000 a 1.500.000	34
piu' di 1.500.000	65
	334

b) Composizione percentuale per classi di patrimonio netto

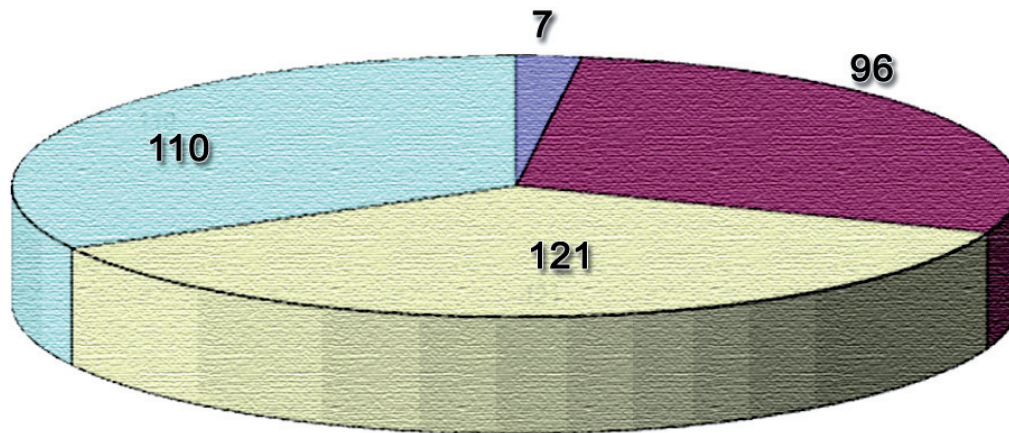


■ Patrimonio netto inferiore a 0
 ■ da 0 a 154.937
 ■ da 154.937 a 250.000
 ■ da 250.000 a 500.000
■ da 500.000 a 1.000.000
 ■ da 1.000.000 a 1.500.000
■ più di 1.500.000

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 334 società di capitale analizzate 110 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%	7
società copertura inferiore al 25%	96
società copertura tra il 25% e il 50%	121
società copertura oltre il 50%	110
	334

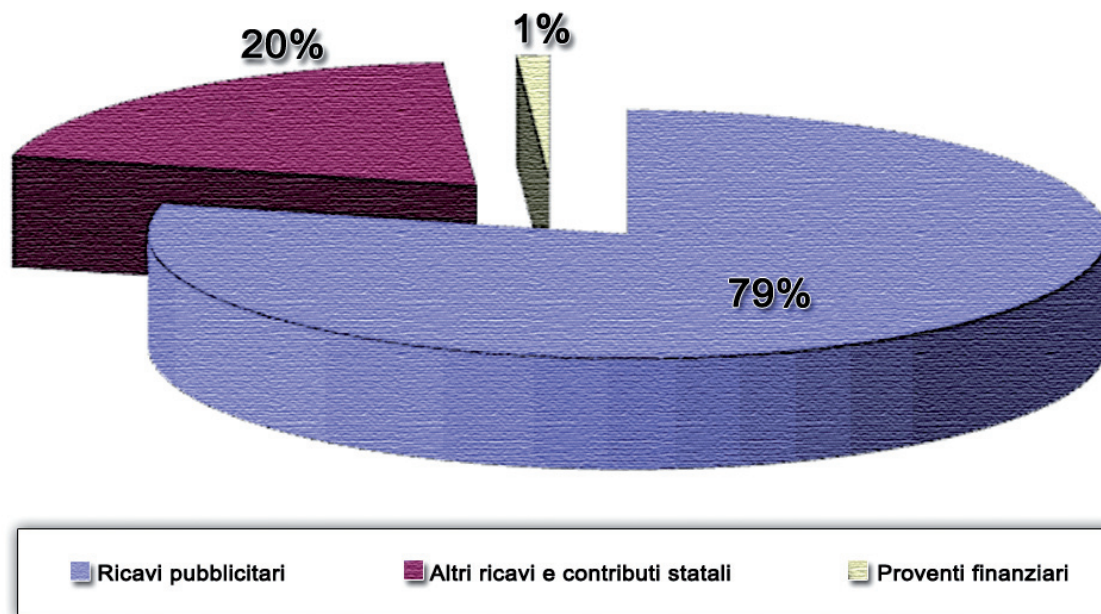


■ Società copertura inferiore allo 0% ■ Società copertura inferiore al 25%
■ Società copertura tra il 25% e il 50% ■ Società copertura oltre il 50%

2) I RICAVI DELLE 334 EMITTENTI TELEVISIVE LOCALI COMMERCIALI ESAMINATE

a) Ricavi complessivi

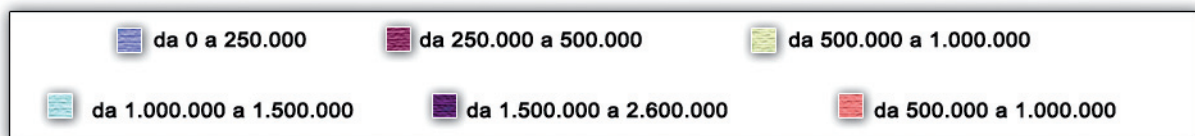
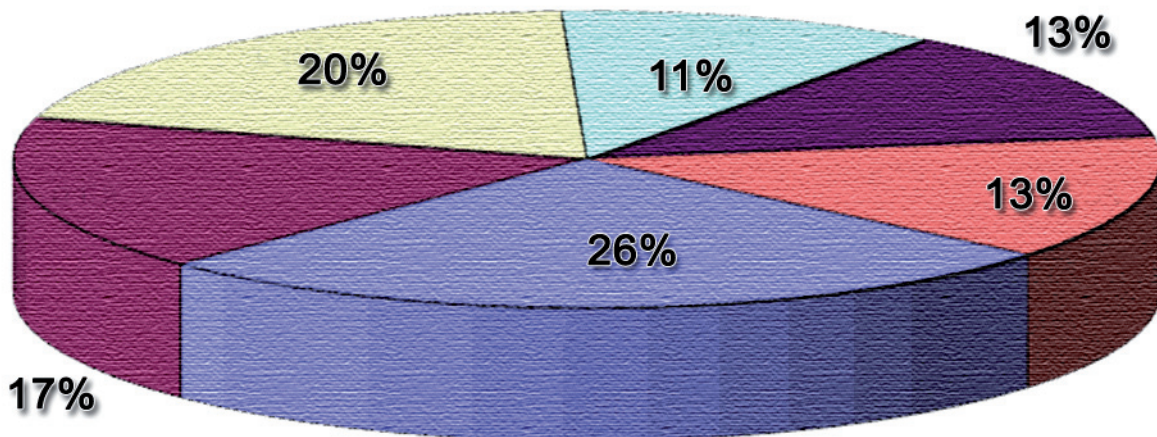
Il totale dei ricavi delle 334 società prese in esame nell'anno 2007 è stato di euro 575.732.050,00 di cui euro 454.220.617,00 provenienti dalla pubblicità, euro 115.090.005,00 provenienti da altre attività e contributi statali e euro 6.421.428,00 di proventi finanziari. I relativi costi ammontano a 606.447.803,00 euro.



b) Composizione percentuale delle società per classi di fatturato pubblicitario

Classi di fatturato pubblicitario	Società
da 0 a 250.000	88
da 250.000 a 500.000	57
da 500.000 a 1.000.000	66
da 1.000.000 a 1.500.000	36
da 1.500.000 a 2.600.000	42
oltre 2.600.000	45
	334

