

STUDIO ECONOMICO DEL SETTORE TELEVISIVO PRIVATO ITALIANO



FRT - Federazione Radio Televisioni

SLC CGIL - FISTel CISL - UILCOM UIL

Osservatorio nazionale delle imprese radiotelevisive private

Giugno 2012

STUDIO ECONOMICO DEL SETTORE TELEVISIVO 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 televisivo privato italiano a livello nazionale e locale impostata secondo parametri prettamente economici attraverso un'accurata analisi dei bilanci delle società di capitali che amministrano le emittenti televisive operanti in Italia.

Questi i temi oggetto della ricerca:

1) EMITTENTI TELEVISIVE NAZIONALI PRIVATE ITALIANE

a) Le risorse del comparto televisivo privato italiano - Anno 2010 (Stime 2011)

b) Il personale dipendente - Numero di addetti.

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

a) Evoluzione del settore televisivo locale dal 1990 al 2010

b) Le emittenti televisive locali private – Universo di riferimento

c) Analisi dei dati economici relativi all'esercizio 2010.

(*) 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.

1) EMITTENTI TELEVISIVE NAZIONALI PRIVATE ITALIANE

a) Le risorse del comparto televisivo privato italiano - Anno 2010 (Stime 2011)

Nella seguente tabella viene illustrata la distribuzione delle risorse del settore nazionale privato e la quota percentuale delle tv locali. Nel 2010 la pubblicità rimane la principale fonte di entrata degli operatori televisivi tradizionali (Mediaset, Gruppo Telecom). Dalla lettura dei dati risulta come l'offerta Pay sia una componente significativa dei ricavi totali delle emittenti satellitari e di quelle diffuse sulla piattaforma digitale terrestre.

Emittenti	Ricavi pubblicitari 2010	Altri ricavi (comprensivi di offerta pay e ricavi di altri operatori)	Totale risorse	Anno 2011 stime totale risorse
La 7	115.615.793	3.935.208	119.551.001	131.500.000
MTV	78.057.395	2.350.935	80.408.330	88.000.000
ALL MUSIC	11.369.725	342.356	11.712.081	12.880.000
RTI (Gruppo Mediaset)	2.114.596.859	655.210.986	2.769.807.845	2.656.000.000
SKY	190.590.000	2.440.170.000	2.630.760.000	2.600.000.000
ALTRI OPERATORI TELEVISIVI PRIVATI OFFERTA DT FREE*	26.056.898	4.314.975	30.371.873	33.500.000
ALTRI OPERATORI TELEVISIVI PRIVATI DIFFUSI SU PIATTAFORMA DIGITALE (FREE) E SATELLITARE CON OFFERTE PAY**	4.868.463	41.442.957	46.311.420	50.000.000
OPERATORI TELEVISIVI PRIVATI DIFFUSI SU PIATTAFORMA SATELLITARE NON APPARTENENTI AL GRUPPO SKY***	1.282.510	52.975.109	54.257.619	59.600.000
TV LOCALI****	425.010.342	145.226.301	570.236.643	570.000.000
TOTALE SETTORE TELEVISIVO PRIVATO	2.967.447.985	3.345.968.827	6.313.416.812	
% TV LOCALI / TOT. SETTORE PRIVATO	14	4	9	

Per "altri ricavi" di RTI si intendono le offerte pay più ricavi di altri operatori.

* Comprende alcuni dei canali presenti nella graduatoria LCN nazionale: ABC - Coming Soon - Super Tennis - SportItalia - Poker Italia 24 - Tv2000 - Rete Capri (sono esclusi i canali dedicati alle televendite).

** Comprende i canali di Giglio Group, Switchover Media, Sitcom, Italia 7 e Discovery Italia.

*** Comprende Eurosport, Gruppo Axn italia, Rock tv, Lady Channel e Gruppo Digicast.

**** Comprende le 340 società-emittenti analizzate nella ricerca; in "altri ricavi" sono compresi i contributi statali.

Fonti: Elaborazioni FRT su bilanci delle società, relazione dell'AGCOM anno 2011 (sono escluse le risorse delle emittenti televisive appartenenti a gruppi editoriali che non presentano bilanci separati per la gestione televisiva).

b) Il personale dipendente - Numero di addetti.

I dati aziendali relativi al personale permettono di valutare l'incidenza percentuale del costo del lavoro sul totale delle risorse e di individuare il numero di addetti del settore privato come dimostrato nella seguente tabella.

Emittenti	Costo del personale	Totale risorse	Incidenza % Costo del personale/totale risorse	N. dipendenti
La 7	43.148.981	119.551.001	36	461
MTV	11.710.615	80.408.330	15	171
ALL MUSIC	1.651.544	11.712.081	14	28
RTI (Gruppo Mediaset)	203.138.000	2.769.807.845	7	4.707
SKY	168.701.357	2.630.760.000	6	3.932
ALTRI OPERATORI TELEVISIVI PRIVATI OFFERTA DT FREE	9.771.941	30.371.873	32	176
ALTRI OPERATORI TELEVISIVI PRIVATI DIFFUSI SU PIATTAFORMA DIGITALE E SATELLITARE CON OFFERTE PAY	9.979.499	46.311.420	22	145
OPERATORI TELEVISIVI PRIVATI DIFFUSI SU PIATTAFORMA SATELLITARE NON APPARTENENTI AL GRUPPO SKY	5.799.670	54.257.619	11	63
TV LOCALI	171.650.023	570.236.643	30	4.966
TOTALE SETTORE	625.551.630	6.313.416.812	10	14.649

Nelle reti Mediaset e Sky il numero di addetti comprende anche l'indotto - Per le tv locali vedi elaborazioni sui dati aziendali a pagg. 18-20.



2) EMITTENTI TELEVISIVE LOCALI PRIVATE A CARATTERE COMMERCIALE

a) Evoluzione del settore televisivo locale dal 1990 al 2010

La seguente tabella, attraverso alcune finestre temporali, ripercorre l'evoluzione del settore televisivo locale commerciale per quanto riguarda la consistenza numerica, le risorse pubblicitarie e il costo del lavoro nel periodo 1990-2010.

Per il triennio 2007 – 2009 sono stati messi a confronto alcuni parametri relativi alle voci di bilancio più significative delle società di capitali che amministrano le emittenti operanti.

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 bilancio 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 miliardi 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 ha un fatturato superiore ai 500.000 euro e dà 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, 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 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 dà occupazione al 73% degli addetti del settore (3.528 dipendenti).

TRIENNIO 2007 – 2008 - 2009

Di seguito la media di alcuni dati, riferiti al triennio 2007-2009, che sintetizzano i risultati della ricerca FRT sui dati di bilancio di circa 350 società emittenti. L'11 % delle aziende non dispone di un patrimonio netto che copra il requisito minimo previsto dalla legge per il rilascio delle concessioni. IL 30% delle aziende ha meno di 4 dipendenti. Il 70% delle società non dispone di una copertura degli investimenti maggiore del 50%. Circa un centinaio di società-emittenti registra introiti pubblicitari al di sotto dei 250.000 euro. Sono circa 130 le società emittenti che hanno un fatturato pubblicitario che oscilla tra i 250.000 e 1 milione di euro. Sono poco più di 100 le società emittenti con ricavi superiori a 1.000.000 di euro che spendono mediamente 150 milioni di euro e danno occupazione al 73% del totale dipendenti del settore.

