

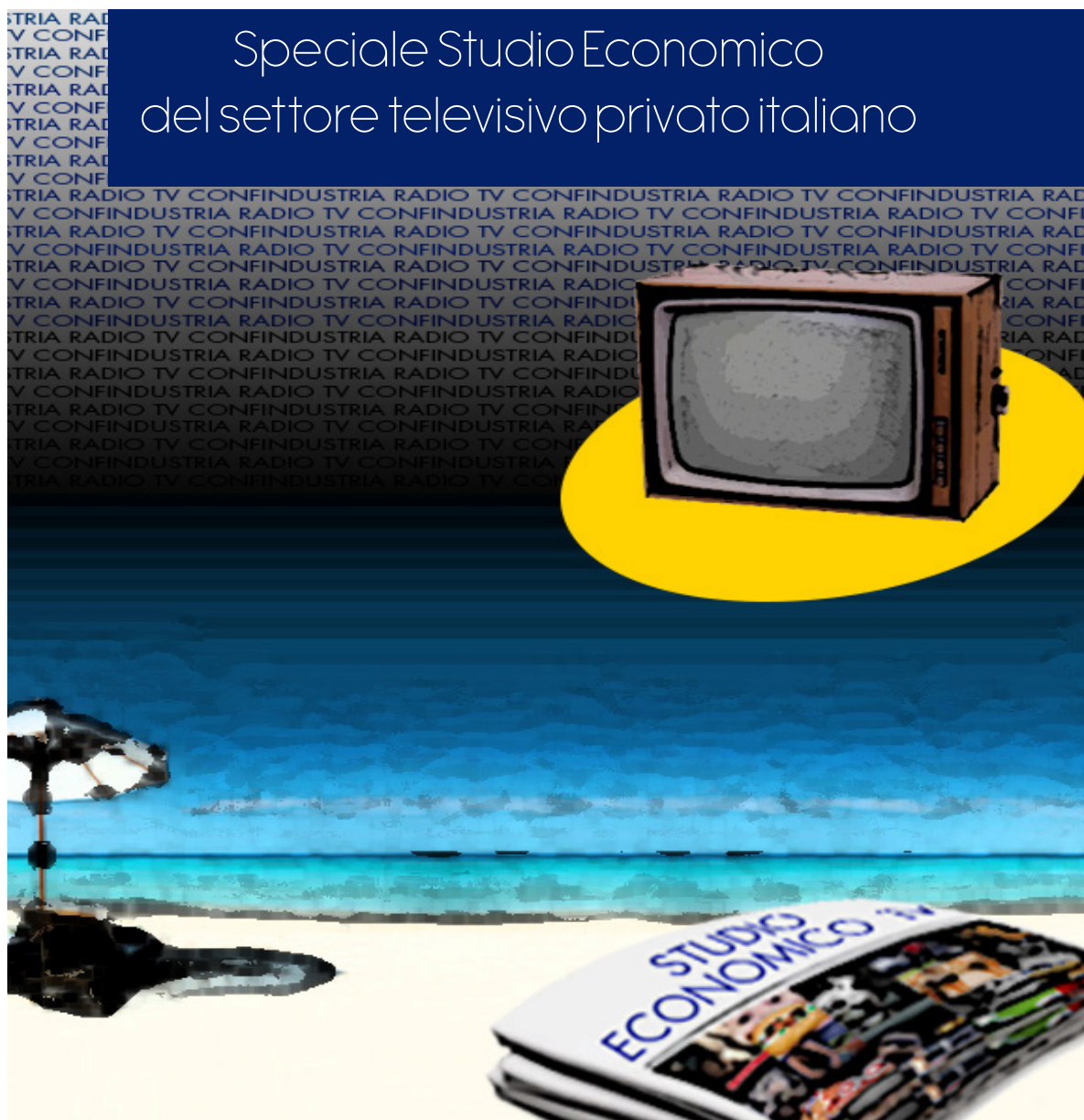


CONFINDUSTRIA RADIO TELEVISIONI

Radio Tv News

25 LUGLIO 2014 - NUMERO 17

Speciale Studio Economico
del settore televisivo privato italiano



Direttore Responsabile: Emilio Carelli | Direttore Editoriale: Andrea Franceschi

In redazione (redazione@confindustriaradiotv.it): Rosario A. Donato, José M. Casas, Elena Cappuccio, Annamaria La Cesa, Michele Farina, Carlo Cornelli

Editore: Confindustria Radio Televisioni, Piazza dei SS. Apostoli 66, Roma Tel. 06/4402104 - Fax 06/4402723 | www.confindustriaradiotv.it |

segreteria@confindustriaradiotv.it | Iscritto al n. 54 del Registro della Stampa presso il Tribunale di Roma il giorno 01/04/2014

LUGLIO 2014



Confindustria Radio Televisioni (CRTV) è l'associazione di categoria dei media televisivi e radiofonici italiani.

Costituita nel giugno 2013, l'Associazione ha insediato i propri organi di governance nell'ottobre dello scorso anno. Ai soci fondatori - Rai, Mediaset, Sky, La7, Telecom Italia Media e FRT - si sono successivamente uniti i broadcaster nazionali Digicast, Discovery Italia, Giglio Group, Prima Tv, Qvc, Rtl 102.5, Rete Blu, Viacom International, Radio Italia e, da ultimo, la piattaforma Tivù. Sono inoltre associate di CRTV le maggiori TV locali (attraverso l'Associazione TV Locali aderente a CRTV) e radio nazionali e locali (Associazione Radio) mentre, tra i soci aggregati, si sono aggiunti recentemente gli operatori satellitari SES e Eutelsat Italia.

Obiettivo fondante di CRTV è la rappresentanza unitaria del settore sul piano istituzionale, legislativo e contrattuale. In particolare il 17 aprile u.s. è stato siglato l'accordo ponte del CCNL 2013/2014 per i dipendenti delle imprese radiotelevisive private. CRTV collabora attivamente e su base regolare con tutti i Ministeri competenti, le Istituzioni Politiche e i Regolatori.

Il presente studio è stato realizzato da Confindustria Radio Televisioni nell'ambito dell'Osservatorio nazionale delle imprese radiotelevisive private sulla base dell'elaborazione di dati Cerved e di fonti istituzionali per l'individuazione dei soggetti operanti nel comparto dell'emittenza locale. Per lo storico si è fatto riferimento alle edizioni precedenti elaborate fin dal 1994 dalla FRT.

Lo studio è stato curato da Elena Cappuccio, José Maria Casas, Carlo Cornelli e Rosario Alfredo Donato.

CRTV pubblica ogni settimana la newsletter Radio TV News, Direttore Responsabile Emilio Carelli, distribuita gratuitamente a mezzo e-mail e contenente informazioni, notizie e dati del settore. Per informazioni: www.confindustriaradiotv.it

Prefazione

Lo Studio Economico del settore radiotelevisivo privato rientra a pieno titolo fra le pubblicazioni di Confindustria Radio Televisioni (CRTV), l'organismo di rappresentanza del settore radiotelevisivo costituito nel 2013. Per la prima volta CRTV riunisce in una casa comune la televisione pubblica e le televisioni private, nazionali e locali, gratuite e a pagamento e le radio nazionali e locali. Lo studio rientra al contempo nell'ambito della tradizionale analisi svolta dall' "Osservatorio delle imprese radiotelevisive private" istituita dalla FRT con le rappresentanze sindacali di settore. Pubblicato annualmente, quest'anno si celebra la 20^a edizione.

Il settore televisivo, come indica lo studio, ha generato nel 2012 ricavi complessivi pari a 9,5 miliardi di euro e occupato direttamente circa 26.500 addetti. In realtà la forza lavoro utilizzata nella filiera direttamente collegata al settore si stima raggiunga le 90.000 unità.

Lo studio economico è una radiografia del settore, un'istantanea che permette di delineare con precisione luci e ombre, criticità e soluzioni, soprattutto per il comparto delle TV locali per le quali esistono poche fonti accreditate e che restano il focus principale di questa indagine (la televisione nazionale funge da mero inquadramento e termine di paragone).

Un esempio su tutti è la redditività, che nel 2012 è di segno negativo per l'intero settore privato (-7,5% la media), fortemente influenzato dal dato di alcuni grandi operatori nazionali, che hanno tuttavia registrato risultati migliori nel 2013, pur in presenza di un mercato ancora sofferente per il continuo calo dei ricavi pubblicitari. La redditività risulta ancor più negativa per le tv locali (-14,3%); è questo il comparto che risulta in maggiore sofferenza, soprattutto nel periodo post digitalizzazione. L'elevato grado di patrimonializzazione, altro indice utilizzato nello studio, dimostra tuttavia che gli editori televisivi locali continuano a credere in un settore che, se razionalizzato e ottimizzato anche sotto l'aspetto normativo e regolamentare, può continuare a dare il proprio contributo al Sistema Paese.

In Confindustria Radio Televisioni sono confluite aziende molto diverse per dimensione, storia, posizionamento, strategie, unite dalla consapevolezza che per far evolvere il sistema sia necessario consolidare il patrimonio occupazionale, economico e di competenze sviluppato nei decenni dal settore televisivo e trasferirlo nel nuovo ecosistema digitale. La sfida infatti oggi non si gioca più solo fra gli operatori radiotelevisivi e si allarga ben oltre i confini nazionali.

Per le Tv locali, patrimonio identitario e di pluralismo informativo del Paese, il punto da cui ripartire per risolvere gli endemici problemi che le affliggono è il riassetto dell'intero comparto secondo criteri di sostenibilità economica che possa proiettarlo verso il futuro.

Rodolfo De Laurentiis
Presidente
Confindustria Radio Televisioni

Introduzione

Fin dalla sua prima edizione redatta nel 1994, lo Studio Economico del Settore Televisivo Privato italiano si è rivelato uno strumento utile che ha fornito agli operatori e alle istituzioni un'interessante e utile descrizione dell'andamento economico delle aziende del settore.

Effettuato sulla base dell'analisi dei bilanci depositati in Camera di Commercio relativi alle società di capitali cui fanno capo le imprese radiotelevisive italiane, lo studio è redatto nell'ambito dell'Osservatorio previsto dal CCNL per i dipendenti delle aziende private del comparto.

Nella ricorrenza del suo ventennale l'analisi di quest'anno viene effettuata dall'Ufficio studi di Confindustria Radio Televisioni e si presenta in una veste rinnovata e più completa perché accanto ai dati delle televisioni nazionali e locali include anche quelli relativi alla concessionaria pubblica. Questo ampliamento del perimetro consente una più esaustiva analisi del settore dal punto di vista economico e patrimoniale.

Di seguito si richiamano i dati salienti che si riferiscono al comparto delle televisioni locali. I numeri confermano l'importanza dell'emittenza televisiva locale nel settore televisivo italiano. Esse infatti, pur risentendo gli effetti della crisi economica, rappresentano complessivamente la terza forza del settore e la quarta dell'intero mercato se si considera anche la Rai, con una quota di mercato detenuta in termini percentuali del 7,1%. Circa un terzo dei dipendenti del sistema televisivo privato trova occupazione nelle Tv Locali. Dal punto di vista dei ricavi i dati certificano che i ricavi totali delle 339 società prese in esame -cioè quelle società operative che presentano il bilancio- nell'anno 2012 (in realtà le Tv locali operanti sono circa 500 e diffondono 3127 marchi ricevibili) ammontano a Euro 480.951.103. Viene in particolare evidenziato che sono poi 98 le società con ricavi superiori a 1,5 milioni di euro. Queste società pur rappresentando in termini percentuali solo il 29% delle Tv locali fatturano oltre il 75% dei ricavi totali. Come abbiamo sempre sostenuto, i numeri presi in esame testimoniano che sono circa un centinaio le aziende del settore che dispongono di una effettiva consistenza patrimoniale. E' proprio da queste aziende che bisogna ripartire per una riqualificazione complessiva del comparto. Risulta quindi necessario e urgente che venga varata una riforma del sistema radio televisivo che, per quanto riguarda il settore delle Tv locali, punti alla sostenibilità delle aziende su base selettiva, premiando la capacità di impresa, gli ascolti rilevati, la programmazione e l'occupazione. Ciò consentirebbe la ripresa del comparto che ha sempre rappresentato una realtà di rilievo nell'ambito delle imprese televisive italiane. Ciò in quanto le Tv locali, quelle che fanno informazione, sono e saranno sempre un importante strumento di salvaguardia del pluralismo informativo e di amplificazione delle istanze dei territori in cui operano.

Maurizio Giunco
Presidente
Associazione Tv Locali

L'osservatorio radiotelevisivo CRTV/OO.SS.