Il fatturato pubblicitario medio per società è di 1.359.941,97 euro e, come si può dedurre dalla divisione per classi di fatturato, 123 società superano un milione di euro, mentre 211 società (il 63,17 % delle aziende esaminate) hanno degli introiti pubblicitari inferiori a tale somma.



c) Distribuzione geografica per fatturato pubblicitario

	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	3	6	2	1	0	0	12
Basilicata	1	0	0	0	0	0	1
Bolzano	0	0	1	0	0	0	1
Calabria	7	1	3	1	1	0	13
Campania	7	9	6	4	3	3	32
E. Romagna	3	1	1	4	6	3	18
Friuli Ven. G	3	1	0	2	1	0	7
Lazio	8	6	8	3	6	3	34
Liguria	1	2	1	1	1	3	9
Lombardia	5	2	8	4	6	7	32
Marche	3	0	1	0	2	0	6
Molise	1	1	0	1	1	0	4
Piemonte	4	2	7	3	2	5	23
Puglia	6	4	5	4	3	3	25
Sardegna	4	2	2	0	1	1	10
Sicilia	19	14	6	0	1	4	44
Toscana	10	2	7	6	3	2	30
Trento	0	0	0	1	1	0	2
Umbria	0	3	3	0	0	0	6
Valle d'Aosta	1	1	0	0	0	0	2
Veneto	2	0	5	1	4	11	23
	88	57	66	36	42	45	

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.

d) Distribuzione geografica per ricavi totali

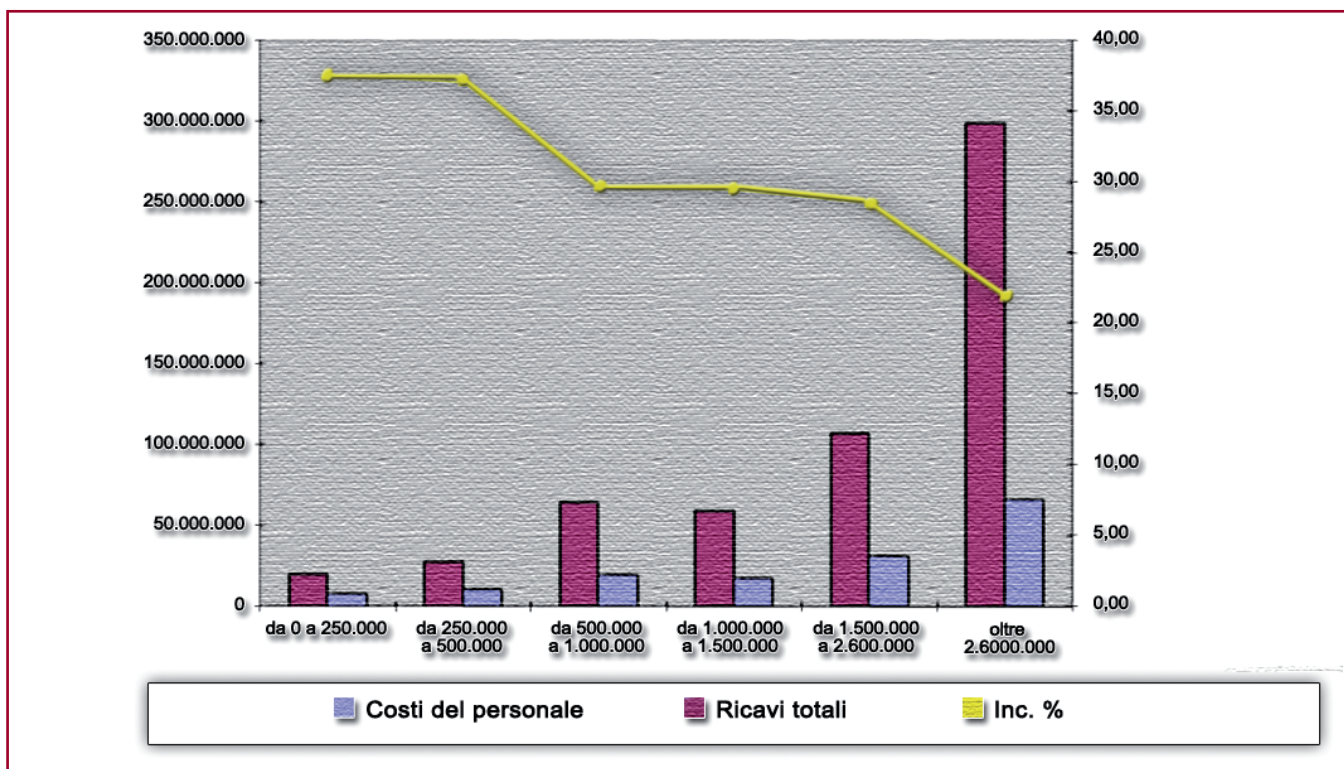
N. Società	Regioni	Ricavi Totali
12	Abruzzo	6.742.821,00
1	Basilicata	203.015,00
1	Bolzano	1.467.122,00
13	Calabria	9.273.039,00
32	Campania	40.671.257,00
18	E. Romagna	45.929.695,00
7	Friuli Ven. G	6.338.309,00
34	Lazio	46.081.123,00
9	Liguria	21.306.288,00
32	Lombardia	87.671.338,50
6	Marche	5.663.613,00
4	Molise	3.945.552,00
23	Piemonte	43.704.359,50
25	Puglia	56.323.756,00
10	Sardegna	16.768.662,00
44	Sicilia	42.902.729,00
30	Toscana	35.099.194,00
2	Trento	4.497.857,00
6	Umbria	4.212.471,00
2	Valle d'Aosta	831.804,00
23	Veneto	96.098.045,00
334		575.732.050,00

3) IL LAVORO DIPENDENTE

a) Costo totale ed incidenza sui ricavi nelle tv locali

Nel 2007 le 334 società esaminate hanno speso per il personale dipendente 150.102.244,00 euro, pari al 26,07 % del totale dei ricavi e al 24,75 % dei costi totali. Il costo del lavoro dipendente pesa in misura percentuale maggiore nelle 145 società con fatturato pubblicitario inferiore ai 500.000 euro, con una incidenza percentuale del 37% sul totale dei ricavi. Diversamente, per le società che fatturano più di 1.500.000, la spesa per il personale dipendente ha un'incidenza tra il 22 e il 28%.

Classi di fatturato pubblicitario	N. Società	Ricavi pubblicitari	Ricavi totali	Costo del personale	Inc%/ Ricavi totali
da 0 a 250.000	88	12.545.498,00	19.806.564,00	7.454.613,00	37,64
da 250.000 a 500.000	57	20.354.776,00	27.551.223,00	10.218.661,00	37,09
da 500.000 a 1.000.000	66	49.521.913,00	64.336.725,00	19.110.368,00	29,70
da 1.000.000 a 1.500.000	36	43.891.029,00	58.605.061,00	17.290.610,00	29,50
da 1.500.000 a 2.600.000	42	83.139.563,00	106.973.072,00	30.548.677,00	28,56
oltre 2.600.000	45	244.767.838,00	298.459.405,00	65.479.315,00	21,94
	334	454.220.617,00	575.732.050,00	150.102.244,00	26,07



b) il personale dipendente suddiviso per classi di ricavi pubblicitari / numero totale e numero medio dei dipendenti