ANNO 2010

La lettura fornita dallo studio relativo al periodo 2010 (vedi pagg. 13-23) dimostra come, in questi vent'anni, al di là del numero di soggetti operanti, rimangano pressochè invariati alcuni parametri economici particolarmente significativi per valutare l'andamento complessivo del settore televisivo locale commerciale e le reali dimensioni d'impresa delle aziende che ne fanno parte. In sintesi, dai dati analizzati, emerge come non tutte le tv locali siano gestite da realtà imprenditoriali consolidate, infatti, soltanto poco più di 100 dispongono di ricavi pubblicitari superiori a 1 milione di euro.

b) Le emittenti televisive locali private – Universo di riferimento

L'avvio del programma di switch-off per area territoriale, con l'ingresso di nuovi soggetti e la fusione e/o compravendita di risorse frequenziali fra alcune società-emittenti, ha ridisegnato l'universo di riferimento del settore televisivo locale. Infatti, grazie alla nuova tecnologia, le 240 società-emittenti operanti al 31 dicembre 2010 nelle regioni digitalizzate⁽¹⁾ possono trasmettere un maggior numero di programmi, (non necessariamente diversi tra di loro compreso il canale +1) ogni emittente è in grado di offrirne 5 o 6, propri o di terzi per un totale di 1.236 programmi.

Due sono state le fonti consultate per individuare i soggetti operanti nell'anno 2010:

- a) gli elenchi ministeriali relativi all'assegnazione del LCN a livello regionale e pluriregionale per individuare le tv locali delle aree digitalizzate.
- b) la graduatoria del Ministero del 2005⁽²⁾ per le tv presenti nelle aree non ancora digitalizzate (Abruzzo, Calabria, Molise, Puglia e Sicilia).

La tabella sottostante e il grafico di pag. 11 illustrano i dati acquisiti attraverso la consultazione dei suddetti elenchi, la loro lettura ha consentito di effettuare un accurato lavoro di ricognizione di tutte le componenti del settore televisivo locale e ricomporre l'universo di riferimento sul quale strutturare la ricerca.

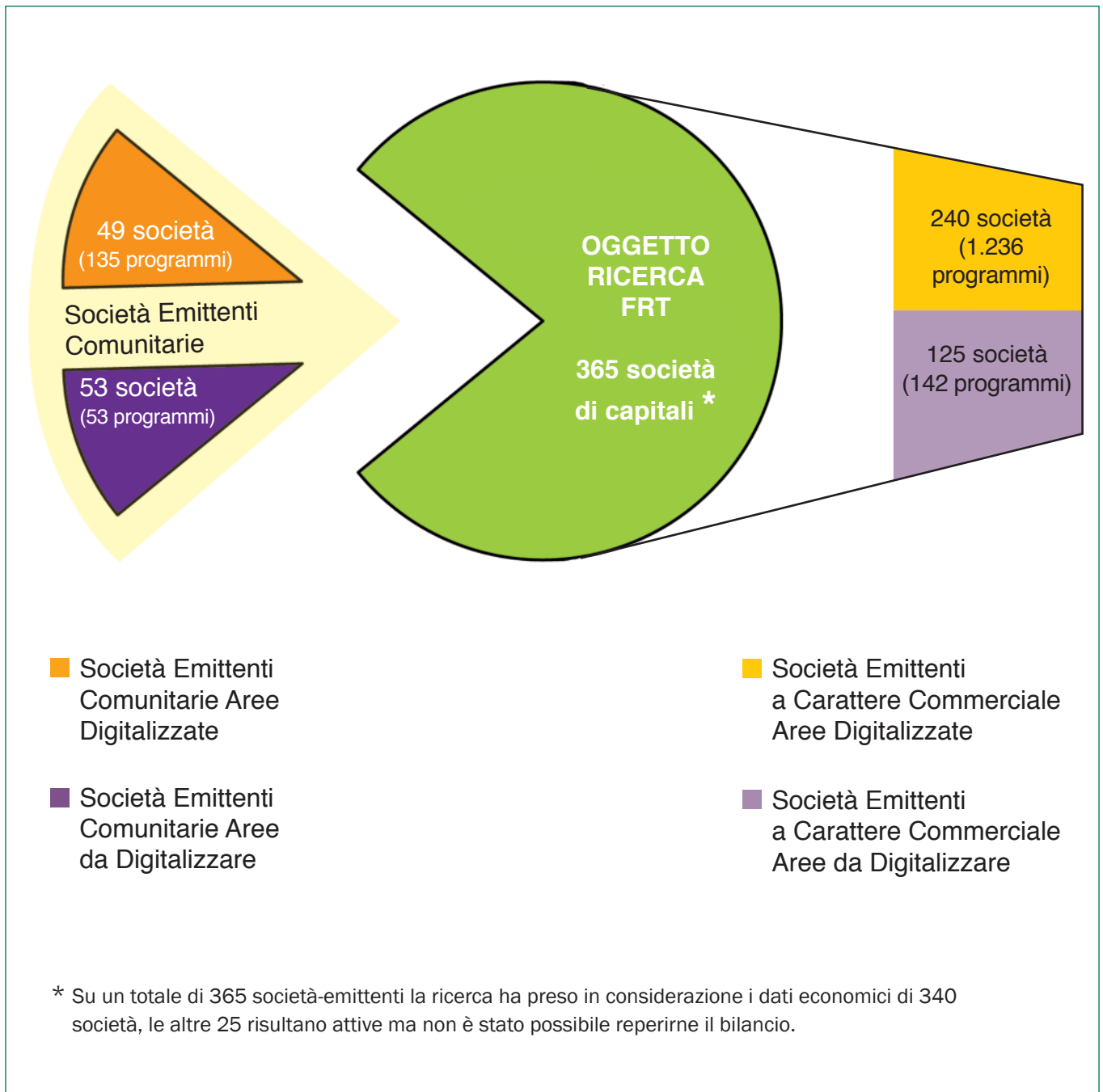
Fonte			Società	Programmi trasmessi	
*		SOCIETA' EMITTENTI COMUNITARIE AREE DIGITALIZZATE	49	135	188 televisioni locali comunitarie gestite da 102 società
**		SOCIETA' EMITTENTI COMUNITARIE AREE DA DIGITALIZZARE	53	53	
*	OGGETTO RICERCA FRT	SOCIETA' EMITTENTI A CARATTERE COMMERCIALE AREE DIGITALIZZATE	240	1236	1.378 programmi tv regionali e pluriregionali gestiti da 365 società di capitali
**		SOCIETA' EMITTENTI A CARATTERE COMMERCIALE AREE DA DIGITALIZZARE	125	142	

* Elenco LCN (MSE Comunicazioni)

** Elenco Concessioni tv anno 2005 (Ministero delle Comunicazioni)

⁽¹⁾ Sardegna, Val d'Aosta, Trentino, Alto Adige, Piemonte, Lazio, Campania, Lombardia, Emilia Romagna, Veneto e Friuli Venezia Giulia.

⁽²⁾ Graduatoria relativa alle emittenti che avevano ottenuto il prolungamento delle concessioni in tecnica analogica (art. 25 comma 11, legge 3 maggio 2004, n. 112) fino al definitivo passaggio al digitale.



L'analisi dei dati riguarda solo le tv commerciali gestite da società di capitali, tenute per legge a rendere pubblico il proprio bilancio.

Le 340 società analizzate rappresentano il 93% delle società di capitali e il 72,80% di tutto il settore locale comprensivo delle società che amministrano le emittenti comunitarie.

c) Analisi dei dati economici relativi all'esercizio 2010

1) PATRIMONIO NETTO:

- a) classi di patrimonio netto;
- b) composizione percentuale per classi di patrimonio netto;
- c) copertura attivo da patrimonio netto.