Il CCNL di settore, anche nel recente accordo ponte, affida a questo organismo paritetico (CRTV e SCL CGIL- FISTel CISL-UILCOM UIL) lo studio e la valutazione degli andamenti economico-produttivi del comparto, anche in rapporto agli scenari macro economici generali, e il loro monitoraggio. Allo stesso tempo segue la formazione e riqualificazione professionale, le azioni per le pari opportunità, la tutela della salute dei lavoratori, il mercato del lavoro e le nuove tecnologie, anche con la costituzione di apposite sezioni di analisi e progetto. Insomma, tutta la relazione aziende/lavoratori nel percorso tra i rinnovi contrattuali. Ma l'Osservatorio è anche una "camera di compensazione": quando si verificano problematiche importanti tra aziende e gruppi di lavoratori, le trattative condotte in seno a un'entità extra aziendale trovano spesso buoni accordi. E tanti sono i casi di successo di questi ormai 20 anni. Tornando alla realizzazione dello "Studio Economico", si può dire tranquillamente che sia una dote preziosa recata dalla FRT a CRTV, seconda sola al valore di manager e imprenditori delle aziende associate che approfondono la loro esperienza nelle rinnovazioni contrattuali, nella partecipazione alle attività dell'Osservatorio con grande senso aziendale dei risultati da raggiungere, mai disgiunto dal rispetto dei lavoratori e della loro rappresentazione sociale e familiare. Di pari valore la partecipazione dei rappresentanti di CGIL/CISL e UIL, anch'essi ben consci dell'importanza di condividere percorsi più che di meramente contrapporsi, soprattutto in questo tempo dove lo stare uniti, imprese e lavoratori, rappresenta la sola strada per traguardare la crisi. Lo studio è un ottimo strumento anche per discutere di futuro in ogni ambito, politico, istituzionale, finanziario, sindacale: ci rappresenta e valorizza, dando corpo al valore dei nostri media, perché è analisi e concretezza quello che cerca il mercato e sostanzialmente anche la società civile per immaginare un futuro dignitoso. Ancora poche parole - è il caso di dire se non ora quando, visti i 20 anni - di riconoscenza ai colleghi delle televisioni nazionali, dei nuovi operatori, delle televisioni locali, delle radio nazionali e locali con i quali condividiamo il percorso di parte datoriale, con dedizione, professionalità ma anche con spirito creativo e voglia di risultato. Infine, credo che tutti noi dobbiamo salutare, insieme agli altri protagonisti, con grande riconoscenza ed affetto le persone che con maggiore ruolo hanno dato il via a questo nostro stare insieme e allo Studio Economico del Settore Televisivo Privato Italiano: Filippo Rebecchini, Roberto Giovannini e il mitico Presidente della Commissione Lavoro, Paolo Campana.

Piero Manera
Presidente
Osservatorio Nazionale
delle imprese radiotelevisive private

Indice

1	Oggetto della ricerca	pag. 7
2	Il mercato televisivo italiano	pag. 9
2.1	I ricavi	pag. 10
2.2	I ricavi per operatore	pag. 12
2.3	La redditività	pag. 13
2.4	Il capitale investito e il patrimonio netto	pag. 15
2.5	Numero dipendenti e costo del personale	pag. 16
3	Le Tv Locali	pag. 19
3.1	Evoluzione del settore Tv locale dal 1994 ad oggi	pag. 20
3.2	Universo di riferimento	pag. 22
3.3	I ricavi totali	pag. 23
3.4	I ricavi pubblicitari	pag. 26
3.5	I contributi statali	pag. 29
3.6	Il lavoro dipendente	pag. 31
3.7	La redditività e il risultato d'esercizio	pag. 35
3.8	Il patrimonio netto	pag. 38

Oggetto della ricerca

Pubblicato nell'ambito dell'Osservatorio nazionale delle imprese radiotelevisive private, in collaborazione con i sindacati SCL CGIL, FISTel CISL e UILCOM UIL, lo Studio Economico del settore radiotelevisivo è stato curato da FRT fin dal 1994, rappresentando negli anni il settore televisivo privato nella sua componente nazionale e locale, con particolare accento su quest'ultima.

Confindustria Radio Televisioni, in continuità con quanto prodotto fino ad oggi, ripercorre gli indicatori tradizionali aggiungendo in questa edizione alcune novità fra cui:

- un maggior dettaglio nelle tabelle,
- l'inclusione della redditività, parametro di performance che si aggiunge alla rappresentazione dimensionale,
- l'inclusione del capitale investito, volto ad offrire indicazioni patrimoniali.

Inoltre, alla luce delle modifiche legislative introdotte con l'avvento del digitale terrestre, si è ritenuto opportuno estendere il perimetro dell'indagine alle attività svolte dagli operatori di rete per una più completa e attuale rappresentazione, specie a livello locale¹.

Infatti permane e si valorizza quello che è il focus principale e il vero valore aggiunto di questa indagine, il dimensionamento economico del settore delle TV locali. Per il comparto locale l'Osservatorio costituisce un imprescindibile riferimento di settore. A differenza delle televisioni nazionali, per le quali i dati sono più accessibili e in tempi più rapidi (obblighi di rendicontazione e pubblicazione più stringenti, soprattutto per le società quotate in borsa), non esistono stime dimensionali per il numero di operatori e i fatturati generati dalle aziende sul territorio.

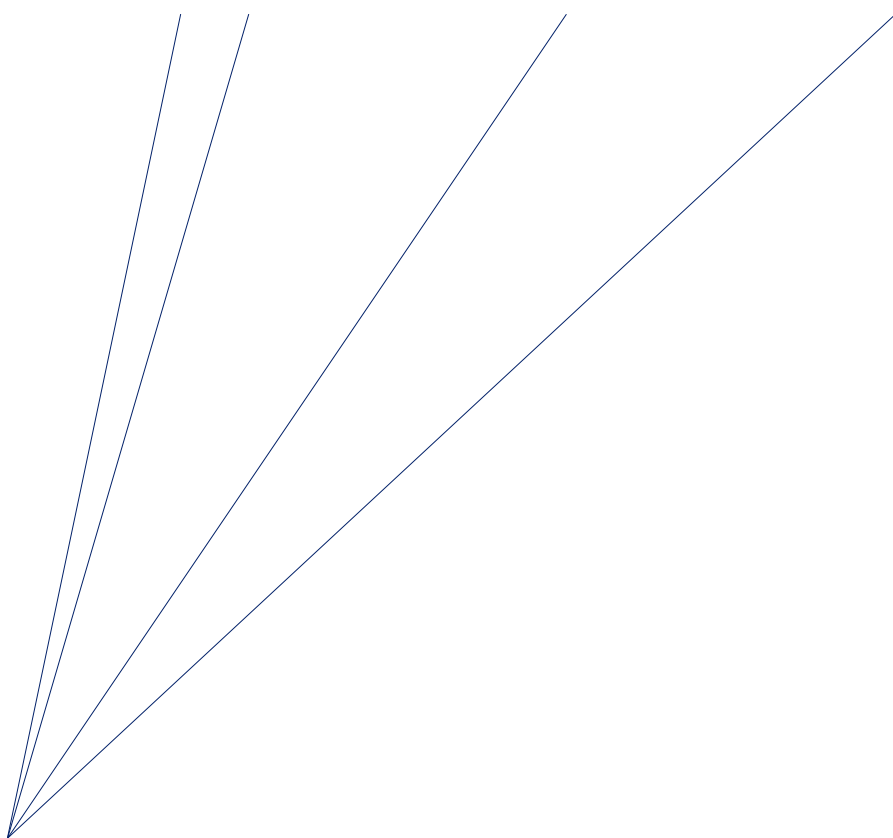
Per le televisioni locali, le novità inserite sono la misura della redditività e del capitale investito, analogamente agli operatori nazionali. Si è inoltre scelto di dare maggiore spazio ai contributi destinati al settore, con una tabella storica che ne documenta la loro evoluzione dagli esordi.

Basato sui bilanci delle 339 società di capitali depositati (Srl e SpA) lo Studio risente dei tempi di approvazione, deposito e registrazione presso le camere di commercio locali che li rendono disponibili in tempi diversi e comunque ben superiori a quelli delle maggiori società del mercato. Si analizzano pertanto i bilanci relativi all'anno 2012, che peraltro è stato un anno cruciale per il settore televisivo in Italia, perché ha chiuso il processo di digitalizzazione del segnale via etere, con gli investimenti per l'*upgrade* della rete e il lancio di nuove offerte che ne sono conseguiti.

Nell'edizione attuale è inclusa nel perimetro dell'indagine anche l'emittente pubblica Rai. La concessionaria pubblica in passato era già stata inserita nello Studio a fini di ponderazione del totale settore. A partire da quest'anno viene reinserita a tale fine e in quanto socia di Confindustria Radio Televisioni. Continuano tuttavia a essere forniti dati separati afferenti alla componente privata, focus primario di questa indagine.

¹ Si ricorda al riguardo che per i soggetti operanti in ambito nazionale è previsto l'obbligo di separazione societaria delle attività di fornitore di servizi media da quelli di operatore di rete, mentre per i soggetti operanti in ambito locale tale obbligo è riferito alla separazione contabile. Pertanto il perimetro 2012, ancorché ampiamente sovrapponibile, non è perfettamente coincidente con l'anno 2011 e i precedenti.

Il mercato televisivo italiano



2.1 I ricavi

Nel 2012 il valore complessivo dei ricavi generati dalle principali società o gruppi societari operanti nel settore televisivo italiano ammonta a circa 9,5 miliardi di euro. Di questi 3,4 miliardi provengono dalla raccolta pubblicitaria e 6,1 miliardi dai servizi pay Tv, dal canone Rai e dagli altri ricavi (come i contributi pubblici erogati dallo Stato a favore delle Tv Locali, ma anche i ricavi da vendita diritti, rete, vendite di beni e servizi per i canali di home shopping, ecc.).

Tabella 1. I ricavi del mercato televisivo italiano in MLN euro
fonte: elaborazione CRTV su bilanci 2012 depositati²

Note	Gruppo/Società	Totale Ricavi (mln euro)	Ricavi pubblicitari	Altri ricavi (compresi canoni e pay)
1	Gruppo Mediaset	€ 2.834,9	€ 1.827,7	€ 1.007,20
2	Sky Italia Srl	€ 2.812,7	€ 291,1	€ 2.521,60
3	Gruppo Rai	€ 2.735,3	€ 719,2	€ 2.016,10
4	TV Locali	€ 480,9	€ 329,7	€ 151,20
5	Telecom Italia Media Spa	€ 222,7	€ 146,8	€ 75,90
6	Discovery Italia Srl	€ 74,3	€ 59,5	€ 14,80
7	QVC Italia Srl	€ 68,1	€ -	€ 68,10
8	NBC Universal Global Networks Italia Srl	€ 47,4	€ 3,8	€ 43,60
9	Prima TV Spa	€ 38,1	€ -	€ 38,10
10	Repubblica TV (Gruppo Editoriale l'Espresso Spa)	€ 28,4	€ 10,3	€ 18,10
11	Turner Broadcasting System Italia Srl	€ 25,1	ND	€ 25,10
12	Switchover Media Srl	€ 17,1	€ 16,9	€ 0,20
13	LT Television Srl	€ 16,8	€ 2,5	€ 14,30
14	Digicast Spa	€ 14,6	€ 1,6	€ 13,00
15	HSE 24 Spa	€ 12,9	€ -	€ 12,90
16	Viacom International Media	€ 12,2	€ 2,8	€ 9,40
17	Giglio Group Spa	€ 9,1	€ -	€ 9,10
18	Rete Blu Spa	€ 8,9	ND	ND
19	Sportcast Srl	€ 5,10	€ -	€ 5,10
20	Altri	€ 30,00	€ 12,00	€ 18,00
	Totale	€ 9.494,6	€ 3.423,9	€ 6.061,8
	Totale senza Rai	€ 6.759,3	€ 2.704,7	€ 4.045,7

² Note

(1) - Per Mediaset i ricavi considerati sono quelli al netto delle attività svolte all'estero.

(2) - Sky Italia chiude il bilancio al 30/6/2012.

(3) - Il valore dei ricavi relativo al gruppo Rai è riportato al netto della pubblicità radiofonica pari a € 26,113 mln.

(4) - Per le Tv Locali il dato comprende le 339 società analizzate nella ricerca. Alla voce "Altri ricavi" sono compresi i contributi statali.

(5) - I ricavi di Telecom Italia Media sono così ripartiti: La7 € 123,6 mln; MTV 55,2 mln; Operatore di rete 75,1 mln.

(7) - I dati di Repubblica Tv sono contenuti nel bilancio del Gruppo Editoriale l'Espresso.

(16) - Viacom International Media chiude il bilancio al 30/9/2012.

(20) - La voce "Altri" comprende dati stimati relativi a operatori con canali presenti sia sul DTT che sul satellite tra cui Coming Soon, Poker Italia 24, Rete Capri, Odeon Tv, Italia 7, Eurosport, Gruppo Axn Italia, RockTv, Match Music, RTL 102,5 TV, Radio Italia TV, Lady Channel ecc.).



I ricavi del solo comparto televisivo privato, al netto di quelli della Rai, superano i 6,7 mld di euro e sono suddivisi in ricavi pubblicitari per 2,7 mld e altri ricavi (pay, ecc) per 4 mld. I ricavi delle società private rappresentano il 71,2% del mercato nazionale.

Il totale dei ricavi dei gruppi privati è costituito per il 40% (47,3% nel 2011) dai ricavi pubblicitari e per 60% (52,7% nel 2011) dal mercato pay e dagli altri ricavi. Rispetto agli scorsi anni aumenta il divario tra le entrate pubblicitarie e quelle da attività a pagamento a vantaggio di queste ultime. A differenza delle Tv nazionali, le Tv Locali presentano una percentuale di ricavi pubblicitari preponderante rispetto al totale delle risorse.