Considerata la spesa globale relativa al costo del personale pari a euro 150.102.244,00 e valutato il costo medio teorico di euro 31.000, per dipendente, risulterebbero 4842 lavoratori con una spesa media per ciascuna società di 436.343,00 euro pari a 14 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 a 2.600.000 euro raggiungono la spesa di euro 1.455.096,00 con una media di 47 dipendenti ciascuna. In sintesi, circa il 75% del totale dei dipendenti (3655) è alle dipendenze delle 123 società che fatturano 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	88	12.545.498,00	19.806.564,00	7.454.613,00	€ 31.000,00	240	84.712	3
da 250.000 a 500.000	57	20.354.776,00	27.551.223,00	10.218.661,00	€ 31.000,00	330	179.275	6
da 500.000 a 1.000.000	66	49.521.913,00	64.336.725,00	19.110.368,00	€ 31.000,00	616	289.551	9
da 1.000.000 a 1.500.000	36	43.891.029,00	58.605.061,00	17.290.610,00	€ 31.000,00	558	480.295	15
da 1.500.000 a 2.600.000	42	83.139.563,00	106.973.072,00	30.548.677,00	€ 31.000,00	985	727.349	23
oltre 2.600.000	45	244.767.838,00	298.459.405,00	65.479.315,00	€ 31.000,00	2112	1.455.096	47
	334	454.220.617,00	575.732.050,00	150.102.244,00		4842		

c) Personale dipendente suddiviso per regioni - incidenza percentuale - costo del personale sui ricavi totali - numero totale e numero medio di dipendenti

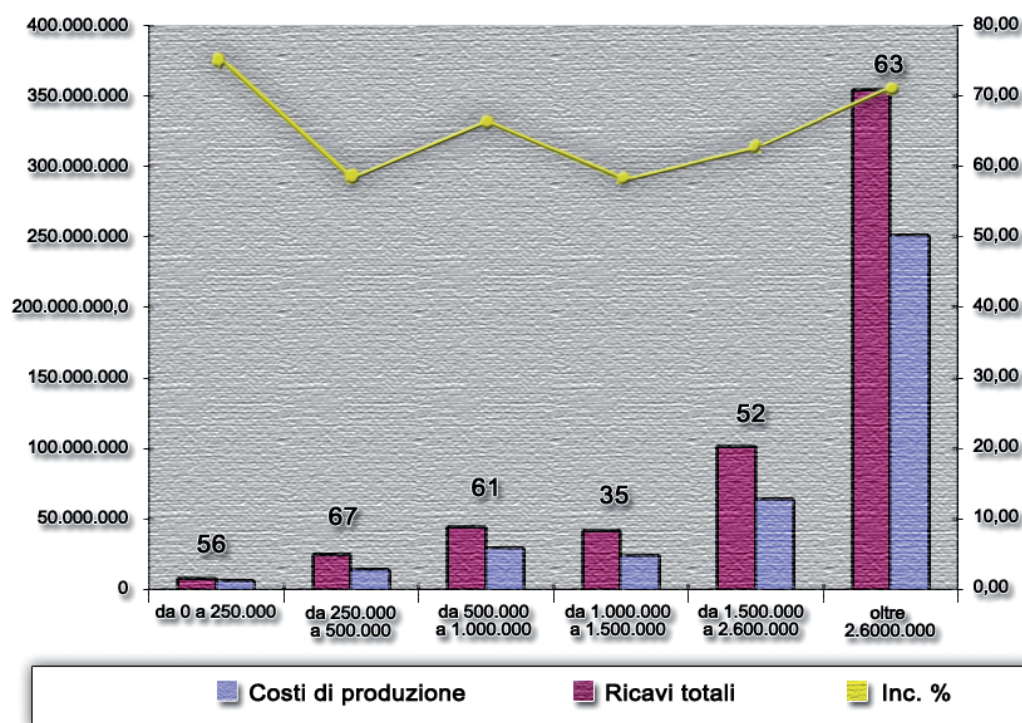
Prendendo in considerazione il costo del lavoro dipendente nelle diverse regioni è possibile riscontrare una maggior incidenza percentuale della spesa del personale sui ricavi totali in Bolzano, Basilicata, Sardegna, Umbria e Sicilia.

N. Società	Regioni	Ricavi Totali	Costo del Personale	Inc % Costo del Personale	Tot. Dipendenti
12	Abruzzo	6.742.821,00	1.930.812,00	28,64	62
1	Basilicata	203.015,00	88.528,00	43,61	3
1	Bolzano	1.467.122,00	579.086,00	39,47	19
13	Calabria	9.273.039,00	2.943.155,00	31,74	95
32	Campania	40.671.257,00	10.057.915,00	24,73	324
18	E. Romagna	45.929.695,00	11.993.881,00	26,11	387
7	Friuli Ven. G	6.338.309,00	1.524.894,00	24,06	49
34	Lazio	46.081.123,00	15.179.413,00	32,94	490
9	Liguria	21.306.288,00	5.047.489,00	23,69	163
32	Lombardia	87.671.338,50	24.135.691,00	27,53	779
6	Marche	5.663.613,00	1.611.491,00	28,45	52
4	Molise	3.945.552,00	997.653,00	25,29	32
23	Piemonte	43.704.359,50	7.084.839,00	16,21	229
25	Puglia	56.323.756,00	16.051.826,00	28,50	518
10	Sardegna	16.768.662,00	6.545.067,00	39,03	211
44	Sicilia	42.902.729,00	14.499.922,00	33,80	468
30	Toscana	35.099.194,00	10.889.950,00	31,03	351
2	Trento	4.497.857,00	1.057.486,00	23,51	34
6	Umbria	4.212.471,00	1.549.246,00	36,78	50
2	Valle d'Aosta	831.804,00	119.960,00	14,42	4
23	Veneto	96.098.045,00	16.213.940,00	16,87	523
334		575.732.050,00	150.102.244,00	26,07	4.842