2) RICAVI DELLE EMITTENTI TELEVISIVE LOCALI COMMERCIALI:

- a) ricavi complessivi;
- b) composizione percentuale delle società per classi di fatturato pubblicitario;
- c) distribuzione geografica per fatturato pubblicitario;
- d) distribuzione geografica per ricavi totali.

3) 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 e costo del personale sui ricavi;
- d) personale dipendente e contributi statali.

4) COSTI DI PRODUZIONE E INCIDENZA PERCENTUALE SUI RICAVI

5) RISULTATI DI ESERCIZIO

6) RAFFRONTO ANNI 2001 - 2010 PER RICAVI TOTALI E RISULTATI DI ESERCIZIO

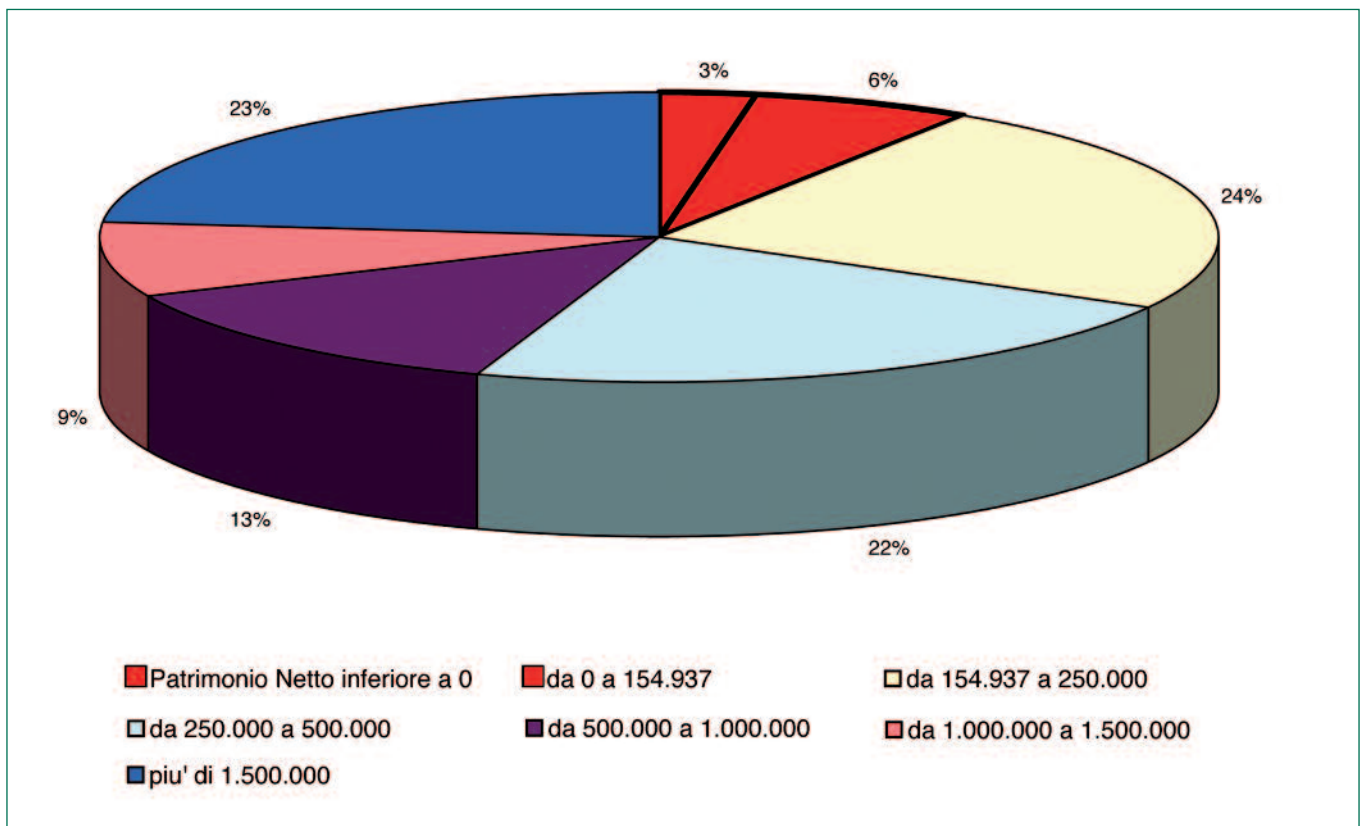
1) PATRIMONIO NETTO

a) Classi di patrimonio netto

La somma di tutti i patrimoni netti delle 340 società prese in esame, è pari a euro 464.298.328. Dall'analisi dei dati emerge che 9 società di capitali hanno un patrimonio netto inferiore a 0; 22 società inferiore a euro 154.937 (tale importo corrisponde al requisito minimo previsto dalla legge per il rilascio della concessione), 157 fra euro 154.937 e 500.000 e 152 superiore a euro 500.000 e più precisamente:

Classi di patrimonio netto (€)	Società
Patrimonio Netto inferiore a	9
da 0 a 154.937	22
da 154.937 a 250.000	81
da 250.000 a 500.000	76
da 500.000 a 1.000.000	44
da 1.000.000 a 1.500.000	29
più di 1.500.000	79
	340

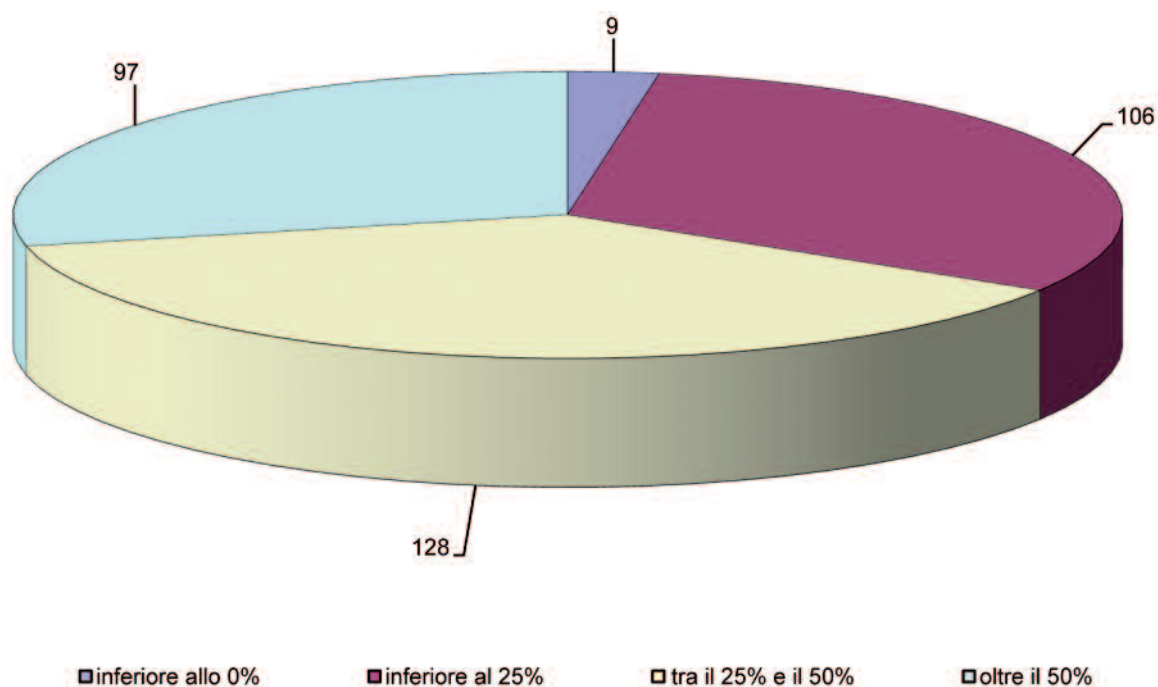
b) Composizione percentuale per classi di patrimonio netto