Grafico 1. Composizione dei ricavi totali delle imprese televisive private

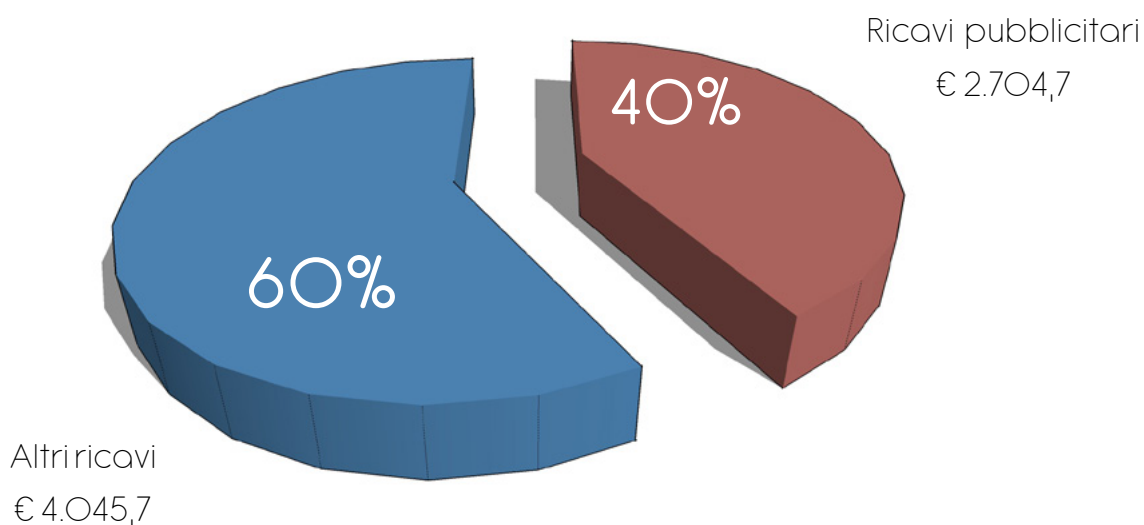
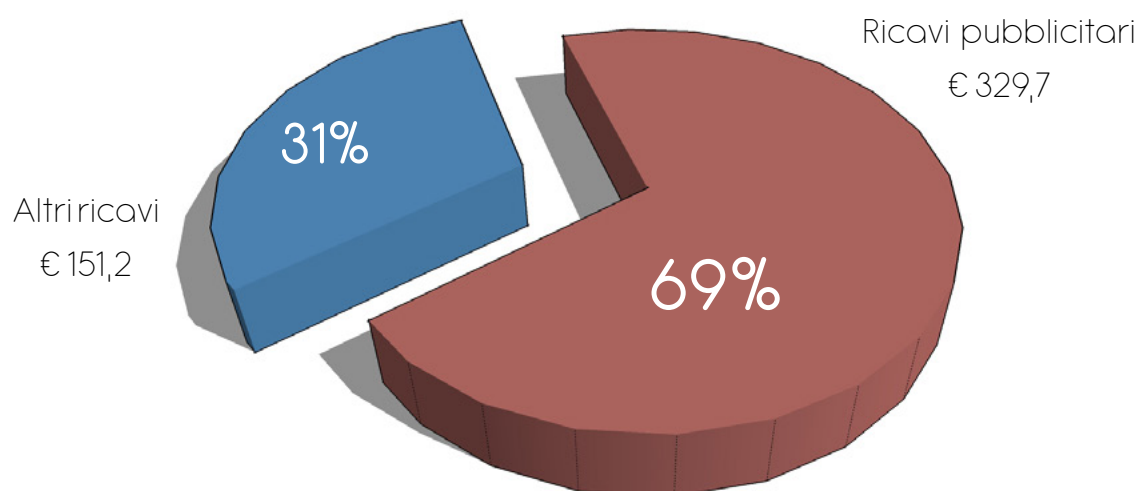


Grafico 2. Composizione dei ricavi totali delle Tv Locali



2.2 I ricavi per operatore

Mediaset e Sky si confermano i principali operatori privati con 5,6 mld di euro di ricavi su 6,7 mld realizzati e quote di mercato sostanzialmente equivalenti (rispettivamente 41,9% e 41,6%) che nel loro insieme costituiscono l'83,6% dell'intero comparto privato.

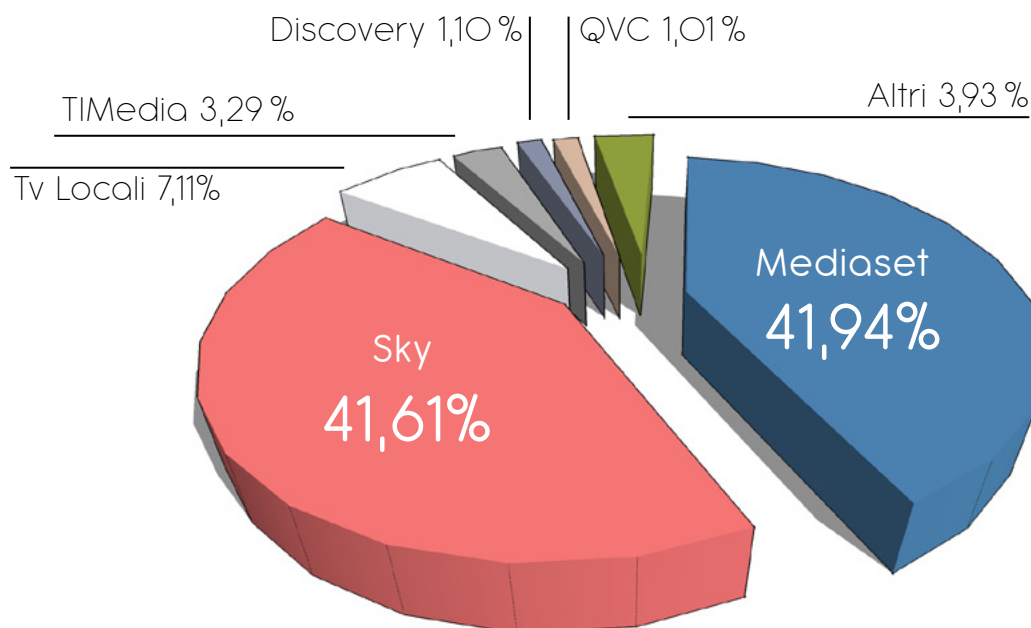
Le Tv locali rappresentano complessivamente la terza forza del comparto televisivo dell'intero mercato, la quarta se si considera anche la Rai. La quota di mercato detenuta dalle Tv Locali è pari al 7,1%, in calo rispetto al 2011 (8,3%).

Tabella 2. Ripartizione dei ricavi totali per società in MLN di euro

fonte: elaborazione CRTV su bilanci 2012 depositati

Note	Gruppo/Società	Totale Ricavi (mln €)	Quota %	Quota % (senza Rai)
1	Gruppo Mediaset	€ 2.834,90	29,86%	41,94%
2	Sky Italia Srl	€ 2.812,70	29,62%	41,61%
3	Gruppo Rai	€ 2.735,30	28,81%	
4	TV Locali	€ 480,90	5,06%	7,11%
5	Telecom Italia Media Spa	€ 222,70	2,35%	3,29%
6	Discovery Italia Srl	€ 74,30	0,78%	1,10%
7	QVC Italia Srl	€ 68,10	0,72%	1,01%
8	NBC Universal Global Networks Italia Srl	€ 47,40	0,50%	0,70%
9	Prima TV Spa	€ 38,10	0,40%	0,56%
10	Repubblica TV (Gruppo Editoriale l'Espresso Spa)	€ 28,40	0,30%	0,42%
11	Turner Broadcasting System Italia Srl	€ 25,10	0,26%	0,37%
12	Switchover Media Srl	€ 17,10	0,18%	0,25%
13	LT Television Srl	€ 16,80	0,18%	0,25%
14	Digicast Spa	€ 14,60	0,15%	0,22%
15	HSE 24 Spa	€ 12,90	0,14%	0,19%
16	Viacom International Media	€ 12,20	0,13%	0,18%
17	Giglio Group Spa	€ 9,10	0,10%	0,13%
18	Rete Blu Spa	€ 8,90	0,09%	0,13%
19	Sportcast Srl	€ 5,10	0,05%	0,08%
20	Altri	€ 30,00	0,32%	0,44%
	Totale	€ 9.494,6	100,00 %	
	Totale senza Rai	€ 6.759,3		100,00 %

Grafico 3. Quote di mercato delle imprese televisive private
 fonte: elaborazione CRTV su bilanci 2012 depositati



2.3 La redditività

La somma del Risultato Operativo (R.O.) delle imprese analizzate è pari a -509,3 milioni di euro. Le perdite d'esercizio totali ammontano invece a -540,2 milioni di euro.

Il Risultato operativo è un dato reddituale intermedio ed evidenzia il risultato della gestione ordinaria, detta anche tipica o caratteristica, dell'impresa. Tale dato è significativo in quanto fornisce la rappresentazione dell'andamento della gestione "industriale" al netto della gestione straordinaria e fiscale.

Nel 2012 il dato del settore è fortemente influenzato dai risultati del gruppo Mediaset (che per la prima volta nella sua storia ha chiuso il bilancio in perdita) e del gruppo TIMedia, e dalla forte contrazione dei ricavi pubblicitari che emerge anche dai risultati dell'operatore pubblico. Salvo qualche eccezione le imprese nazionali "medio piccole" presentano dati reddituali positivi a dimostrazione che loro struttura dei costi, probabilmente più flessibile rispetto a quella dei grandi gruppi, consente di fronteggiare in modo più adeguato le fasi di crisi.

La redditività può essere espressa mediante diversi indici. In questo studio, per ragioni di praticità e semplificazione, si è scelto di analizzare la redditività operativa media ottenuta dal rapporto tra Risultato Operativo e Ricavi totali. Nel 2012 tale dato per il settore televisivo privato è negativo ed è pari a -7,5% (incluso nel perimetro la Rai l'indice scende a -7,1%). Il dato aggregato del sistema relativo alla redditività risente dell'andamento negativo dell'economia in generale e quello degli investimenti pubblicitari in particolare (-15% 2012 su 2011, dati Nielsen).

Le Tv Locali, con redditività media del -14,3%, presentano un dato peggiore rispetto alla media del settore televisivo. Ciò è dovuto principalmente al sensibile calo nella raccolta pubblicitaria passata da 390 milioni di euro nel 2011 a 329,7 nel 2012.

Tabella 3. Redditività operativa in MLN euro
 fonte: elaborazione CRTV su bilanci 2012 depositati

	Gruppo/Società	Risultato operativo	Utile/perdite
1	Digicast Spa	-3,5	-2,8
2	Discovery Italia Srl	4,30	2,60
3	Giglio Group Spa	0,30	0,02
4	Gruppo Mediaset	-284	-299
5	Gruppo Rai	-164,7	-244,6
6	HSE 24 Spa	-10,4	-7,5
7	LT Television Srl	-1,8	-1,5
8	NBC Universal Global Networks Italia Srl	7,20	4,90
9	Prima TV Spa	4,70	-2,1
10	QVC Italia Srl	-33,2	-37,5
11	Repubblica TV (Gruppo Editoriale l'Espresso Spa)	ND	ND
12	Rete Blu Spa	-32,6	0,00
13	Sky Italia Srl	164,60	85,10
14	Sportcast Srl	0,06	0,10
15	Switchover Media Srl	2,80	1,70
16	Telecom Italia Media Spa	-262,7	-240,9
17	Turner Broadcasting System Italia Srl	0,20	0,20
18	TV Locali	-68,8	-45,8
19	Viacom International Media	3,50	2,30
20	Altri	ND	ND
	Totale	-674	-784,8
	Totale senza Rai	-509,3	-540,2

2.4 Il capitale investito e il patrimonio netto

Il capitale investito indica l'ammontare delle risorse necessarie all'impresa per lo svolgimento della propria attività. Esso coincide con il totale dello stato patrimoniale (attivo o passivo).

Il capitale investito viene generalmente finanziato da un mix di fonti che coincidono in parte con il patrimonio netto (mezzi propri) e in parte con i debiti (mezzi di terzi) verso fornitori, banche, Stato, eccetera. La combinazione delle fonti di finanziamento tra mezzi propri e mezzi di terzi è un dato molto importante per capire il grado di solidità patrimoniale delle imprese. Più elevati sono i mezzi propri più solida risulta la struttura patrimoniale.