4) COSTI DI PRODUZIONE E INCIDENZA PERCENTUALE SUI RICAVI

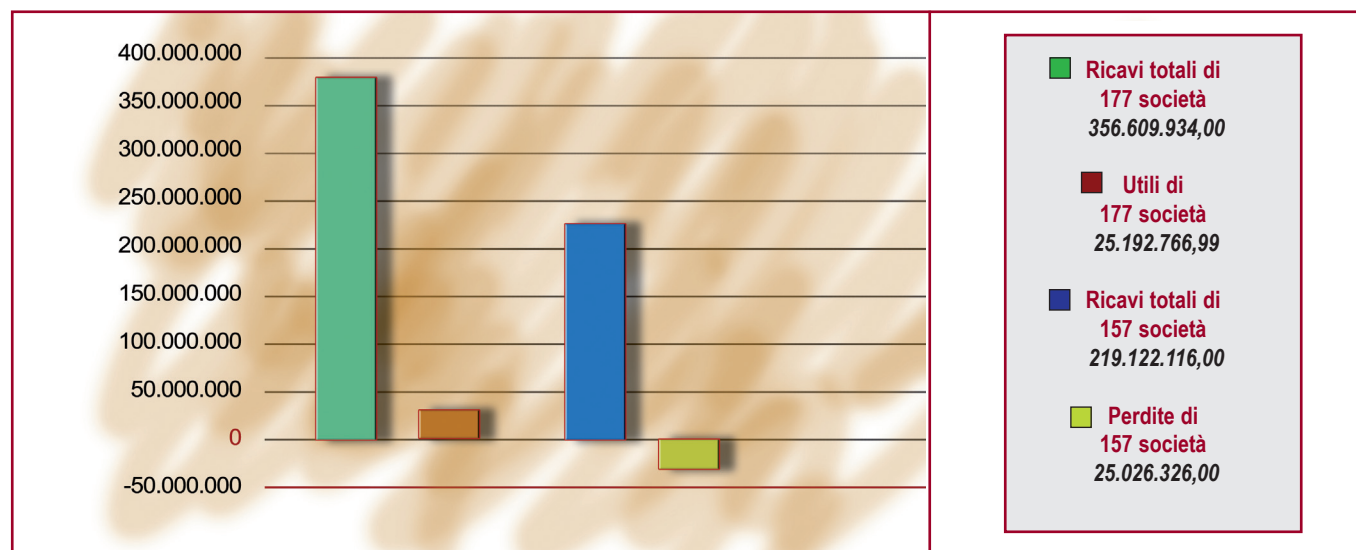
I costi sostenuti in relazione alle attività prettamente televisive (sono escluse le spese per il personale e gli ammortamenti) sono pari a euro 389.983.853,04 e rappresentano il 67,74 % dei ricavi totali e il 64,30% % dei costi delle 334 società oggetto della ricerca. La maggior incidenza percentuale 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 Total	Ricavi Totali	Costi di Produzione	Inc. %
56	da 0 a 250.000	8.124.048,00	6.128.540,00	75,44
67	da 250.000 a 500.000	24.770.883,00	14.442.461,00	58,30
61	da 500.000 a 1.000.000	44.839.711,00	29.780.911,00	66,42
35	da 1.000.000 a 1.500.000	41.681.771,00	24.256.857,00	58,20
52	da 1.500.000 a 2.600.000	101.844.045,00	63.859.715,00	62,70
63	oltre 2.600.000	354.471.592,00	251.515.369,03	70,96
334		575.732.050,00	389.983.853,04	67,74



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:



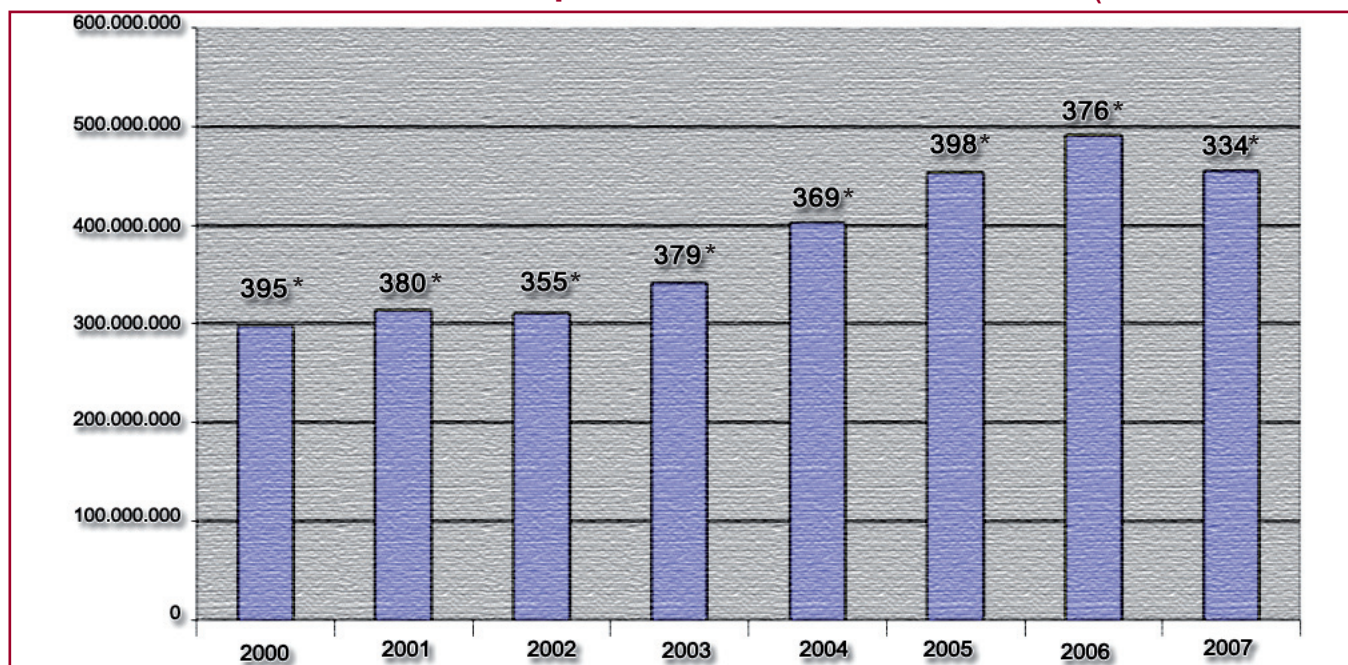
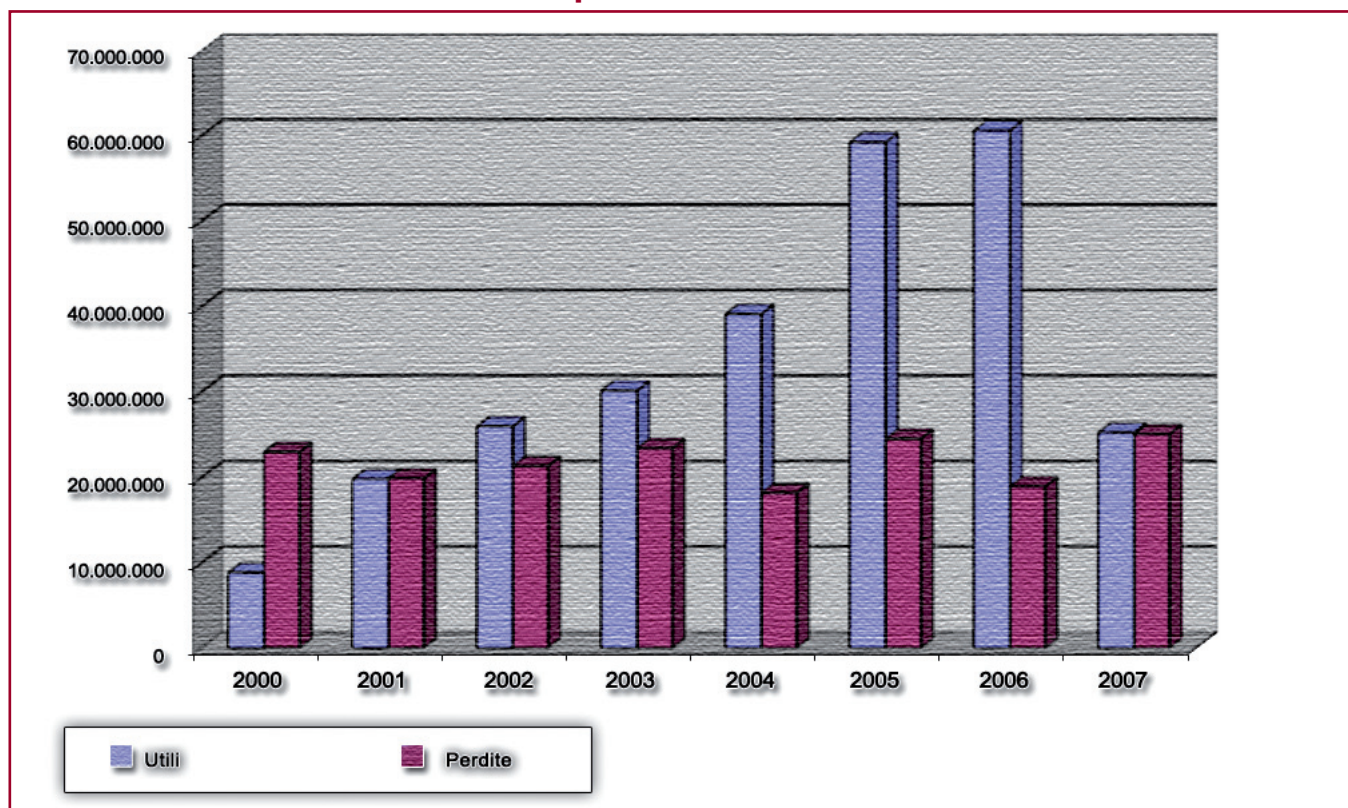
6) ANNI 2000 - 2007 - FATTURATO PUBBLICITARIO E RISULTATI DI ESERCIZIO

Nelle tabelle e nei grafici seguenti vengono esposti i dati dei fatturati pubblicitari e i 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 al biennio 2005 - 2006.