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 340 società di capitali analizzate soltanto 97 hanno un rapporto di copertura degli investimenti e delle altre attività maggiore del 50%, più precisamente:

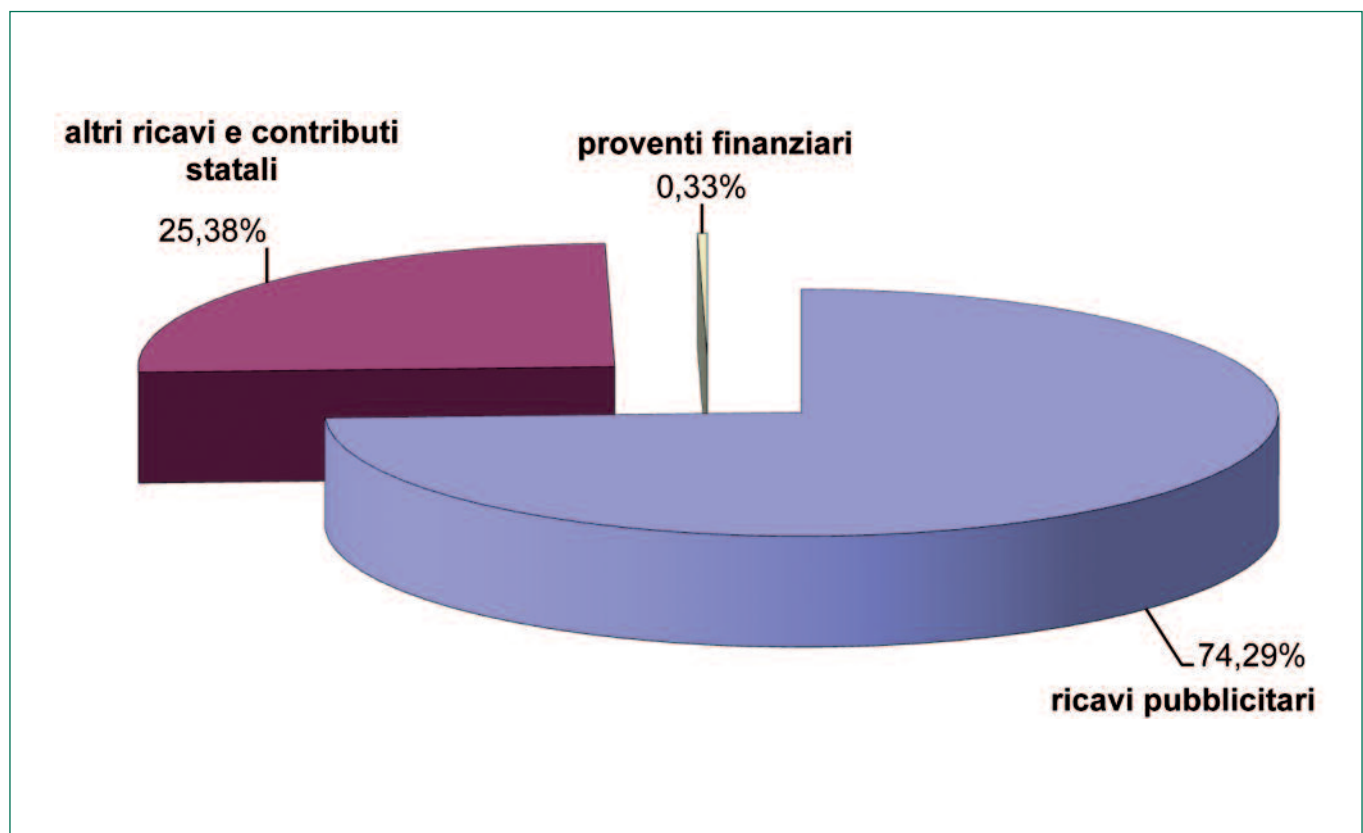
Copertura attivo/netto delle società	Società
inferiore allo 0%	9
inferiore al 25%	106
tra il 25% e il 50%	128
oltre il 50%	97
	340



2) RICAVI DELLE EMITTENTI TELEVISIVE LOCALI COMMERCIALI

a) Ricavi complessivi

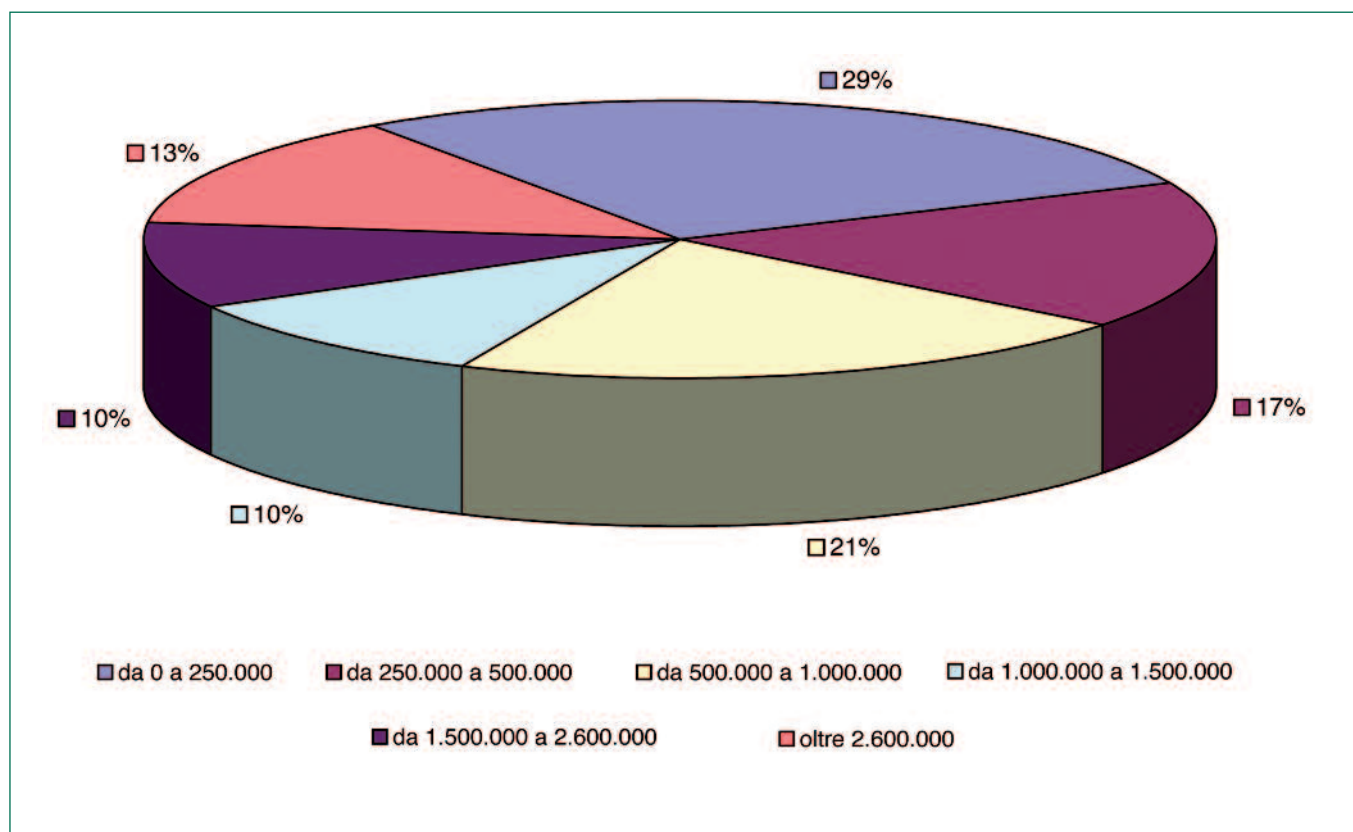
Il totale dei ricavi delle 340 società prese in esame nell'anno 2010 è stato di euro 572.127.172, di cui euro 425.019.342 provenienti dalla pubblicità, euro 145.226.301 provenienti da altre attività inclusi i contributi statali ed euro 1.881.529 da proventi finanziari. I relativi costi ammontano a 616.261.664 euro.