Tabella 4. Indice di patrimonializzazione in MLN euro

fonte: elaborazione CRTV su bilanci 2012 depositati

	Gruppo/Società	Capitale investito	Patrimonio netto	PN / Attivo
1	Gruppo Mediaset	€ 7.220,5	€ 2.965,1	41,1%
2	Sky Italia Srl	€ 2.008,6	€ 804,5	40,1%
3	TV Locali	€ 1.503,6	€ 746,5	49,6%
4	Gruppo Rai	€ 2.388,0	€ 290,9	12,2%
5	Viacom International Media	€ 88,1	€ 77,2	87,6%
6	Telecom Italia Media Spa	€ 346,4	€ 56,2	16,2%
7	Prima TV Spa	€ 152,4	€ 33,2	21,8%
8	Rete Blu Spa	€ 51,3	€ 30,5	59,5%
9	NBC Universal Global Networks Italia Srl	€ 34,1	€ 25,2	73,9%
10	QVC Italia Srl	€ 96,1	€ 14,9	15,5%
11	Switchover Media Srl	€ 44,7	€ 13,0	29,1%
12	LT Television Srl	€ 27,5	€ 12,5	45,5%
13	Discovery Italia Srl	€ 198,3	€ 9,1	4,6%
14	Sportcast Srl	€ 7,3	€ 6,3	86,3%
15	Digicast Spa	€ 22,6	€ 4,3	19,0%
16	Turner Broadcasting System Italia Srl	€ 11,9	€ 2,8	23,5%
17	Giglio Group Spa	€ 9,4	€ 1,9	20,2%
18	HSE 24 Spa	€ 12,6	€ 1,4	11,1%
19	Repubblica TV (Gruppo Editoriale l'Espresso Spa)	ND	ND	ND
20	Altri	ND	ND	ND
	Totale	€ 14.223,4	€ 5.095,5	35,8%
	Totale senza Rai	€ 11.835,4	€ 4.804,6	40,6%

La tabella n° 4 evidenzia il rapporto in termini percentuali tra il patrimonio netto (c.d. patrimonializzazione) delle imprese televisive e il capitale investito. Il grado medio di “patrimonializzazione” del settore televisivo privato nel 2012 risulta essere pari al 40,6%. Ciò significa che le imprese per finanziare i propri asset ricorrono ai mezzi propri (capitale sociale + riserve) per 2/5 e all’indebitamento esterno per 3/5. Le Tv locali presentano un indice di patrimonializzazione (49,6%) superiore alla media del settore.

In entrambi i casi il dato risulta essere più alto rispetto al panorama nazionale delle imprese operanti nei vari settori produttivi, commerciali e di servizi.



2.5 Numero dipendenti e costo del personale

Nel 2012 gli occupati alle dipendenze delle imprese televisive prese in esame ammontano a circa 26.500 unità di cui circa 15 mila nel settore privato.

Circa un terzo dei dipendenti del settore privato trova occupazione nelle TV Locali (4.388 su 14.812).

Si stima che, tra occupati diretti e indotto, la forza lavoro utilizzata nella filiera che alimenta il settore televisivo privato ammonti a circa 45/50 mila addetti. Con la Rai e il relativo indotto, il valore stimato si aggira sugli 90 mila addetti.

Il costo del personale del settore privato, risultante dai bilanci analizzati, ammonta a oltre 1,8 miliardi di euro con un’incidenza media sui ricavi del 20,5%. Il comparto delle TV Locali presenta un rapporto costo medio/ricavi superiore a quello del settore (31,9%).

Tabella 5. Numero, costo e incidenza del personale sui ricavi totali in MLN euro

fonte: elaborazione CRTV su bilanci 2012 depositati³

	N. Dip.	Gruppo/Società	Totale ricavi	Costo del personale	Incidenza su ricavi
1	11661	Gruppo Rai	€ 2.735,3	€ 1.015,0	37,1%
2	4573	Gruppo Mediaset	€ 2.834,9	€ 485,6	17,1%
3	4388	TV Locali	€ 480,9	€ 153,6	31,9%
4	3995	Sky Italia Srl	€ 2.812,7	€ 221,4	7,9%
5	699	Telecom Italia Media Spa	€ 222,7	€ 67,4	30,3%
6	547	QVC Italia Srl	€ 68,1	€ 18,4	27,0%
7	234	Rete Blu Spa	€ 8,9	€ 13,9	156,2%
8	127	Discovery Italia Srl	€ 74,3	€ 9,4	12,7%
9	65	HSE 24 Spa	€ 12,9	€ 3,0	23,3%
10	45	NBC Universal Global Networks Italia Srl	€ 47,4	€ 2,5	5,3%
11	43	Turner Broadcasting System Italia Srl	€ 25,1	€ 3,1	12,4%
12	35	Switchover Media Srl	€ 17,1	€ 1,8	10,5%
13	20	Sportcast Srl	€ 5,1	€ 0,8	15,7%
14	13	Digicast Spa	€ 14,6	€ 0,6	4,1%
15	12	Giglio Group Spa	€ 9,1	€ 0,3	3,3%
16	10	LT Television Srl	€ 16,8	€ 0,6	3,6%
17	6	Prima TV Spa	€ 38,1	€ 1,0	2,6%
18	0	Viacom International Media	€ 12,2	€ -	0,0%
19	ND	Repubblica TV [G. Editoriale l'Espresso Spa]	€ 28,4	ND	ND
20	ND	Altri	€ 30,0	ND	ND
	26473	Totale	€ 9.494,6	€ 1.998,4	21,0%
	14812	Totale senza Rai	€ 9.013,7	€ 1.844,8	20,5%

³ Note

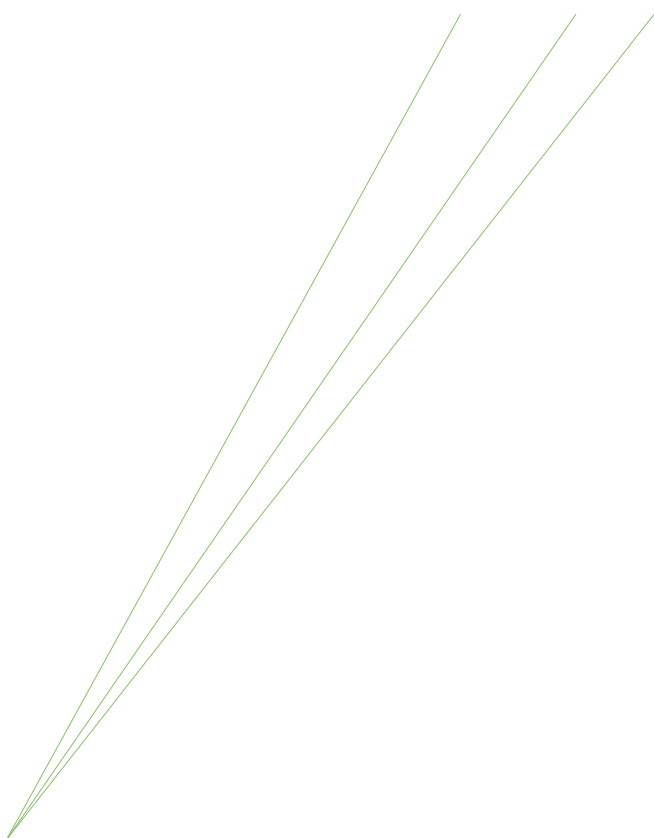
(2) Per Mediaset il numero e il relativo costo sono riportati al netto delle attività svolte all'estero dal gruppo.

(3) Per uniformità statistica con la serie storica il numero dei dipendenti delle Tv Locali è stato ottenuto dividendo il costo del personale per il costo medio teorico (aggiornato) di € 35 mila annuali per dipendente.

(7) I dati di Rete Blu debbono essere interpretati e valutati in relazione alle particolari caratteristiche dell'emittente dovute alla sua "mission" più di servizio che commerciale in senso stretto.

(18) Viacom International Media nel 2012 operava come Holding e non era ancora dotata di una struttura con dipendenti.

Le Tv Locali



3.1 Evoluzione del settore Tv locale dal 1994 ad oggi

Questa ricognizione ha origine dallo Studio Economico del settore televisivo privato elaborato da FRT, ora confluita in CRTV.

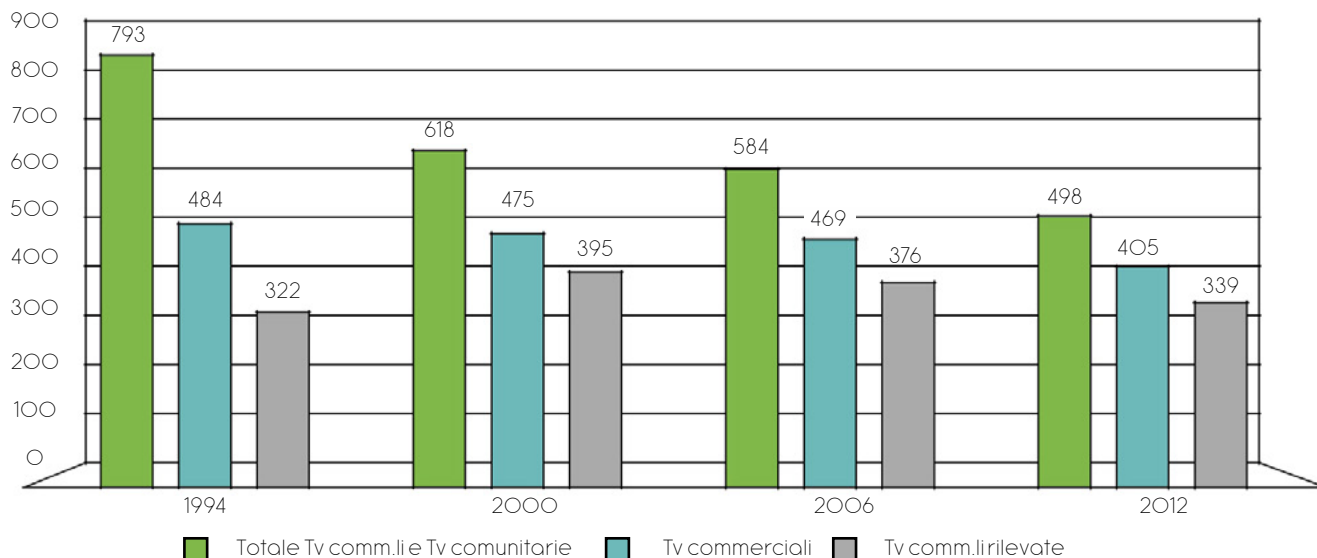
I primi dati elaborati da FRT sul settore radiotelevisivo locale risalgono al 1994 quando FRT pubblica e presenta alla stampa uno studio a campione sui bilanci di 100 emittenti televisive locali. Nel corso degli anni la ricerca verrà perfezionata fino a ricomprendere tutte le emittenti commerciali: nel 1996, quando la Federazione segue con particolare attenzione le vicende della legge di riassetto del settore, viene presentato alla stampa lo studio economico dell'intero settore televisivo locale italiano pubblicato a cura della FRT e di SLC CGIL, FISTel CISL e UILCOM-UIL nell'ambito dell'Osservatorio Nazionale previsto dal CCNL.

Primo studio della situazione economico-patrimoniale del settore da subito rappresenta uno strumento di grande utilità per gli operatori e si attesta come strumento di riferimento per il settore locale. Non a caso l'anno successivo viene ripresentato e diffuso a diverse migliaia di soggetti in allegato alla rivista di settore "Prima Comunicazione". Il 1999 vede affiancarsi per la prima volta all'indagine annuale sulla Tv un analogo studio sul settore della radiofonia che esce con cadenza annuale dal 2006. La fotografia del settore - a partire dal 1994 ad oggi, cadenzata ogni 6 anni - restituisce un quadro significativo di un comparto molto numeroso per totale editori (commerciali e comunitari) che si è ridotto drasticamente negli ultimi 20 anni passando da 793 emittenti totali nel 1994 a 498 attuali (-38%). Si tratta di un numero ancora alto, soprattutto considerando che la digitalizzazione del segnale permette attualmente alle Tv locali di trasmettere più programmi - che oggi ammontano a 3126 per le sole Tv commerciali, oltre 3400 per il totale emittenti (comunitarie incluse). Tuttavia il numero dei programmi include le duplicazioni e i canali +1, particolarmente presenti nel 2012, anno di riferimento della ricognizione, in quanto anno di conclusione del passaggio al digitale terrestre. Si tratta inoltre di emittenti a vari livelli di copertura (da sub-provinciali a sovraregionali); il numero di emittenti commerciali, e, fra queste delle società di capitale con bilanci depositati e quindi monitorabili, resta invece più stabile.

Grafico 4. Storico emittenti Tv locali (1994-oggi)

Fonte: Studio economico del Settore televisivo privato FRT/CRTV 1994-2014

N. emittenti

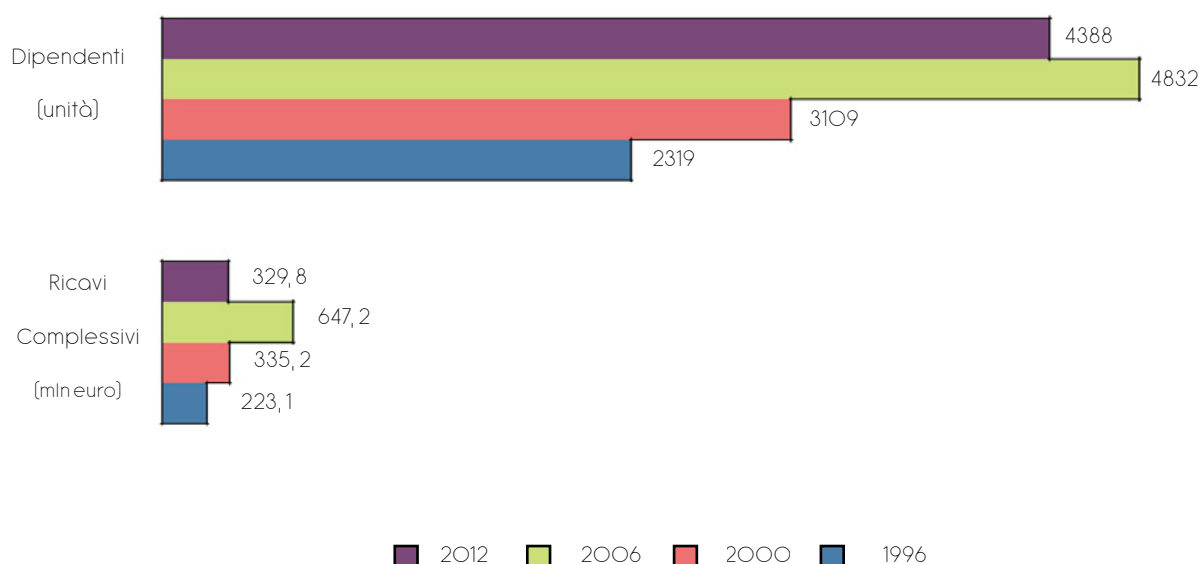


Il secondo dato che emerge dalla analisi cronologica è che i ricavi complessivi mostrano un andamento analogo nel tempo, ossia in crescita fino all'ultimo periodo pre-analogico per poi calare drasticamente. Viceversa il numero di occupati, ad oggi, appare meno elastico alle contrazioni dei ricavi complessivi del settore.