SOCIETA' 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
334	Anno 2007	454.220.617,00	25.192.766,99	25.026.326,00

Fatturato pubblicitario 2000 - 2007

(* Società esaminate)

**Utili e perdite 2000 - 2007**



3) EMITTENTI RADIOFONICHE NAZIONALI E LOCALI PRIVATE

STUDIO SUL SETTORE DELL'EMITTENZA RADIOFONICA COMMERCIALE NAZIONALE E LOCALE

PREMESSA

Questa ricerca vuole offrire un significativo contributo di conoscenza sulla realtà dell'emittenza radiofonica commerciale, nazionale e locale.

Per i soggetti esercenti l'attività radiofonica in ambito nazionale nessun problema è sorto per la loro esatta individuazione, mentre uno dei principali problemi riscontrati, per uno studio completo ed approfondito del settore, è risultata la mancanza dell'universo di riferimento sul quale strutturare la ricerca per i soggetti operanti a livello locale.

Infatti, dal 1995, anno del rilascio delle concessioni radiofoniche, molte piccole emittenti sono state acquisite e/o incorporate dai grossi network, dando luogo ad un processo di razionalizzazione e di concentrazione con la dismissione di molte società e le compravendite di risorse frequenziali.

Non tutti i cambiamenti avvenuti sono stati resi noti a livello ufficiale, per cui questo studio ha reperito i dati da vari fonti, in modo particolare dagli elenchi delle domande delle emittenti radiofoniche locali per l'ammissione ai contributi di cui al decreto 1 ottobre 2002, n. 225 degli anni 2005/06 e l'elenco disponibile delle autorizzazioni a trasmettere del Ministero dello Sviluppo Economico – Comunicazioni.

Dalla elaborazione dei dati ne è scaturito un quadro ragionevolmente completo ed unico di tutte le componenti del settore radiofonico locale divise per regione e per tipologia societaria.

(Vedi pag. 37)

FINALITÀ', OGGETTO E METODOLOGIA DELLA RICERCA

L'obiettivo del presente studio è di effettuare un'analisi sulla situazione patrimoniale, economica e finanziaria del settore radiofonico privato.

La ricerca ha preso in considerazione:

1 Le radio nazionali private con particolare riferimento a:

- l'individuazione dei soggetti che esercitano l'attività radiofonica a livello nazionale
- l'accertamento dei dati anagrafici e aziendali
- lo studio dei dati di bilancio 2005, 2006 e 2007 relativi a:
 - Patrimonio netto
 - Ricavi totali
 - Costo del personale

2 Le radio locali private gestite da società di capitali con particolare riferimento a

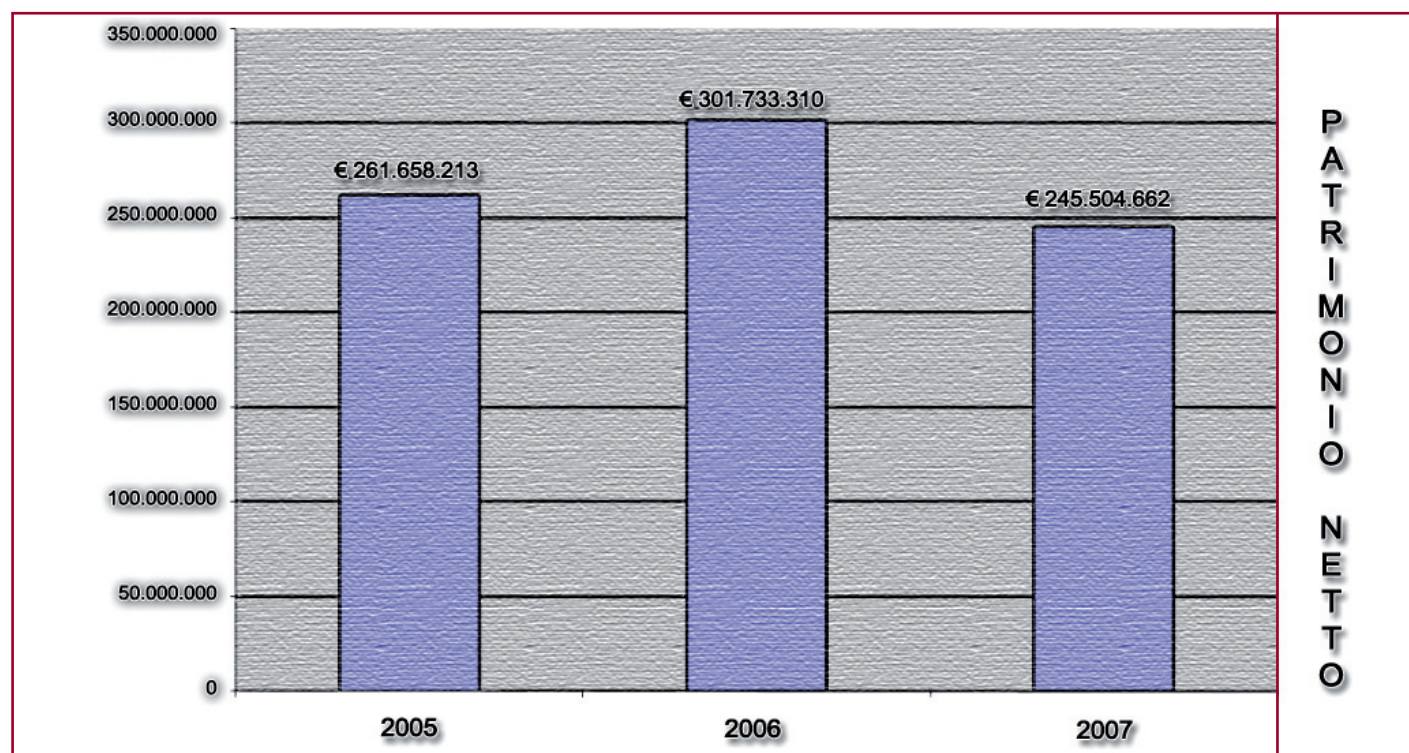
- l'individuazione dei soggetti che esercitano l'attività radiofonica a livello locale
- l'accertamento dei dati anagrafici e aziendali
- lo studio dei dati di bilancio 2007 con delle elaborazioni relative a:
 - Patrimonio netto
 - Ricavi pubblicitari
 - Ricavi totali
 - Costo del personale
 - Risultato d'esercizio

LE CONCESSIONARIE RADIOFONICHE NAZIONALI PRIVATE

Il patrimonio netto

La somma di tutti i patrimoni netti delle 11 società di capitali che gestiscono 13 emittenti nazionali private è di euro 261.658.213 nel 2005, nel 2006 si è verificato un incremento del 15,32% con un totale di euro 301.733.310, mentre nel 2007 il patrimonio netto delle suddette società è di 245.504.662 euro.