b) Composizione percentuale delle società per classi di fatturato pubblicitario

Il fatturato pubblicitario medio per società è di circa 1.250.000 euro e, come si può dedurre dalla divisione per classi di fatturato, 114 società superano un milione di euro, mentre 226 società (il 66,47 % delle aziende esaminate) hanno introiti pubblicitari inferiori a tale somma.

Classi di fatturato pubblicitario (€)	Società
da 0 a 250.000	95
da 250.000 a 500.000	59
da 500.000 a 1.000.000	72
da 1.000.000 a 1.500.000	35
da 1.500.000 a 2.600.000	34
oltre 2.600.000	45
	340



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	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; mentre Lazio, Puglia e Toscana registrano una distribuzione più equilibrata fra le diverse classi di fatturato pubblicitario. Lombardia, Veneto e Piemonte contano il maggior numero di emittenti che fatturano più di 2.600.000 euro.
Abruzzo	5	4	4	1	0	0	14	
Basilicata	1	1	0	0	0	0	2	
Calabria	5	4	3	1	0	0	13	
Campania	7	11	6	3	2	2	31	
E. Romagna	3	1	5	1	6	4	20	
Friuli Ven. G	2	1	1	0	2	0	6	
Lazio	9	3	9	6	5	1	33	
Liguria	1	1	3	0	0	2	7	
Lombardia	5	5	9	6	4	9	38	
Marche	3	0	1	0	2	0	6	
Molise	1	0	0	1	1	0	3	
Piemonte	4	2	5	1	2	6	20	
Puglia	7	4	6	4	4	2	27	
Sardegna	5	0	2	0	1	0	8	
Sicilia	29	14	7	1	0	4	55	
Toscana	5	5	5	5	1	4	25	
Trentino A.A.	0	0	1	1	2	0	4	
Umbria	0	1	1	1	0	0	3	
Valle d'Aosta	0	1	0	0	0	0	1	
Veneto	3	1	4	3	2	11	24	
	95	59	72	35	34	45	340	

d) Distribuzione geografica per ricavi totali

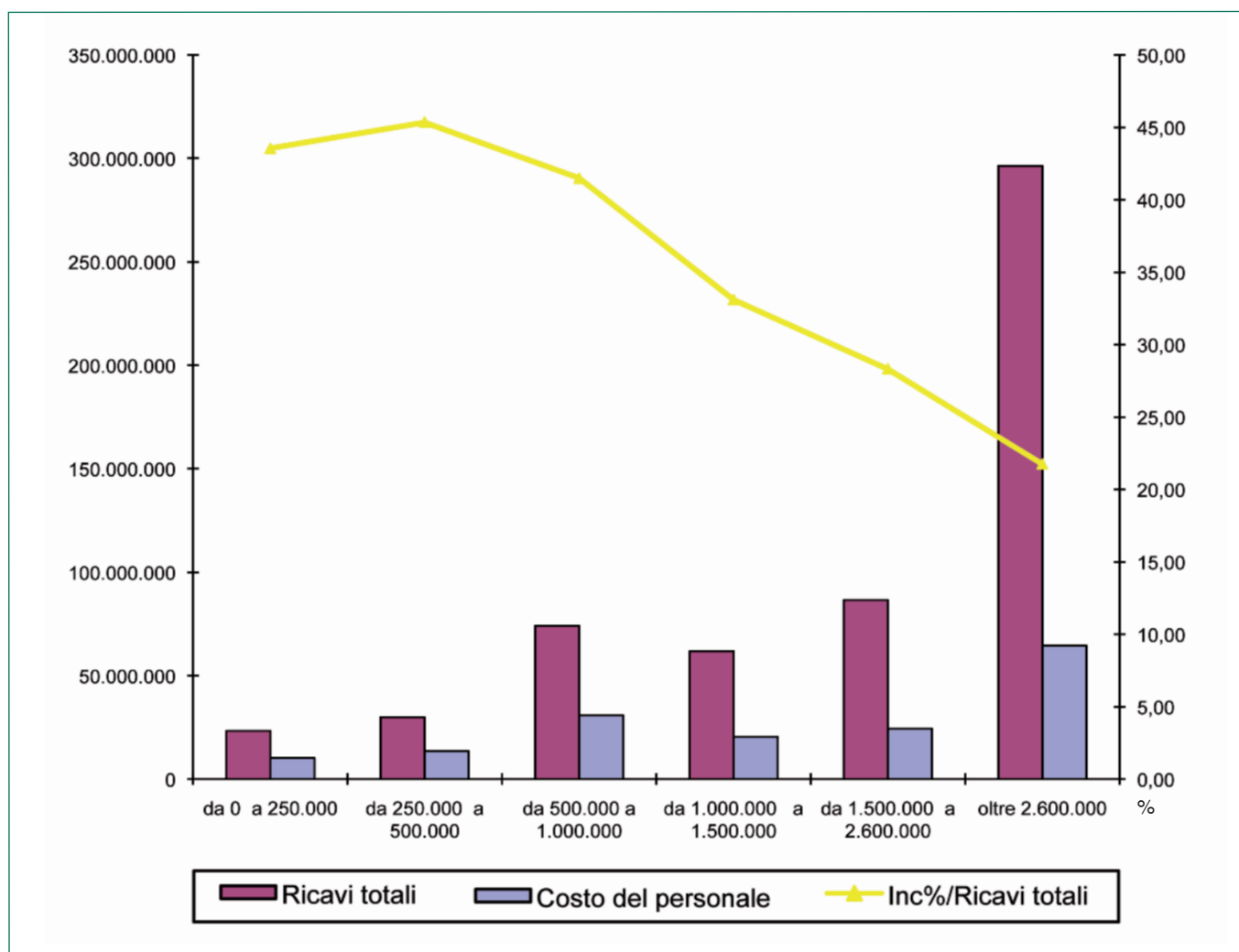
N. Società	Regioni	Ricavi totali
14	Abruzzo	8.339.168
2	Basilicata	803.722
13	Calabria	10.100.346
31	Campania	35.560.106
20	E. Romagna	45.701.886
6	Friuli Ven. G	5.669.817
33	Lazio	40.446.399
7	Liguria	13.721.179
38	Lombardia	99.230.391
6	Marche	5.610.856
3	Molise	3.743.849
20	Piemonte	49.755.635
27	Puglia	52.367.140
8	Sardegna	6.010.680
55	Sicilia	44.331.738
25	Toscana	32.340.837
4	Trentino A.A	7.394.265
3	Umbria	2.873.776
1	Valle d'Aosta	436.700
24	Veneto	107.688.682
340		572.127.172

3) LAVORO DIPENDENTE

a) Costo totale ed incidenza sui ricavi nelle tv locali

Nel 2010 le 340 società esaminate hanno speso per il personale dipendente 163.888.151 euro, pari al 28,65% del totale dei ricavi e al 26,59% dei costi totali. Il costo del lavoro dipendente pesa in misura percentuale maggiore nelle 154 società con fatturato pubblicitario inferiore ai 500.000 euro, con una incidenza tra il 43,54 e il 45,34% sul totale dei ricavi. Diversamente, per le società che fatturano più di 1.500.000 euro, la spesa per il personale dipendente ha un'incidenza sui ricavi tra il 21,75 e il 28%.