Dietro ai dati si legge un ritorno ai livelli del 2000 in quanto a ricavi complessivi del sistema e peso sul totale sistema (5% dei ricavi complessivi del settore TV); rispetto al 2000 si registra un minor numero di imprese presenti (405 commerciali rispetto alle 475 del 2000), ma con organici più importanti e numero di marchi molto più numerosi.

Grafico 5. Dipendenti e ricavi complessivi Tv locali (1994-oggi)

Fonte: Studio economico del Settore televisivo privato FRT/CRTV 1994-2014



La tendenza alla razionalizzazione del settore è naturale conseguenza dell'evoluzione del mercato, passato dall'analogico al digitale multicanale: è quanto succede anche in Spagna, unico altro Paese europeo con un'emittenza televisiva locale molto numerosa. D'altro canto nel Regno Unito, con la digitalizzazione del segnale via etere si è promossa dall'alto una espansione delle licenze locali e metropolitane.

Elementi che devono far riflettere sul valore dei patrimoni locali da difendere e sulle potenzialità della tecnologia da incentivare.

3.2 Universo di riferimento

Come di consueto, l'individuazione dei soggetti operanti nel comparto dell'emittenza televisiva locale è avvenuta tramite la consultazione degli elenchi (fonte: Ministero Sviluppo Economico) relativi all'assegnazione della numerazione automatica dei canali (LCN – Logical Channel Numbering) completata nel corso del 2012.

La lettura di tali elenchi ha permesso di individuare:

- 405 società di capitali,
- 93 società a carattere comunitario,

che trasmettono a livello locale, provinciale, regionale e pluriregionale per conto proprio o di terzi rispettivamente 3.126 e 275 marchi di canali (non necessariamente diversi fra loro, inclusi i canali +1). È questo un effetto della digitalizzazione del segnale trasmissivo (multiplexing e compressione) che ha permesso di trasmettere un maggior numero di programmi.

L'analisi dei dati riguarda solo le società commerciali gestite da società di capitali, le uniche tenute per legge a rendere pubblico il proprio bilancio: 339 per il 2012, pari all'84% delle società di capitali e al 68% di tutto il settore televisivo locale (emittenti comunitarie incluse).

La disamina ricomprende gli stessi indicatori utilizzati per la rappresentazione dei dati delle televisioni nazionali.

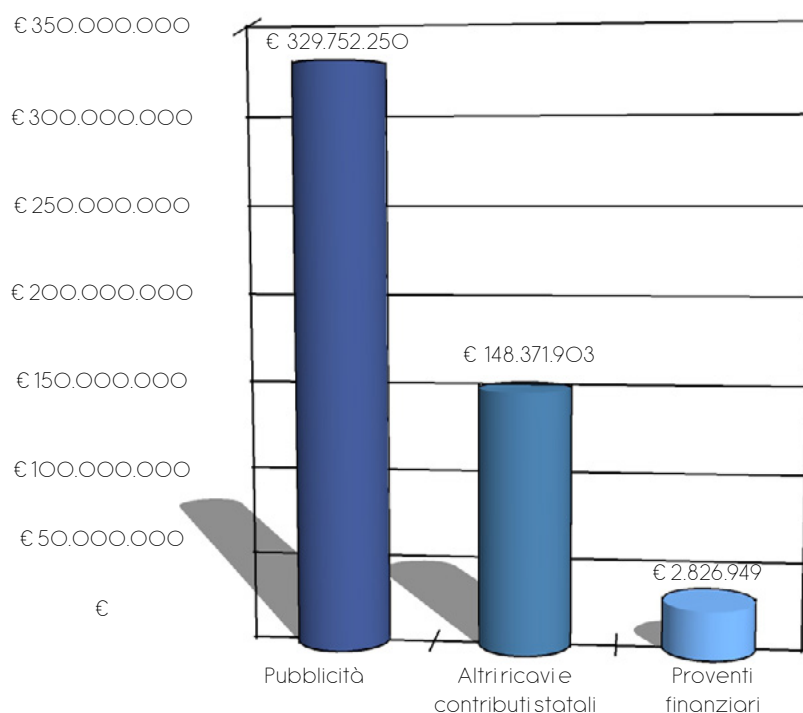


3.3 Ricavi totali

I ricavi totali (pubblicitari e altri ricavi) delle 339 società prese in esame nell'anno 2012 ammontano a € 480.951.103 di cui 329.752.250 euro provenienti dalla pubblicità, 148.371.903 euro costituiti da altri introiti, inclusi i contributi statali e 2.826.949 da proventi finanziari.

Grafico 6. Ricavi totali 2012

fonte: elaborazione CRTV su bilanci depositati



La suddivisione per classi di ricavi evidenzia come 53 società, rappresentanti il 15,6% del totale complessivo, producano 279 milioni di euro, pari al 58,1% dei ricavi totali. Si tratta di società con ricavi medi superiori a 5,2 milioni di euro. 97 società con ricavi superiori a 1,5 milioni di euro pur rappresentando il 29% delle TV Locali, fatturano oltre il 75% dei ricavi totali. I ricavi medi relativi a tali società ammontano a 1,25 milioni di euro.

I ricavi medi di tutte le emittenti televisive locali si attestano a 1,418 milioni di euro (1,465 mln nel 2011).

Tabella 6. Ricavi totali suddivisi per classi

fonte: elaborazione CRTV su bilanci 2012 depositati

Classi di ricavi totali	Società	Ricavi	Ricavi medi
da 0 a 250.000	85	€ 10.372.784	€ 122.033
da 250.001 a 500.000	64	€ 24.320.488	€ 380.008
da 500.001 a 1.000.000	58	€ 40.556.550	€ 699.251
da 1.000.001 a 1.500.000	35	€ 42.132.750	€ 1.203.793
da 1.500.001 a 2.600.000	44	€ 84.216.882	€ 1.914.020
da 2.600.001 a 5.000.000	37	€ 131.897.856	€ 3.564.807
oltre 5.000.001	16	€ 147.453.790	€ 9.215.862
Totale	339	€ 480.951.100	€ 1.418.735

Veneto e Lombardia si confermano le regioni leader con volumi di ricavi di gran lunga superiori al resto delle altre regioni.

Le prime tre regioni, Veneto, Lombardia e Puglia rappresentano da sole quasi la metà del totale nazionale, con il 46% dei ricavi complessivi.

Veneto, Lombardia, Piemonte ed Emilia Romagna sono le regioni dove operano le imprese con ricavi medi superiori a 2 milioni di euro. In Veneto operano le società con ricavi più consistenti (4,2 milioni di euro per azienda) a dimostrazione di un livello di concentrazione del mercato più elevato rispetto alla media nazionale.

Nove regioni (Sicilia, Campania, Toscana, Sardegna, Calabria, Marche, Umbria, Abruzzo e Molise) presentano un mercato frazionato con imprese che realizzano ricavi medi inferiori al milione di euro.

Tabella 7. Distribuzione geografica dei ricavi totali

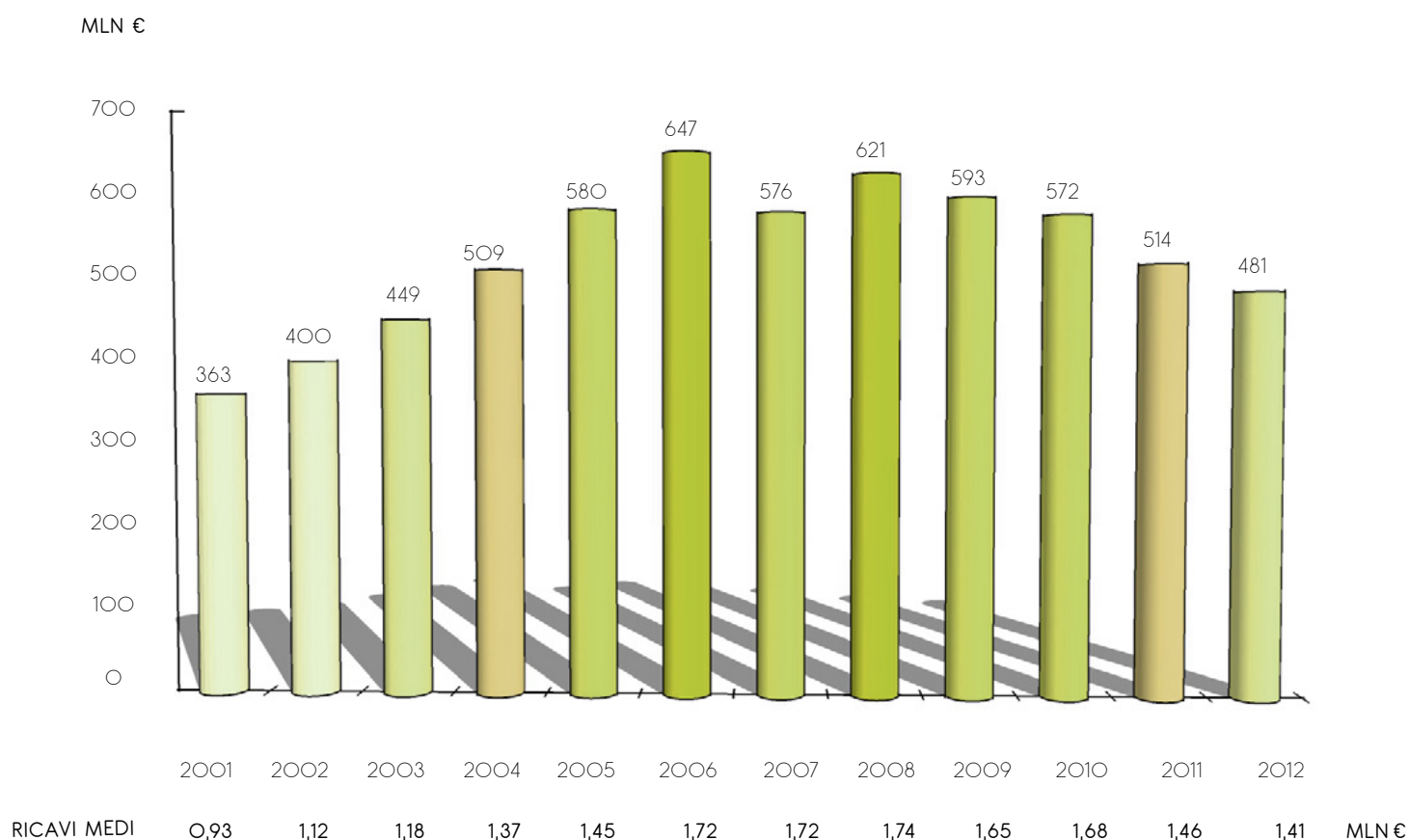
fonte: elaborazione CRTV su bilanci 2012 depositati

Nr. TV	Regione		Ricavi totali	% sul totale dei ricavi		Ricavi medi
21	Veneto	€	90.200.276	18,8%	€	4.295.251
35	Lombardia	€	88.409.885	18,4%	€	2.525.997
27	Puglia	€	42.411.421	8,8%	€	1.570.793
19	Piemonte	€	38.323.379	8,0%	€	2.017.020
18	Emilia Romagna	€	38.000.946	7,9%	€	2.111.164
28	Lazio	€	33.960.480	7,1%	€	1.212.874
54	Sicilia	€	33.786.018	7,0%	€	625.667
32	Campania	€	27.086.947	5,6%	€	846.467
28	Toscana	€	25.565.832	5,3%	€	913.065
8	Liguria	€	11.551.972	2,4%	€	1.443.997
10	Sardegna	€	9.291.026	1,9%	€	929.103
20	Calabria	€	8.402.430	1,7%	€	420.122
4	Trentino A. Adige	€	6.884.328	1,4%	€	1.721.082
8	Marche	€	5.513.624	1,1%	€	689.203
7	Umbria	€	5.188.847	1,1%	€	741.264
5	Friuli Venezia Giulia	€	5.042.896	1,0%	€	1.008.579
9	Abruzzo	€	4.950.313	1,0%	€	550.035
4	Molise	€	3.369.813	0,7%	€	842.453
1	Valle d'Aosta	€	1.727.847	0,4%	€	1.727.847
1	Basilicata	€	1.282.823	0,3%	€	1.282.823
339	Totale	€	480.951.103	100,0%	€	1.418.735

Il grafico che segue evidenzia l'andamento dei ricavi totali dal 2001 al 2012. Dopo una costante fase di crescita del mercato, che aveva trovato un consolidamento negli anni immediatamente precedenti alla digitalizzazione, negli ultimi cinque anni le TV Locali hanno perso 95 milioni di euro di ricavi ritornando sotto quota 500 milioni e riportando il comparto indietro di ben 8 anni. Pur essendo dati riferibili a un numero di emittenti variabili, sono significativi dell'andamento generale del settore. Rispetto all'esercizio precedente il 2012 registra un calo – in termini assoluti - del 6,4% pari a 33 milioni di euro. Il dato ponderato si assesta sul -3,2%.