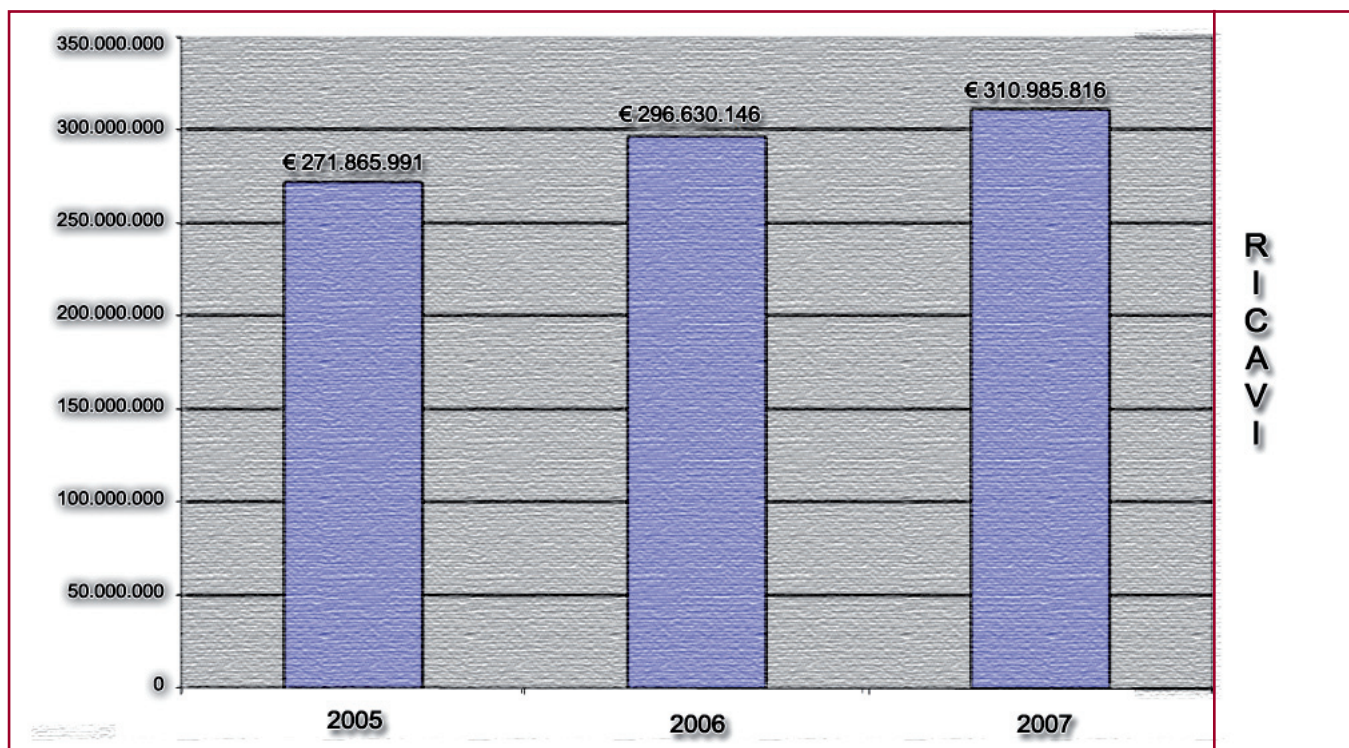
Questo decremento dell'ultimo esercizio è dovuto sostanzialmente all'aumento dell'esposizione debitoria di alcune società.



I ricavi

Il totale dei ricavi delle 13 emittenti radiofoniche nazionali private è stato nel 2005 di 271.865.991 euro, nel 2006 i ricavi hanno avuto una crescita del 9,11% per un totale di 296.630.146 euro, mentre nel 2007 i ricavi ammontano a 310.985.816,00 euro, (di cui 295.274.057,00 di ricavi pubblicitari) quindi con un incremento del 4,84 % sull'esercizio precedente. Come si può dedurre dalla divisione per classi di fatturato, la maggior parte delle emittenti dal 2005 al 2007 ha degli introiti tra i 10 e 20 milioni di euro e più precisamente:

Classi di Ricavi	2005	2006	2007
da 2 a 10 milioni	3	2	3
da 10 a 20 milioni	4	4	5
da 20 a 50 milioni	3	4	1
oltre 50 milioni	1	1	2



Costo del personale

Complessivamente, le radio nazionali private hanno speso nel 2005 per il personale 43.239.132 euro, pari al 15,90% dei ricavi, con una stima di 1879 lavoratori, con un costo medio per addetto di 23.000 euro e una media di circa 140 addetti (comprensivi di personale dipendente, consulenti e collaboratori) per ogni emittente. Nel 2006 la spesa è aumentata di un 7,19%, infatti, le 13 emittenti hanno speso 46.310.359 euro, mentre, nel 2007* i costi ammontano a 45.644.011 euro pari al 14,67% dei ricavi e una stima di 1972 addetti.



* La diminuzione della spesa per il costo del personale è dovuta allo scorporo dal proprio gruppo editoriale di una nuova radio nazionale.

2) LE RADIO LOCALI COMMERCIALI

REGIONE	Società di capitali attive che hanno pre- sentato il bilancio (*)	Radio gestite da società di capitale che hanno presentato il bilancio	Società di capitali attive che non hanno presentato il bilancio	Società di capitali cessate, fallite, ecc	Società sns, sas
Abruzzo	15	19	0	0	2
Basilicata	7	13	2	2	2
Bolzano	9	10	0	0	0
Calabria	27	50	2	2	11
Campania	41	50	3	0	11
E. Romagna	44	49	0	0	9
Friuli Ven. G	13	15	0	0	2
Lazio	60	65	1	3	5
Liguria	8	13	0	1	4
Lombardia	63	85	0	2	9
Marche	23	25	0	0	6
Molise	4	4	0	1	0
Piemonte	28	34	0	3	19
Puglia	50	60	1	0	17
Sardegna	19	20	3	2	10
Sicilia	65	77	5	2	17
Toscana	37	39	0	3	5
Trento	8	8	0	0	6
Umbria	15	16	0	0	2
Valle d'Aosta	3	3	0	0	0
Veneto	35	42	1	1	12
	574	697	18	22	149

Su un totale di 763 società individuate (comprese le 149 società in accomandita semplice e in nome collettivo), sono 574 le imprese analizzate, esse amministrano 697 radio locali e/o circuiti radiofonici e rappresentano il 93 % delle società di capitale che gestiscono radio locali e il 75% del settore radiofonico locale operante.