Classi di fatturato pubblicitario (€)	N. Società	Ricavi pubblicitari	Ricavi totali	Costo del personale	Inc% Ricavi totali
da 0 a 250.000	95	12.569.299	23.274.328	10.133.394	43,54
da 250.000 a 500.000	59	21.488.328	29.957.883	13.581.937	45,34
da 500.000 a 1.000.000	72	52.303.961	74.147.397	30.755.389	41,48
da 1.000.000 a 1.500.000	35	42.203.751	61.834.647	20.465.803	33,10
da 1.500.000 a 2.600.000	34	65.686.541	86.502.719	24.494.144	28,32
oltre 2.600.000	45	230.767.462	296.410.198	64.457.484	21,75
	340	425.019.342	572.127.172	163.888.151	28,65



b) 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 163.888.151 e valutato il costo medio teorico di euro 33.000 per dipendente, risulterebbero 4.966 lavoratori, con una spesa media per ciascuna società di 482.023 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 1.432.000 con una media di 43 dipendenti ciascuna. In sintesi circa il 67,50% del totale dei dipendenti (3.315) è alle dipendenze delle 114 società che hanno un fatturato superiore a 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	95	12.569.299	23.274.328	10.133.394	33.000	307	106.667	3
da 250.000 a 500.000	59	21.488.328	29.957.883	13.581.937	33.000	412	230.202	7
da 500.000 a 1.000.000	72	52.303.961	74.147.397	30.755.389	33.000	932	427.158	13
da 1.000.000 a 1.500.000	35	42.203.751	61.834.647	20.465.803	33.000	620	584.737	18
da 1.500.000 a 2.600.000	34	65.686.541	86.502.719	24.494.144	33.000	742	720.416	22
oltre 2.600.000	45	230.767.462	296.410.198	64.457.484	33.000	1953	1.432.389	43
	340	425.019.342	572.127.172	163.888.151		4966		

c) Personale dipendente suddiviso per regione e costo del personale sui ricavi

Incidenza percentuale 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 Sicilia, Basilicata, Umbria e Sardegna.

N. Società	Regioni	Ricavi totali	Costo del personale	Inc % costo del personale	Totali dipendenti
14	Abruzzo	8.339.168	2.792.841	33,49	85
2	Basilicata	803.722	335.614	41,76	10
13	Calabria	10.100.346	3.725.490	36,88	113
31	Campania	35.560.106	11.239.025	31,61	341
20	E. Romagna	45.701.886	12.632.164	27,64	383
6	Friuli Ven. G	5.669.817	1.651.651	29,13	50
33	Lazio	40.446.399	16.165.320	39,97	490
7	Liguria	13.721.179	3.315.179	24,16	100
38	Lombardia	99.230.391	28.122.380	28,34	852
6	Marche	5.610.856	1.767.692	31,50	54
3	Molise	3.743.849	1.306.276	34,89	40
20	Piemonte	49.755.635	8.506.996	17,10	258
27	Puglia	52.367.140	18.528.453	35,38	561
8	Sardegna	6.010.680	3.131.181	52,09	95
55	Sicilia	44.331.738	17.982.020	40,56	545
25	Toscana	32.340.837	9.944.679	30,75	301
4	Trentino A.A	7.394.265	2.444.300	33,06	74
3	Umbria	2.873.776	1.234.925	42,97	37
1	Valle d'Aosta	436.700	51.798	11,86	2
24	Veneto	107.688.682	19.010.167	17,65	576
340		572.127.172	163.888.151	28,65	4.966

d) Personale dipendente e contributi statali

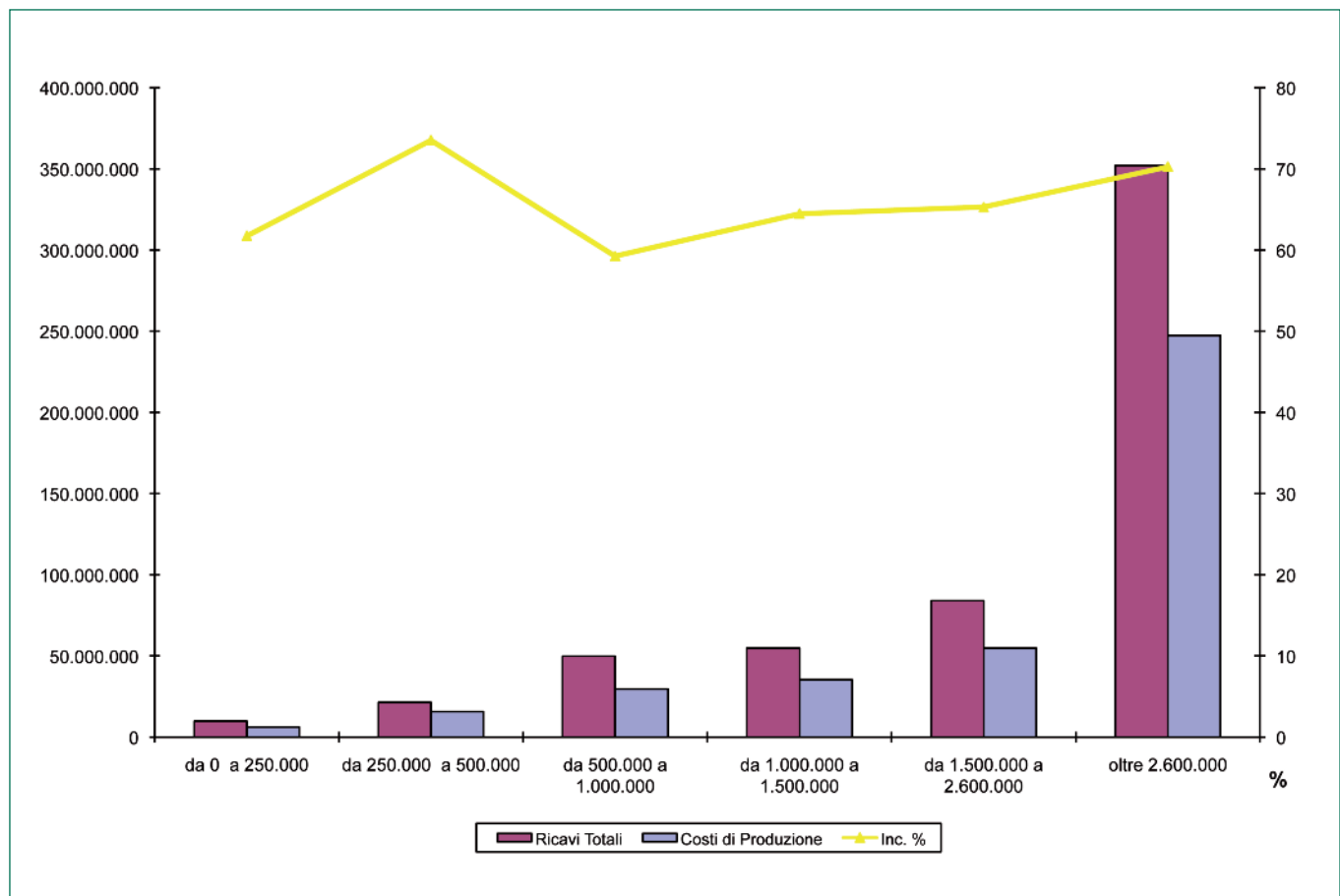
La L. 448/98 prevede che siano erogati dei contributi alle emittenti che svolgono attività di informazione sulla base di graduatorie annuali regionali predisposte dai CO.RE.COM. (Comitati Regionali per le Comunicazioni) su parametri oggettivi relativi al fatturato e all'occupazione.