Grafico 7. Andamento dei ricavi totali dal 2001 al 2012 in MLN di euro

fonte: elaborazione CRTV su bilanci depositati



3.4 I ricavi pubblicitari

I ricavi pubblicitari delle 339 società analizzate ammontano a € 329.752.250. La suddivisione degli stessi in classi dimensionali consente di individuare la reale “consistenza aziendale” delle imprese operanti nel comparto.

Le 28 società con ricavi pubblicitari superiori a 2.600.001 di euro pur rappresentando l'8% per numero realizzano il 45% dei ricavi totali. Si tratta di aziende strutturate sia in termini di mezzi investiti, sia in termini di *governance* e organizzazione aziendale, come dimostra il dato sui ricavi medi (oltre 5 milioni di euro).

I ricavi pubblicitari medi del comparto sono pari a 972 mila euro. Al di sotto di tale soglia operano 246 società su 339, pari al 73% dell'emittenza televisiva locale.

Tabella 8. Ricavi pubblicitari suddivisi per classi
fonte: elaborazione CRTV su bilanci 2012 depositati

Classi di ricavi pubblicitari	Società	Ricavi	Ricavi medi
da 0 a 250.000	123	€ 13.862.956	€ 112.707
da 250.001 a 500.000	59	€ 21.083.521	€ 357.348
da 500.001 a 1.000.000	64	€ 46.275.613	€ 723.056
da 1.000.001 a 1.500.000	35	€ 41.711.289	€ 1.191.751
da 1.500.001 a 2.600.000	30	€ 58.223.821	€ 1.940.794
da 2.600.001 a 5.000.000	19	€ 70.488.109	€ 3.709.900
oltre 5.000.001	9	€ 78.106.941	€ 8.678.549
Totale	€ 339	€ 329.752.250	€ 972.721

La distribuzione dei ricavi pubblicitari conferma il Veneto come regione leader con ricavi pubblicitari medi per impresa pari a tre volte la media totale nazionale, la Lombardia con circa due e poi a scendere Emilia Romagna, Piemonte, Liguria, Puglia. Per tali regioni il dato può tuttavia essere influenzato dalla presenza di operatori di grandi dimensione a livello regionale. Si sottolinea viceversa il dato di Trentino Alto Adige e Molise dove i ricavi risultano maggiormente distribuiti fra più operatori.

Tabella 9. Distribuzione geografica dei ricavi pubblicitari suddivisi per classi in MLN di euro
fonte: elaborazione CRTV su bilanci depositati

Regione	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	4	2	3	0	0	0	9
Basilicata	0	0	0	1	0	0	1
Calabria	14	2	3	1	0	0	20
Campania	12	7	8	3	2	0	32
E. Romagna	3	1	4	2	5	3	18
Friuli V. Giulia	1	1	1	2	0	0	5
Lazio	7	5	7	3	5	1	28
Liguria	4	1	1	0	0	2	8
Lombardia	6	9	7	3	5	5	35
Marche	3	2	1	2	0	0	8
Molise	1	1	1	1	0	0	4
Piemonte	7	0	2	4	3	3	19
Puglia	12	4	7	1	1	2	27
Sardegna	5	1	2	0	1	1	10
Sicilia	32	11	6	1	3	1	54
Toscana	6	7	8	5	2	0	28
Trentino A.A.	0	1	0	2	1	0	4
Umbria	2	2	1	2	0	0	7
Valle d'Aosta	1	0	0	0	0	0	1
Veneto	3	2	2	2	2	10	21
Totale	123	59	64	35	30	28	339

Tabella 10 Distribuzione geografica dei ricavi pubblicitari

fonte: elaborazione CRTV su bilanci depositati

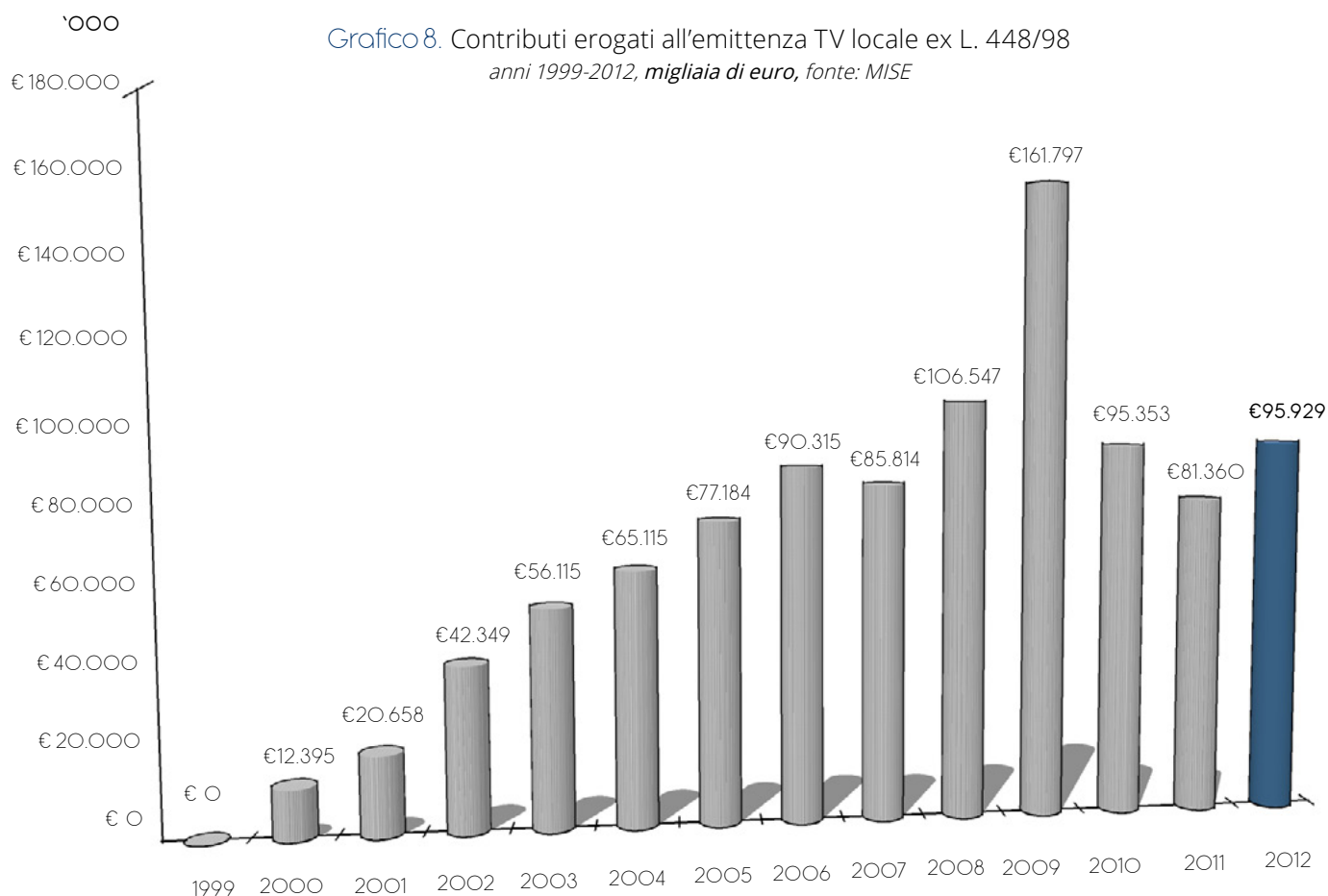
Nr. TV	Regione	Ricavi pubblicitari	% sul totale	Ricavi pubblicitari medi
21	Veneto	€ 62.525.401	13,0%	€ 2.977.400
35	Lombardia	€ 59.840.732	12,4%	€ 1.709.735
27	Puglia	€ 27.644.478	5,7%	€ 1.023.820
18	Emilia Romagna	€ 25.528.370	5,3%	€ 1.418.243
28	Lazio	€ 24.947.789	5,2%	€ 890.992
19	Piemonte	€ 24.110.231	5,0%	€ 1.268.960
54	Sicilia	€ 23.043.522	4,8%	€ 426.732
28	Toscana	€ 19.158.090	4,0%	€ 684.218
32	Campania	€ 15.710.767	3,3%	€ 490.961
8	Liguria	€ 9.843.781	2,0%	€ 1.230.473
10	Sardegna	€ 7.499.994	1,6%	€ 749.999
20	Calabria	€ 5.611.325	1,2%	€ 280.566
4	Trentino Alto Adige	€ 5.135.624	1,1%	€ 1.283.906
7	Umbria	€ 3.959.243	0,8%	€ 565.606
8	Marche	€ 3.792.220	0,8%	€ 474.028
9	Abruzzo	€ 3.673.451	0,8%	€ 408.161
5	Friuli Venezia Giulia	€ 3.496.380	0,7%	€ 699.276
4	Molise	€ 2.815.796	0,6%	€ 703.949
1	Basilicata	€ 1.257.961	0,3%	€ 1.257.961
1	Valle d'Aosta	€ 157.096	0,0%	€ 157.096
339	Totale	€ 329.752.251	100,0%	€ 972.721

3.5 I contributi statali

Le emittenti televisive locali che producono e diffondono informazione sul territorio possono beneficiare di un contributo annuale a fondo perduto erogato dallo Stato.

La concessione del contributo è stata introdotta dalla Legge 448/98 (Legge finanziaria 2009) ed è disciplinata da uno specifico "bando di concorso" emanato annualmente dal Ministero dello sviluppo economico in attuazione di un regolamento di cui al D.M. N.292/04. Il regolamento prevede che i contributi vengano assegnati previa presentazione di apposita domanda inviata ai Co.re.com. (Comitati regionali per le comunicazioni) da parte dei soggetti richiedenti. Lo stanziamento annuale viene assegnato a ciascuna regione (o provincia autonoma) ed è attribuito alle emittenti aventi titolo per 1/5 in parti uguali e per 4/5 sulla base di apposite graduatorie predisposte dagli stessi Co.re.com. Tali graduatorie tengono conto, ai fini del punteggio attribuito, del numero dei dipendenti in forza alle aziende nell'anno precedente e della media dei fatturati risultanti da bilancio conseguiti negli ultimi tre anni.

Nei bilanci civilistici redatti secondo la normativa vigente non è agevole risalire all'importo dei contributi incassati delle singole società. La nota integrativa non sempre infatti presenta livelli di dettaglio tali da poter individuare il valore o la natura del contributo contabilizzato. Inoltre la tempistica della procedura di concessione ed erogazione delle misure di sostegno di cui alla L.448/98 molto spesso causa uno sfasamento temporale tra l'anno di competenza, l'anno di effettiva erogazione dei contributi e l'iscrizione in bilancio. Ne consegue che l'importo della voce "Altri ricavi" non coincide quasi mai con l'importo dei contributi riportati nella grafico di cui sotto. Ciò premesso la tabella dei contributi erogati dall'anno di prima applicazione ad oggi è indicativa del sostegno complessivo al sistema locale e del suo andamento.



Nel 2012 la voce “Altri ricavi” riferita all'emittenza locale nel quadro di apertura dello studio (tab.1) ammonta a 151 milioni di euro: di questi la parte più consistente può senz'altro essere riferita ai contributi statali.

Va infatti evidenziato che nel 2012 oltre ai contributi ex L.488/98 lo Stato ha erogato altre misure di sostegno connesse alla conversione degli impianti dall'analogico al digitale e al rilascio volontario delle frequenze della banda 800 MHz.

Nella tabella n.11 sono riportati gli importi dei contributi erogati ai sensi della L.448/98 divisi per regione.