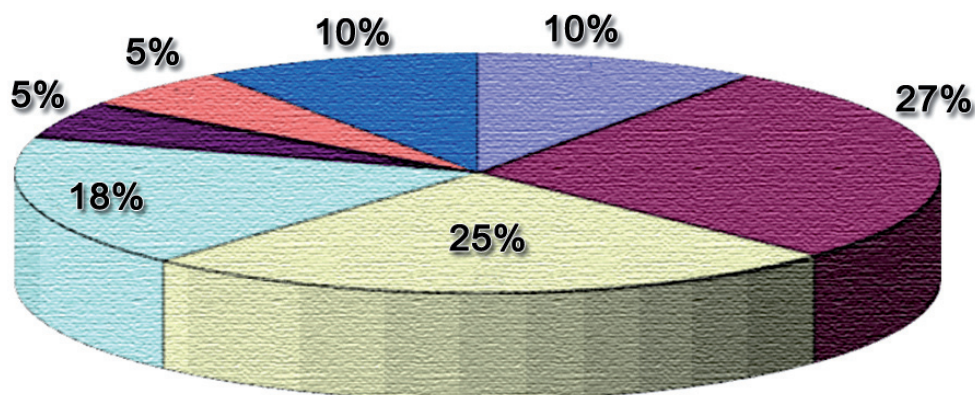
** (Sono 15 le società che gestiscono anche emittenti televisive locali)*

PATRIMONIO NETTO

La somma di tutti i patrimoni netti delle 574 società è pari a 253.664.229,00 euro. Dall'analisi dei dati emerge che 57 società hanno un patrimonio netto negativo, 298 società dispongono di un patrimonio netto fino a 100.000 euro, 102 da 100.000 a 300.000 euro mentre 117 superano quella cifra e più precisamente:

Classi di patrimonio netto	Società
Inferiore a 0	57
Da 0 a 30.000 euro	156
da 30.000 a 100.000 euro	142
da 100.000 a 300.000 euro	102
da 300.000 a 500.000 euro	30
dal 500.000 a 1 milione	31
oltre 1 milione	56
	574

Composizione percentuale delle società per classi di patrimonio netto



I RICAVI

Ricavi complessivi

Il totale dei ricavi delle 574 società prese in esame è nell'anno 2007 di 308.451.161 euro di cui l'83 % e cioè 257.262.550,00 euro sono provenienti dalla pubblicità.

Il fatturato pubblicitario

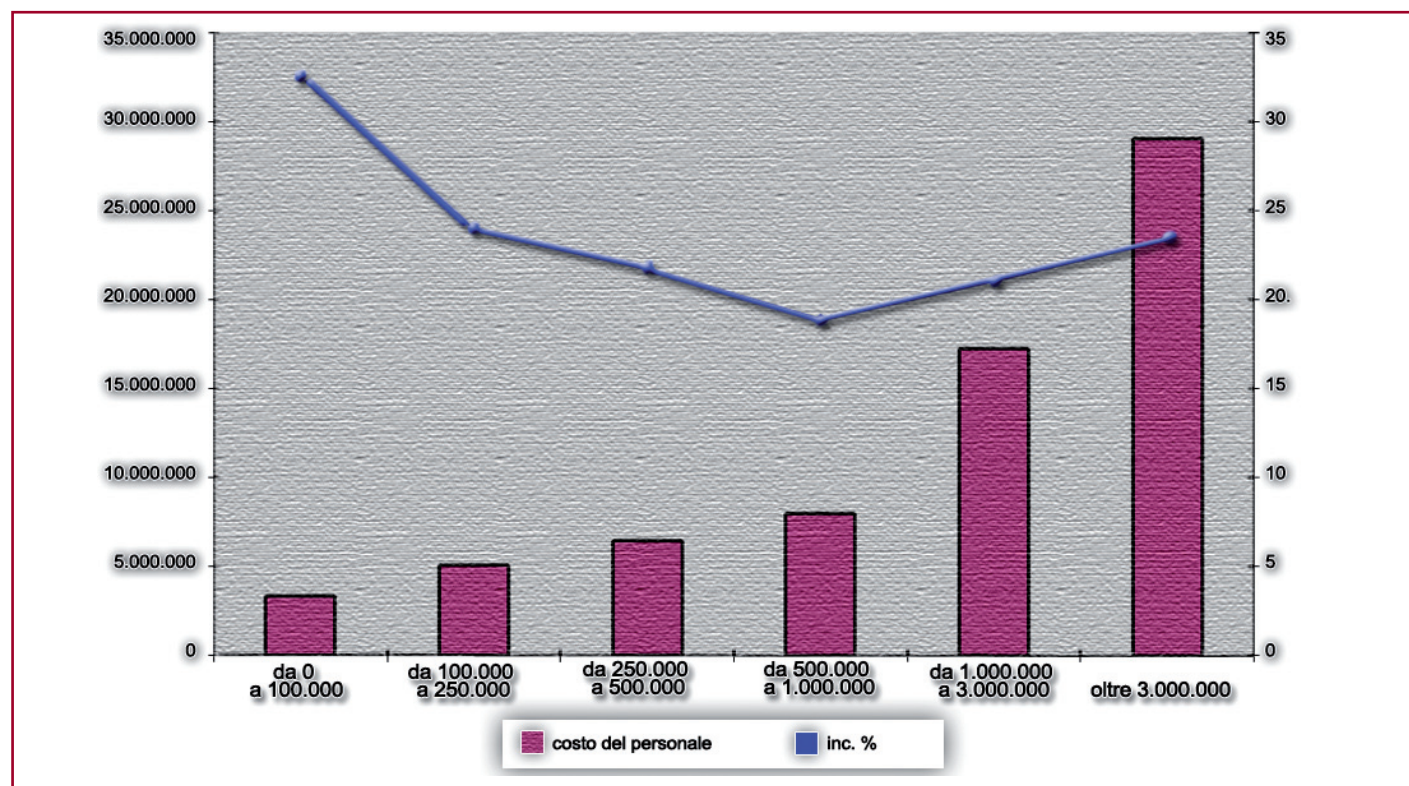
Il fatturato pubblicitario medio per società e' di 448.192 euro e, come si può dedurre dalla divisione per classi di ricavi pubblicitari, 187 società superano i 250.000 euro, mentre sono 387 le aziende che hanno degli introiti inferiori a 250.000 euro e più precisamente:

Classi di fatturato pubblicitario	Società
Da 0 a 100.000 euro	258
da 100.000 A 250.000 euro	129
da 250.000 a 500.000euro	72
da 500.000 a 1 milioni di euro	52
da 1 a 3 milioni di euro	45
oltre 3 milioni	18
	574

COSTO DEL PERSONALE - INCIDENZA SUI RICAVI

Il costo del personale ammonta a 69.073.589 euro pari al 22,39% dei ricavi complessivi. Il costo del lavoro è percentualmente maggiore nelle società che hanno un fatturato inferiore ai 100.000 euro, con una incidenza del 32,54 % sui ricavi. I costi (comprensivi di personale dipendente e collaboratori) a fronte dei ricavi totali è illustrato nella seguente tabella:

Società	Classi di Ricavi Totali	Ricavi Totali	Costo del Personale	Inc. %
232	Da 0 a 100.000 euro	10.183.556,00	3.313.530,00	32,54
130	da 100.000 A 250.000 euro	21.054.280,00	5.059.153,00	24,03
80	da 250.000 a 500.000euro	29.475.350,00	6.419.365,00	21,78
61	da 500.000 a 1 milioni di euro	42.043.939,00	7.971.800,00	18,96
46	da 1 a 3 milioni di euro	81.978.336,00	17.241.301,00	21,03
25	oltre 3 milioni	123.715.700,00	29.068.440,00	23,50
574		308.451.161,00	69.073.589,00	22,39