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

4) COSTI DI PRODUZIONE E INCIDENZA PERCENTUALE SUI RICAVI

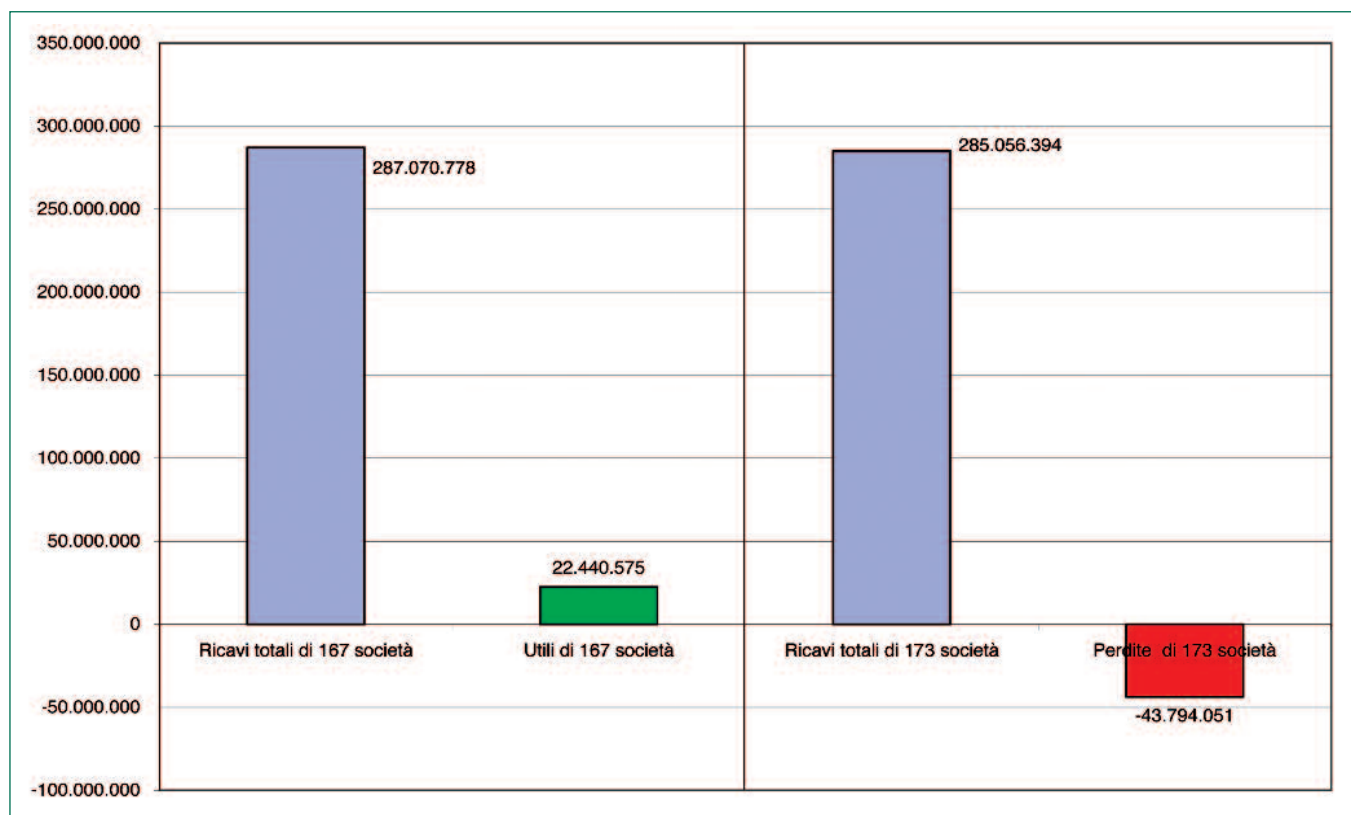
I costi sostenuti in relazione alle attività prettamente televisive (sono escluse le spese per il personale e gli ammortamenti) sono pari a euro 388.994.663 e rappresentano il 67,99% dei ricavi totali e il 63% dei costi delle 340 società oggetto della ricerca. La maggior incidenza percentuale dei costi sui ricavi totali riguarda sia le società con introiti superiori a euro 2.600.000 che quelle con ricavi tra i 250.000 e 500.000 euro.

N. Società	Classi di ricavi totali (€)	Ricavi totali	Costi di produzione	Inc. %
65	da 0 a 250.000	9.966.052	6.153.096	61,74
58	da 250.000 a 500.000	21.325.943	15.678.513	73,52
68	da 500.000 a 1.000.000	49.805.261	29.509.300	59,25
44	da 1.000.000 a 1.500.000	54.741.541	35.292.196	64,47
43	da 1.500.000 a 2.600.000	84.158.222	54.941.804	65,28
62	oltre 2.600.000	352.130.153	247.419.754	70,26
340		572.127.172	388.994.663	67,99



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 appresso indicati:

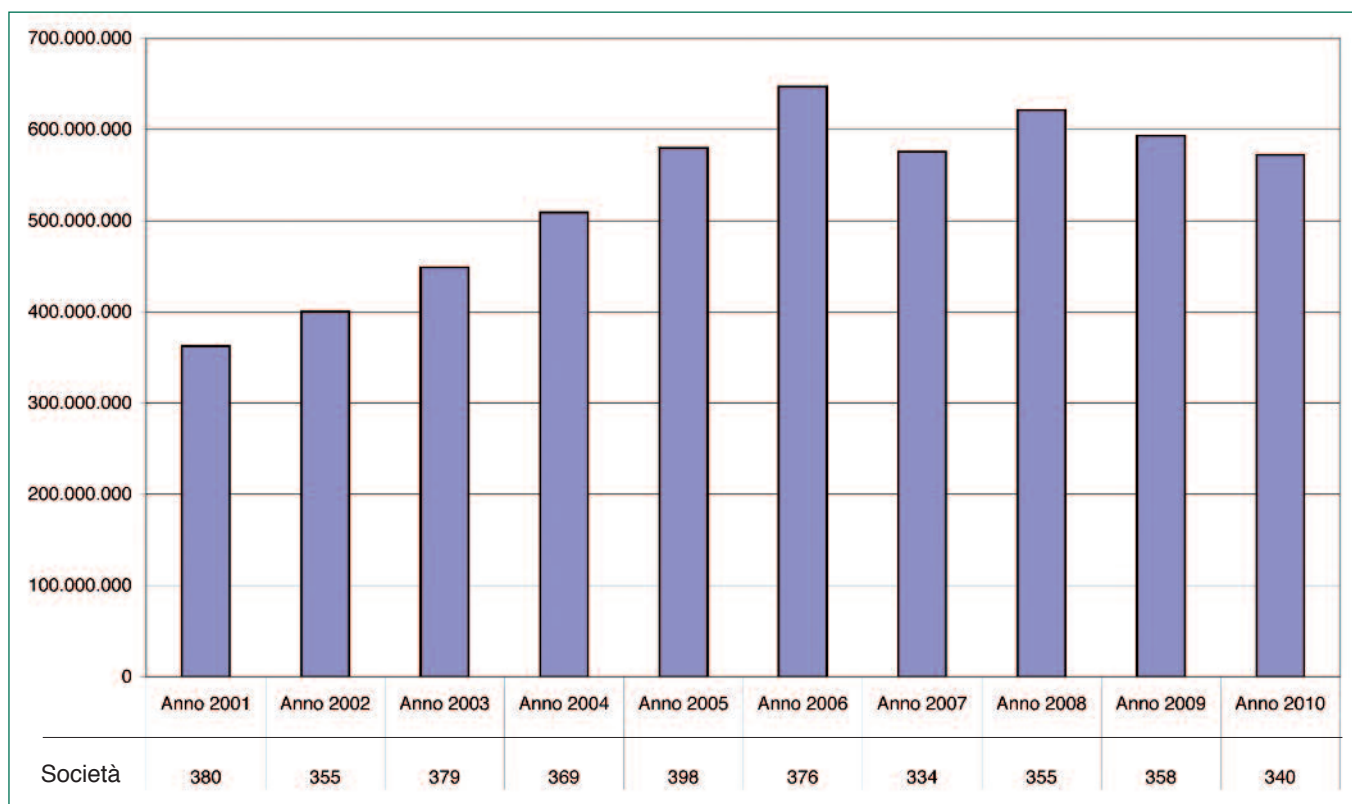


6) RAFFRONTO ANNI 2001 - 2010 PER RICAVI TOTALI E RISULTATI DI ESERCIZIO

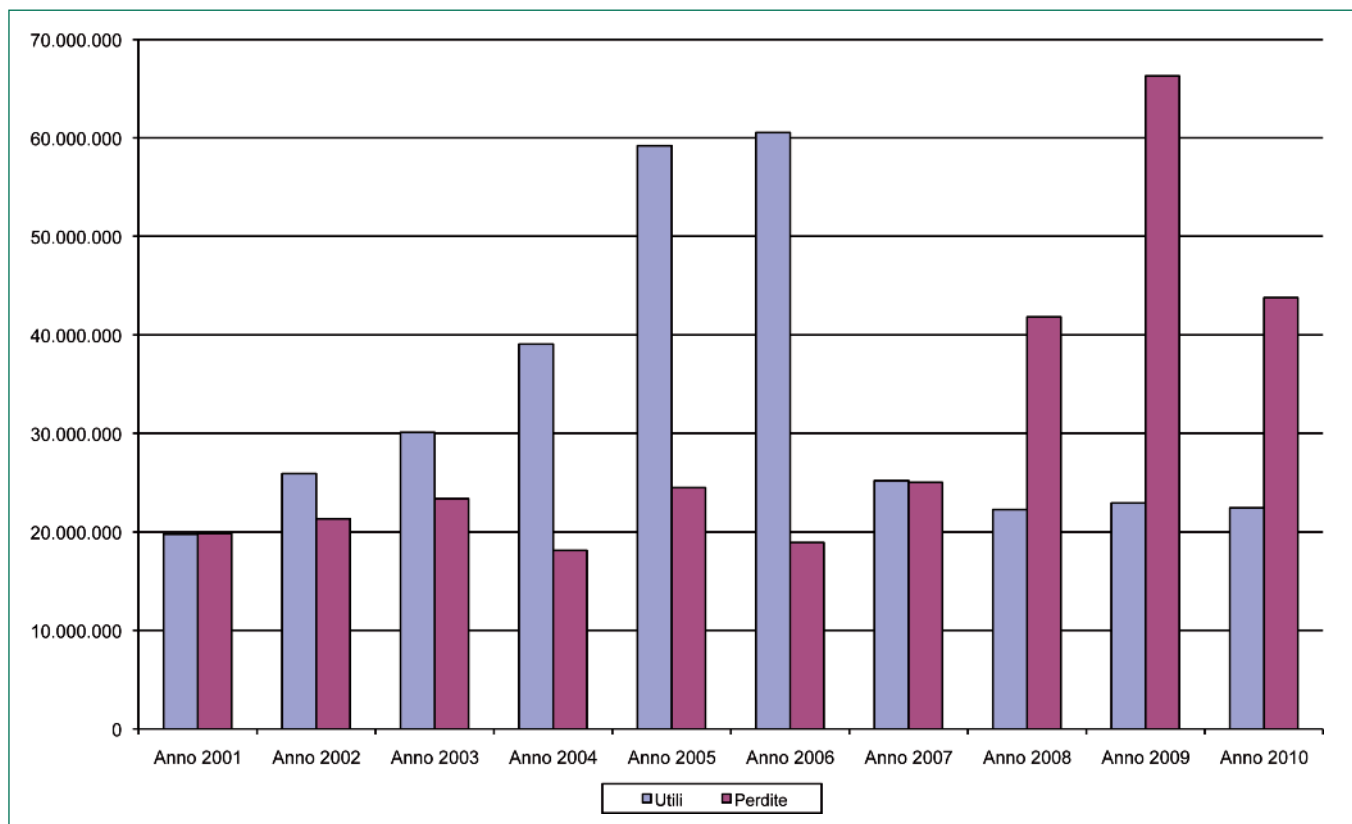
Nella tabella e nei grafici seguenti sono messi a confronto i dati dei ricavi totali e i relativi risultati di esercizio a decorrere dall'anno 2001, dai quali emerge un dato significativo: dopo una costante fase di crescita iniziata nel 2002, fino al picco massimo raggiunto nel 2006, il quadriennio 2007-2010 ha segnato una inversione di tendenza. Infatti, le perdite superano gli utili di periodo presentando un saldo negativo sui ricavi totali.

Società rilevate	Esercizio	Ricavi totali	Utile	Perdite
380	Anno 2001	362.537.512	19.748.984	19.851.239
355	Anno 2002	399.930.006	25.901.195	21.310.065
379	Anno 2003	448.854.018	30.109.175	23.385.762
369	Anno 2004	509.004.732	39.063.952	18.136.487
398	Anno 2005	579.860.034	59.180.000	24.479.977
376	Anno 2006	647.211.868	60.554.660	18.903.613
334	Anno 2007	575.732.050	25.192.767	25.026.326
355	Anno 2008	621.379.424	22.279.483	41.819.530
358	Anno 2009	593.236.660	22.927.771	66.284.250
340	Anno 2010	572.127.172	22.440.575	43.794.051

Ricavi Totali 2001-2010



Utili e perdite 2001-2010



NOTE

This image shows a single sheet of white paper with horizontal blue lines. The lines are evenly spaced and run across the width of the page. There are no margins, text, or other markings on the paper.

Osservatorio delle imprese Radiotelevisive Private

c/o FRT – Federazione Radio Televisioni
Viale Regina Margherita, 286 – 00198 Roma
Tel. 06-4402104 - Fax 06-4402723

www.frt.it - frt@frt.it