Tabella 11. Piano di riparto regionale contributi L. 448/98 per l'anno 2011

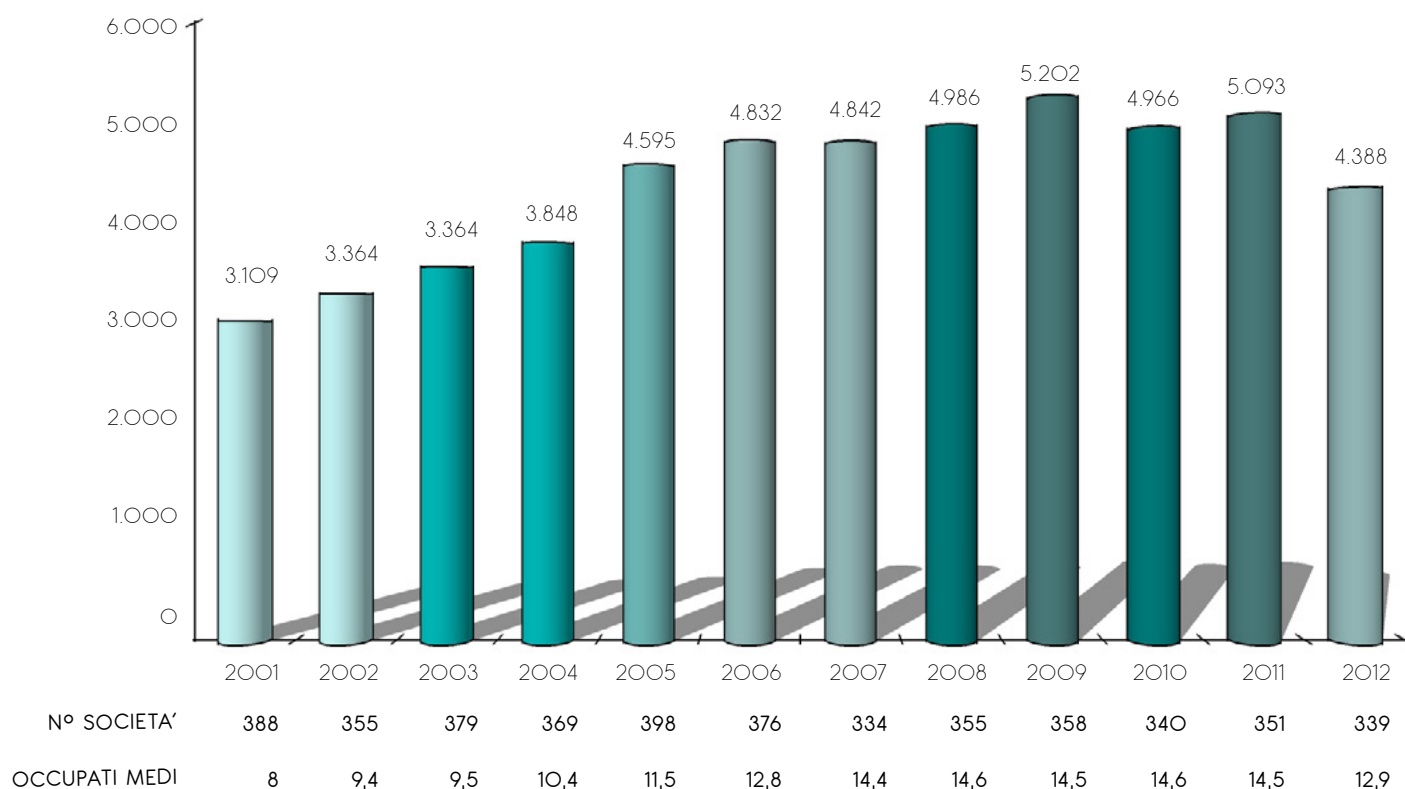
Decreto MISE 29/11/2012

Abruzzo	€ 1.411.014,33
Basilicata	€ 195.034,58
Bolzano	€ 297.520,47
Calabria	€ 2.121.409,90
Campania	€ 8.817.230,81
Emilia Romagna	€ 5.878.649,16
Friuli Venezia Giulia	€ 2.031.851,93
Lazio	€ 5.513.044,36
Liguria	€ 2.031.851,53
Lombardia	€ 12.338.984,17
Marche	€ 1.087.242,56
Molise	€ 942.762,16
Piemonte	€ 7.117.566,37
Puglia	€ 13.010.518,30
Sardegna	€ 2.752.155,10
Sicilia	€ 10.470.278,29
Toscana	€ 5.176.852,10
Trento	€ 715.381,44
Umbria	€ 1.111.691,96
Valle d'Aosta	€ 11.319,47
Veneto	€ 12.252.324,76
Totale	€ 95.929.331,00

3.6 Il lavoro dipendente

Nel 2012 le 339 società esaminate hanno speso per il personale dipendente € 153.622.987. Considerato il costo totale e valutato il costo medio teorico di € 35.000 per dipendente nel comparto risulterebbero quindi occupati 4.388 addetti diretti, con un costo medio per ciascuna società di € 453.165 pari a 12,9 dipendenti per ogni società. Anche sul fronte occupazionale le Tv Locali registrano una battuta di arresto. Dopo la crescita costante dell'ultimo decennio (con l'eccezione del 2010) rispetto all'anno precedente il comparto registra un calo dell'occupazione del 13,8% pari a 705 unità lavorative in meno.

Grafico 9. Occupati del settore TV locale
Stima CRTV su bilanci depositati



Il costo del personale ha una incidenza media sui ricavi totali del 31,9% e pesa in misura percentuale maggiore nelle società con ricavi inferiori ai 500 mila euro dove ha un'incidenza di oltre il 50%, un altro segnale dei problemi di sostenibilità delle imprese più piccole presenti sul territorio.

Le 53 società con ricavi superiori i 1,5 milioni di euro, grazie alla razionalizzazione dei costi derivanti dai maggiori volumi di fatturato sviluppato, presentano un rapporto tra costo del personale e ricavi decisamente più sostenibile. L'incidenza per queste imprese va dal 25,3% al 35,6%.

Tabella 12. Costo del personale per classi di ricavi totali

fonte: elaborazione CRTV su bilanci 2012 depositati

Classi di ricavi totali	Società	Ricavi	Costo del personale	Incidenza %
da 0 a 250.000	85	€ 10.372.784	€ 5.428.259	52,3%
da 250.001 a 500.000	64	€ 24.320.488	€ 12.523.670	51,5%
da 500.001 a 1.000.000	58	€ 40.556.550	€ 17.529.192	43,2%
da 1.000.001 a 1.500.000	35	€ 42.132.750	€ 17.319.268	41,1%
da 1.500.001 a 2.600.000	44	€ 84.216.882	€ 30.013.404	35,6%
oltre 2.600.001	53	€ 279.351.646	€ 70.809.194	25,3%
Totale	339	€ 480.951.100	€ 153.622.987	31,9%

⁴ Rispetto alle precedenti ricognizioni si è aumentato prudenzialmente il costo medio da 33 mila euro annui a 35 mila tenendo conto degli adeguamenti automatici

Se si considerano i soli proventi da pubblicità (al netto quindi dei contributi e delle altre attività) come ricavi caratteristici dell'attività televisiva locale, l'incidenza del costo del lavoro passerebbe dal 31,9% al 46,6%.

Tabella 13. Incidenza del costo del personale per regione

fonte: elaborazione CRTV su bilanci 2012 depositati

Nr. TV	Regione	Totale Ricavi	Ricavi pubblicitari	Costo del personale	Incidenza % su tot. ricavi	Incidenza % su ric. Pubblicitari
21	Veneto	€ 90.200.276	€ 62.525.401	€ 18.328.102	20,3%	29,3%
35	Lombardia	€ 88.409.885	€ 59.840.732	€ 24.660.289	27,9%	41,2%
27	Puglia	€ 42.411.421	€ 27.644.478	€ 15.069.903	35,5%	54,5%
19	Piemonte	€ 38.323.379	€ 24.110.231	€ 8.043.271	21,0%	33,4%
18	Emilia Romagna	€ 38.000.946	€ 25.528.370	€ 11.535.179	30,4%	45,2%
28	Lazio	€ 33.960.480	€ 24.947.789	€ 14.379.554	42,3%	57,6%
54	Sicilia	€ 33.786.018	€ 23.043.522	€ 16.768.468	49,6%	72,8%
32	Campania	€ 27.086.947	€ 15.710.767	€ 10.271.935	37,9%	65,4%
28	Toscana	€ 25.565.832	€ 19.158.090	€ 10.265.770	40,2%	53,6%
8	Liguria	€ 11.551.972	€ 9.843.781	€ 2.710.042	23,5%	27,5%
10	Sardegna	€ 9.291.026	€ 7.499.994	€ 5.480.216	59,0%	73,1%
20	Calabria	€ 8.402.430	€ 5.611.325	€ 4.131.921	49,2%	73,6%
4	Trentino Alto Adige	€ 6.884.328	€ 5.135.624	€ 2.531.947	36,8%	49,3%
8	Marche	€ 5.513.624	€ 3.792.220	€ 2.151.167	39,0%	56,7%
7	Umbria	€ 5.188.847	€ 3.959.243	€ 2.085.689	40,2%	52,7%
5	Friuli Venezia Giulia	€ 5.042.896	€ 3.496.380	€ 1.520.630	30,2%	43,5%
9	Abruzzo	€ 4.950.313	€ 3.673.451	€ 1.876.586	37,9%	51,1%
4	Molise	€ 3.369.813	€ 2.815.796	€ 1.329.561	39,5%	47,2%
1	Valle d'Aosta	€ 1.727.847	€ 157.096	€ 69.523	4,0%	44,3%
1	Basilicata	€ 1.282.823	€ 1.257.961	€ 413.234	32,2%	32,8%
339	Totale	€ 480.951.103	€ 329.752.251	€ 153.622.987	31,9%	46,6%
Media		€ 1.418.735	€ 972.721	€ 453.165	31,9%	46,6%

Da questi indicatori appare evidente come senza il sostegno dei contributi dello Stato le Tv Locali non possano mantenere gli attuali livelli occupazionali e, di conseguenza, non possano offrire i servizi di informazione sul territorio approntati dalle redazioni giornalistiche locali in virtù dei quali tali contributi vengono erogati.

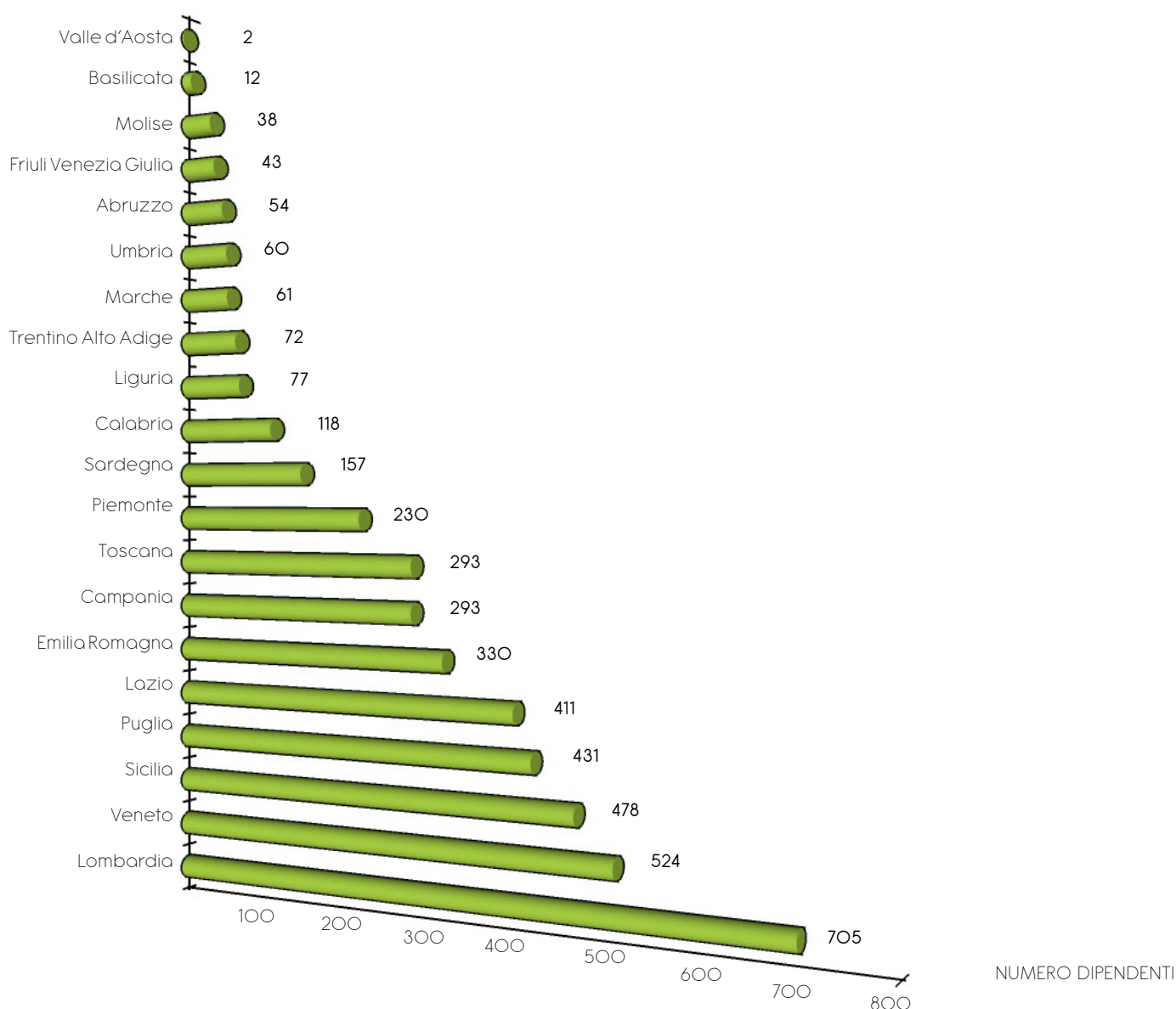
Tabella 14. Dipendenti TV locali per regione. Incidenza % sul totale

fonte: elaborazione CRTV su bilanci 2012 depositati

Nr. TV	Regione	Costo del personale	Dipendenti	% sul totale
35	Lombardia	€ 24.660.289	705	16,1%
21	Veneto	€ 18.328.102	524	11,9%
54	Sicilia	€ 16.768.468	478	10,9%
27	Puglia	€ 15.069.903	431	9,8%
28	Lazio	€ 14.379.554	411	9,4%
18	Emilia Romagna	€ 11.535.179	330	7,5%
32	Campania	€ 10.271.935	293	6,7%
28	Toscana	€ 10.265.770	293	6,7%
19	Piemonte	€ 8.043.271	230	5,2%
10	Sardegna	€ 5.480.216	157	3,6%
20	Calabria	€ 4.131.921	118	2,7%
8	Liguria	€ 2.710.042	77	1,8%
4	Trentino Alto Adige	€ 2.531.947	72	1,6%
8	Marche	€ 2.151.167	61	1,4%
7	Umbria	€ 2.085.689	60	1,4%
9	Abruzzo	€ 1.876.586	54	1,2%
5	Friuli Venezia Giulia	€ 1.520.630	43	1,0%
4	Molise	€ 1.329.561	38	0,9%
1	Basilicata	€ 413.234	12	0,3%
1	Valle d'Aosta	€ 69.523	2	0,0%
339	Totale	€ 153.622.987	4.388	100,0%

Grafico 10. Distribuzione dei dipendenti per regione

fonte: elaborazione CRTV su bilanci 2012 depositati



La Lombardia, con 705 addetti stimati (821 nel 2011) si conferma la regione con il più alto numero di occupati, seguita dal Veneto (524, erano 583 nel 2011). Sono queste le regioni dove operano le imprese più strutturate per volume di ricavi e capitale investito.