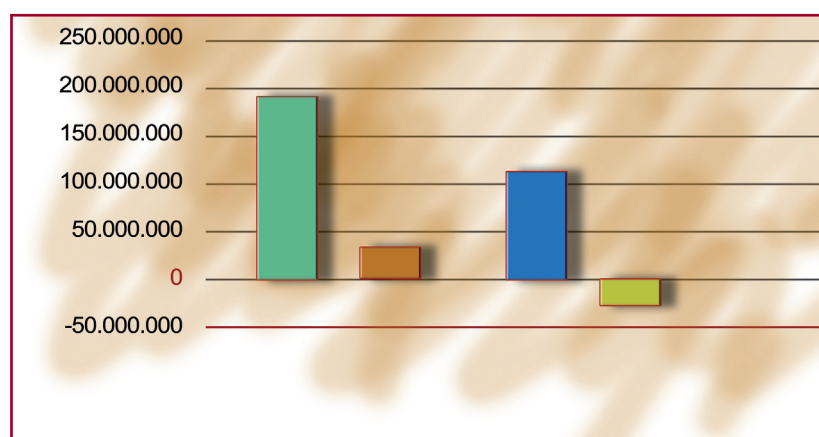
Il numero degli addetti suddiviso per regione

Se si valuta il costo medio per ogni addetto in 16.000 euro, il numero totale degli occupati è di 4317 così suddivisi per regione:

N. Società	Regioni	Ricavi Totali	Costo del Personale	Inc % Costo del Personale	Totale addetti
15	Abruzzo	4.475.284,00	1.016.179,00	22,71	64
7	Basilicata	1.846.629,00	302.989,00	16,41	19
9	Bolzano	6.492.343,00	2.411.994,00	37,15	151
27	Calabria	9.421.067,00	1.089.251,00	11,56	68
41	Campania	13.707.735,00	2.636.141,00	19,23	165
44	E. Romagna	52.255.050,00	10.501.610,00	20,10	656
13	Friuli Ven. G	5.017.878,00	865.189,00	17,24	54
60	Lazio	52.423.367,00	12.249.007,00	23,37	766
8	Liguria	4.650.916,00	1.052.066,00	22,62	66
63	Lombardia	48.488.136,00	14.608.454,00	30,13	913
23	Marche	7.036.562,00	1.485.114,00	21,11	93
4	Molise	2.468.402,00	428.278,00	17,35	27
28	Piemonte	12.686.211,00	2.442.904,00	19,26	153
50	Puglia	15.919.951,00	2.476.843,00	15,56	155
19	Sardegna	1.841.897,00	443.887,00	24,10	28
65	Sicilia	13.238.594,00	3.363.591,00	25,41	210
37	Toscana	18.063.020,00	3.038.181,00	16,82	190
8	Trento	6.038.015,00	2.231.932,00	36,96	139
15	Umbria	12.971.200,00	2.526.648,00	19,48	158
3	Valle d'Aosta	518.308,00	144.012,00	27,79	9
35	Veneto	18.890.596,00	3.759.319,00	19,90	235
574		308.451.161,00	69.073.589,00	22,39	4.317

RISULTATO DI ESERCIZIO

Ai costi diretti (risorse umane, programmi, etc) vanno aggiunti gli oneri finanziari, i costi societari e quelli di carattere generale. Per quanto riguarda i risultati di esercizio, 314 società hanno chiuso i propri bilanci in utile per un totale di 32.722.890 euro, mentre 260 società hanno registrato perdite per un totale di euro 21.628.980, come meglio illustrato dai seguenti grafici.

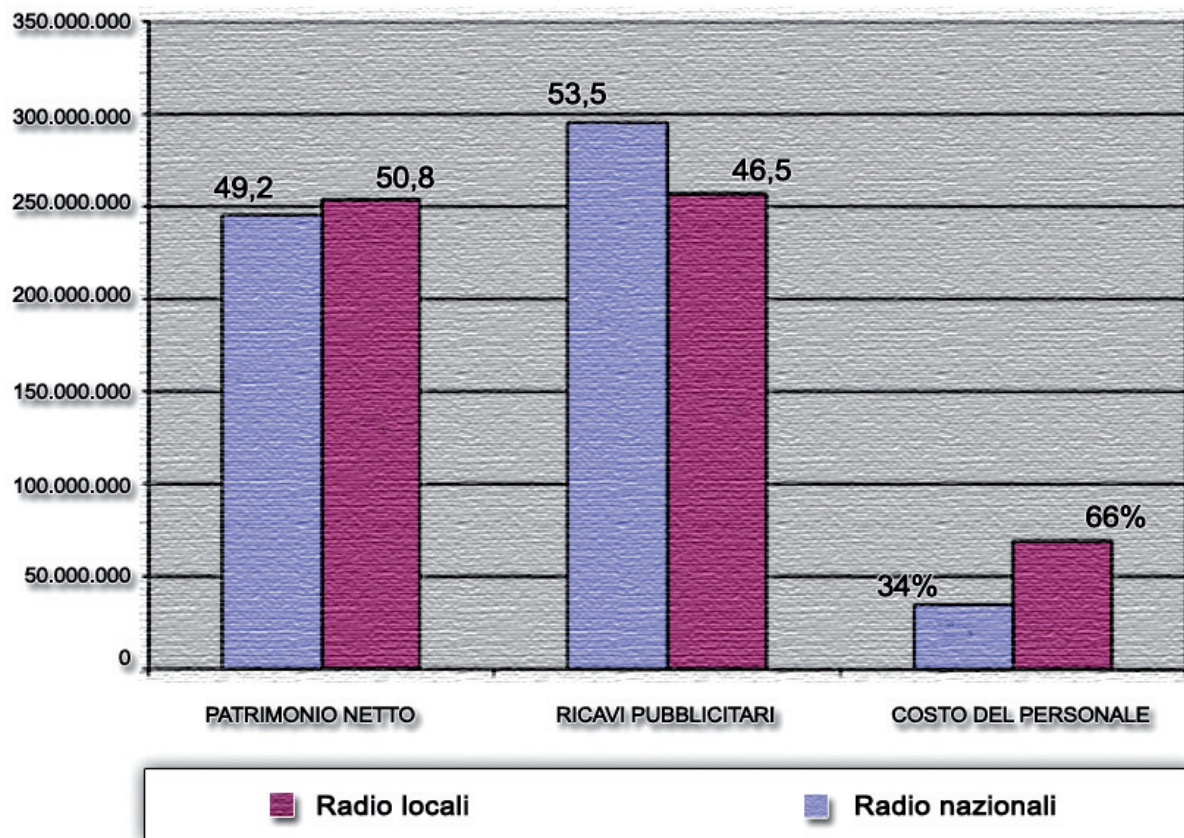


■	Ricavi totali di 314 società	196.391.366
■	Utili di 314 società	32.722.890
■	Ricavi totali di 260 società	112.059.795
■	Perdite di 260 società	21.628.980

RIEPILOGO DELLE PRINCIPALI VOCI DI BILANCIO DEL SETTORE RADIOFONICO PRIVATO

Come illustrato dalla seguente tabella e relativo grafico (pag. 43) il totale del patrimonio netto delle società oggetto delle ricerche è diviso quasi a metà fra settore locale e nazionale. Si evince inoltre come le due componenti del settore radiofonico prese in considerazione hanno speso per il personale 103.754.201 euro per un numero complessivo di circa 6289 addetti. Per quanto concerne i ricavi pubblicitari emerge il consolidamento delle radio nazionali private (13 società raccolgono il 53,5% degli introiti complessivi della pubblicità).

	Patrimonio Netto	Ricavi pubblicitari	Costo del personale
Radio Nazionali	245.504.662,00	295.274.057,00	34.680.612,00
Radio Locali	253.664.229,00	257.262.550,00	69.073.589,00
Totali	499.168.891,00	552.536.607,00	103.754.201,00



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