Viceversa la Sicilia, pur in presenza di ricavi inferiori, conta ben 478 addetti (560 nel 2011), terza regione italiana per numero di occupati nell'emittenza locale. Ciò è verosimilmente dovuto all'elevato numero di emittenti operanti. Pur considerando le specificità regionali, il dato che emerge è che il numero degli occupati diminuisce ovunque.

3.7 La redditività e il risultato d'esercizio

Il metodo utilizzato per il calcolo della redditività del comparto è lo stesso di quello esposto nella prima parte relativo al mercato televisivo nazionale ed espresso dal rapporto tra Risultato operativo e ricavi totali.

Relativamente alle TV Locali nell'analisi dei bilanci del 2012 si deve tener conto di alcuni fatti straordinari, come:

- la cassa integrazione guadagni in deroga, alla quale hanno fatto ricorso molte aziende con l'obiettivo di contenere i costi del personale al fine di salvaguardare il livello occupazionale;
- "l'indennità di esproprio" per il rilascio volontario delle frequenze della banda 800 MHz e erogato proprio tra il 2012 e il 2013.

Tabella 15. Indici di redditività per regione
fonte: elaborazione CRTV su bilanci 2012 depositati

Nr. TV	Regione	Ricavi Totali	Risultato operativo	Utile (perdite)	R.O./Ricavi	Utile/Ricavi
1	Valle d'Aosta	€ 1.727.847	€ 720.804	€ 355.842	41,7%	20,6%
8	Liguria	€ 11.551.972	€ 422.501	-€ 42.328	3,7%	-0,4%
4	Trentino A. Adige	€ 6.884.328	-€ 436.595	-€ 539.511	-6,3%	-7,8%
35	Lombardia	€ 88.409.885	-€ 6.146.623	€ 2.994.670	-7,0%	3,4%
21	Veneto	€ 90.200.276	-€ 7.318.780	-€ 3.819.846	-8,1%	-4,2%
32	Campania	€ 27.086.947	-€ 2.312.683	-€ 5.976.599	-8,5%	-22,1%
5	Friuli V. Giulia	€ 5.042.896	-€ 519.485	-€ 282.945	-10,3%	-5,6%
8	Marche	€ 5.513.624	-€ 645.731	-€ 743.349	-11,7%	-13,5%
28	Toscana	€ 25.565.832	-€ 3.612.301	-€ 4.213.720	-14,1%	-16,5%
19	Piemonte	€ 38.323.379	-€ 5.786.514	-€ 138.432	-15,1%	-0,4%
7	Umbria	€ 5.188.847	-€ 799.596	-€ 632.096	-15,4%	-12,2%
1	Basilicata	€ 1.282.823	-€ 223.188	-€ 85.620	-17,4%	-6,7%
4	Molise	€ 3.369.813	-€ 622.378	€ 123.015	-18,5%	3,7%
18	Emilia Romagna	€ 38.000.946	-€ 7.188.099	-€ 4.099.175	-18,9%	-10,8%
27	Puglia	€ 42.411.421	-€ 8.155.819	-€ 9.255.843	-19,2%	-21,8%
20	Calabria	€ 8.402.430	-€ 1.677.394	-€ 14.086	-20,0%	-0,2%
54	Sicilia	€ 33.786.018	-€ 8.115.409	-€ 7.693.876	-24,0%	-22,8%
9	Abruzzo	€ 4.950.313	-€ 1.205.593	-€ 902.906	-24,4%	-18,2%
28	Lazio	€ 33.960.480	-€ 10.599.967	-€ 8.840.796	-31,2%	-26,0%
10	Sardegna	€ 9.291.026	-€ 4.654.994	-€ 2.051.880	-50,1%	-22,1%
339	Totale	€480.951.103	-€68.877.844	-€45.859.481	-14,3%	-9,5%
	Media	€ 1.418.735	-€ 203.179	-€ 135.279	-14,3%	-9,5%

Si tratta di voci che, rispettivamente, contenendo i costi di produzione e integrando i ricavi, hanno permesso al comparto di limitare le perdite come dimostrato dalla tabella n. 15. Risulta infatti come in molti casi a risultati operativi negativi non corrispondano, come logica conseguenza, risultati netti parimenti negativi. Ciò è dovuto a proventi straordinari non direttamente conducibili all'attività caratteristica, quali appunto le sopra citate indennità.

A livello complessivo il totale settore evidenzia infatti come da un R.O. di -68 milioni di euro si passi a una perdita di - 45 milioni. Le tabelle n. 16 e 17 mettono in evidenza il saldo tra utili e perdite a decorrere dall'anno 2001 e la distribuzione geografica del risultato d'esercizio dell'anno 2012. Fino all'anno 2007 i dati erano positivi con un saldo di + 108,6 milioni di euro. Nell'ultimo quinquennio, a partire dal 2008, le perdite sono state considerevoli, -201,3 milioni di euro di cui 45,8 nel 2012. Nell'arco di 12 anni il comparto delle TV Locali ha registrato una perdita di 92,6 milioni di euro.

Le perdite dell'ultimo quinquennio denunciano come nella crisi generale del settore pubblicitario che ha colpito l'intero sistema televisivo, l'emittenza locale abbia sofferto in maniera particolare l'impatto della digitalizzazione che ha portato alla perdita di visibilità del comparto (per effetto della multicanalità e, non ultima, per l'incertezza nella regolamentazione della numerazione automatica dei canali).

Tabella 16. Saldo utile-perdite nel periodo 2001-2012

Fonte Osservatorio FRT/CRTV

Società rilevate	Esercizio	Ricavi totali	Utili	Perdite	Saldo Utile/perdite
380	Anno 2001	362.537.512	19.748.984	19.851.239	-102.255
355	Anno 2002	399.930.006	25.901.195	21.310.065	4.591.130
379	Anno 2003	448.854.018	30.109.175	23.385.762	6.723.413
369	Anno 2004	509.004.732	39.063.952	18.136.487	20.927.465
398	Anno 2005	579.860.034	59.180.000	24.479.977	34.700.023
376	Anno 2006	647.211.868	60.554.660	18.903.613	41.651.047
334	Anno 2007	575.732.050	25.192.767	25.026.326	166.441
355	Anno 2008	621.379.424	22.279.483	41.819.530	-19.540.047
358	Anno 2009	593.236.660	22.927.771	66.284.250	-43.356.479
340	Anno 2010	572.127.172	22.440.575	43.794.051	-21.353.476
351	Anno 2011	514.429.189	4.692.266	75.885.731	-71.193.465
339	Anno 2012	480.951.102	29.702.653	75.565.761	-45.863.108
Saldo utile/perdita nel periodo 2001-2012					-92.649.311

Dalla distribuzione geografica dei risultati d'esercizio 2012 risulta evidente il dato positivo della Lombardia (circa 3 milioni di utili). Tale risultato è riferibile ai proventi straordinari rivenienti all'incasso dell'indennità di esproprio per il rilascio volontario delle frequenze della banda 800 MHz. Risultati analoghi (in questo caso con una riduzione delle perdite d'esercizio, vedi tabella 15) si leggono nei bilanci delle imprese operanti nelle regioni che hanno beneficiato dello stesso indennizzo (es. Veneto, Emilia Romagna, Lazio, Friuli VG, Piemonte).

*Tabella 17. Distribuzione geografica dei risultati d'esercizio 2012
elaborazioni CRTV su dati bilanci 2012 depositati*

Nr. TV	Regione	Utile (perdite)
1	Valle d'Aosta	€ 355.842
4	Molise	€ 123.015
35	Lombardia	€ 2.994.670
20	Calabria	-€ 14.086
19	Piemonte	-€ 138.432
8	Liguria	-€ 42.328
21	Veneto	-€ 3.819.846
18	Emilia Romagna	-€ 4.099.175
8	Marche	-€ 743.349
4	Trentino Alto Adige	-€ 539.511
54	Sicilia	-€ 7.693.876
28	Lazio	-€ 8.840.796
32	Campania	-€ 5.976.599
27	Puglia	-€ 9.255.843
1	Basilicata	-€ 85.620
5	Friuli Venezia Giulia	-€ 282.945
7	Umbria	-€ 632.096
9	Abruzzo	-€ 902.906
10	Sardegna	-€ 2.051.880
28	Toscana	-€ 4.213.720
339	Totale	-€ 45.589.481

3.8 Il patrimonio netto

A fronte della situazione sopra descritta la somma dei patrimoni netti delle 339 società prese in esame è pari a 746.521.030 euro (569.522.769 nel 2011), il valore medio è pari a 2,2 milioni (1,6 milioni nel 2011). In termini assoluti si registra una variazione in aumento di 177 milioni di euro: è questo un dato molto significativo, che evidenzia una importante immissione di capitali da parte degli editori, verosimilmente coincidente con gli investimenti che le imprese hanno dovuto effettuare per la digitalizzazione delle reti. Fra gli investitori più impegnati si segnalano, nuovamente quelli nelle regioni più ricche dell'emittenza locale.

Tabella 18. Patrimonio netto suddiviso per regioni
fonte: elaborazione CRTV su bilanci 2012 depositati

Nr. TV	Regione	Patrimonio netto		Media	
35	Lombardia	€	195.863.760	€	5.596.107
21	Veneto	€	136.763.129	€	6.512.530
18	Emilia Romagna	€	81.709.348	€	4.539.408
28	Lazio	€	66.143.599	€	2.362.271
54	Sicilia	€	61.158.345	€	1.132.562
27	Puglia	€	60.671.602	€	2.247.096
32	Campania	€	42.890.542	€	1.340.329
19	Piemonte	€	41.744.690	€	2.197.089
28	Toscana	€	12.517.932	€	447.069
20	Calabria	€	9.331.704	€	466.585
8	Marche	€	8.827.516	€	1.103.440
10	Sardegna	€	6.485.289	€	648.529
4	Trentino Alto Adige	€	4.714.350	€	1.178.588
9	Abruzzo	€	4.208.795	€	467.644
8	Liguria	€	4.097.107	€	512.138
4	Molise	€	3.826.521	€	956.630
7	Umbria	€	2.955.497	€	422.214
5	Friuli Venezia Giulia	€	1.410.917	€	282.183
1	Valle d'Aosta	€	665.558	€	665.558
1	Basilicata	€	534.829	€	534.829
339	Totale	€	746.521.030	€	2.202.127

Scendendo a livello societario, all'analisi dei dati emerge che 22 società pari al 6% del totale presentano un patrimonio netto pari o inferiore a zero; 59 società con patrimonio netto inferiore a € 154.937 (tale importo corrisponde al requisito minimo che prevedeva la legge per il rilascio delle concessioni, oggi superato), 102 società con PN tra 154 mila e 500 mila; 69 società con PN tra 500 e 1,5 mln. e 87 con PN superiore a 1,5 mln.

Tabella 19. Classi di patrimonio netto

Classi di PN	Società
PN inferiore a 0	22
da 0 a 154.937	59
da 154.938 a 250.000	52
da 250.001 a 500.000	50
da 500.001 a 1.000.000	44
da 1.000.001 a 1.500.000	25
Oltre 1.500.001	87
Totale	339

Con questo numero la newsletter di Confindustria Radio Televisioni

“Radio Tv News” sospende le pubblicazioni per l'estate.

Le pubblicazioni riprendono a settembre.

A tutti i nostri lettori **BUONE FERIE**

La Redazione

STUDIO ECONOMICO
DEL SETTORE TELEVISIVO PRIVATO ITALIANO

Confindustria Radio Televisioni

Piazza dei SS. Apostoli 66, Roma 00187

www.confindustriaradiotv.it