

**FRT - FEDERAZIONE RADIO TELEVISIONI
SLC CGIL • FISTel CISL • UILSIC UIL**

Osservatorio nazionale delle imprese radiotelevisive private

STUDIO ECONOMICO DEL SETTORE
TELEVISIVO LOCALE ITALIANO

Analisi dei bilanci 1998 delle tv locali commerciali

Luglio 2000

STUDIO ECONOMICO DEL SETTORE TELEVISIVO LOCALE ITALIANO

ANALISI DEI BILANCI '98 DELLE TV LOCALI COMMERCIALI

Presentazione

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

★ ★ ★ ★

Le emittenti locali che ottennero la concessione a trasmettere da parte del Ministero P.T. erano 712 (di cui 484 commerciali e 228 cosiddette comunitarie, le quali, per analogia al settore radiofonico, sono ad affollamento pubblicitario ridotto al 5%). Ad esse vanno aggiunte altre 81 emittenti che trasmettevano in virtù di accoglimento da parte della magistratura della richiesta di sospensiva al diniego di concessione (di cui 62 commerciali e 19 c.d. comunitarie). Il totale delle concessionarie assommava quindi a 793. (Fonte: Ministero delle Poste e delle Telecomunicazioni, elenchi ufficiali delle emittenti concessionarie; 15 settembre e 27 ottobre 1995). Si ritiene che nel corso degli ultimi cinque anni il numero dei soggetti effettivamente operanti si sia comunque ridotto.

La ricerca ha preso in esame i principali dati patrimoniali e del conto economico 1998 di 294 società di capitale che gestiscono emittenti televisive locali effettivamente operanti.

N B: Il presente studio è stato concluso nel mese di luglio 2000; in caso di utilizzo si prega di citare la fonte.

Note sul settore dell'emittenza televisiva locale

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

Gli investimenti delle imprese (pubblicità, sponsorizzazioni e televendite) sono pressoché l'unica fonte di ricavi per le aziende della televisione locale. Il mercato televisivo nel 1998 ammontava a circa 10.000 mld. di lire: le emittenti locali coprivano con 550 mld. circa il 5,4% delle entrate totali del sistema televisivo (compreso canoni) e l'8% delle sole entrate pubblicitarie.

Distribuzione delle entrate nel sistema televisivo italiano nel 1998 (*)

Reti	Rai	Mediaset	Altre Naz.	Locali	Totale
Valori assoluti (mld)	5078	3880	837	549	10.344
Valori %	49	38	8	5	100

(*) Le entrate della Rai comprendono i ricavi pubblicitari, il canone, le cessioni di diritti e le convenzioni con lo Stato. Fra le altre televisioni nazionali sono inseriti Stream e Telepiù i cui ricavi sommano gli introiti da pubblicità agli abbonamenti.

Distribuzione delle entrate pubblicitarie nel 1998 (*)

Reti	Rai	Mediaset	Altre Naz.	Locali	Totale
Valori assoluti (mld)	2407	3880	297	549	7133
Valori %	34	54	4	8	100

Fonti: stime Media Key, Autorità Garante/AC Nielsen ed elaborazioni FRT

Il settore dell'emittenza locale nel corso degli ultimi due anni mostra segni di miglioramento nei risultati di esercizio, soprattutto da parte di circa un centinaio di emittenti che godono di un fatturato superiore alla media; nel '98 infatti, le società con un utile di bilancio erano 132, contro le 104 rilevate nel 1997. Anche il fatturato complessivo si incrementa del 13%, passando, per le circa 300 emittenti rilevate da Lire 348,5 mld a Lire 390,4 mld.

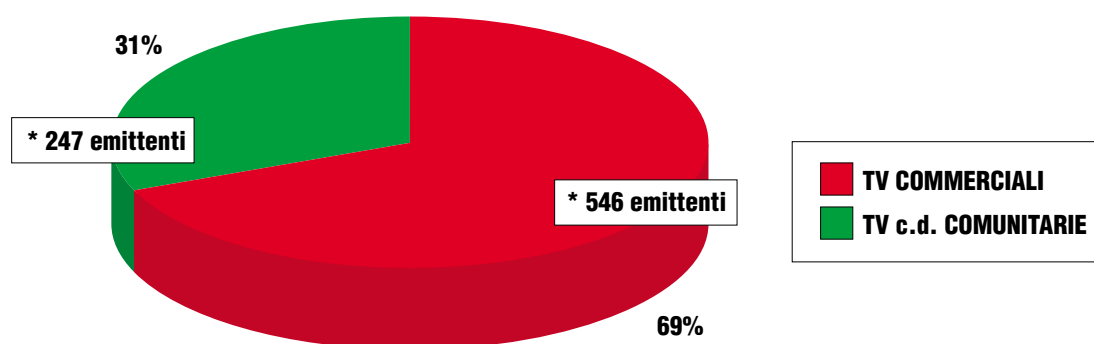
Cifre ben lontane da quelle dell'emittenza nazionale, anzi è di tutta evidenza lo squilibrio tra il numero di emittenti locali e le risorse disponibili sul mercato. La televisione locale si mostra come una realtà imprenditoriale estremamente polverizzata, caratterizzata da aziende di piccola e piccolissima dimensione, molte delle quali certamente non in grado di sostenere i costi crescenti del broadcasting e soprattutto della produzione di programmi. Un quadro in cui rischiano di soccombere anche quelle realtà veramente imprenditoriali seguite dal pubblico, con adeguati livelli occupazionali ed in grado di competere sul mercato, che costituiscono un importante contributo in termini di qualità e di pluralità informativa, per l'intero sistema radiotelevisivo.

LA SUDDIVISIONE DEL SETTORE TELEVISIVO LOCALE ITALIANO

1) L'universo delle tv locali

Le tv locali di ogni tipo che nel 1993 ottennero la concessione oppure ottennero dal TAR l'autorizzazione per proseguire le trasmissioni erano 793 (546 tv commerciali e 247 tv comunitarie) come risulta dai tabulati del Ministero P.T. del 15 settembre e del 27 ottobre 1995.

CONCESSIONI LOCALI RILASCIATE



CONCESSIONI RILASCIATE DAL MINISTERO P.T. (ELENCO ANNO 1995) *

REGIONI	TV LOCALI COMMERCIALI			TV LOCALI c.d. COMUNITARIE			TOTALI
	Emittenti che hanno ottenuto il decreto di concessione	Emittenti cui la Magistratura ha accolto la richiesta di sospensione al diniego di concessione	TOTALE TV LOCALI COMMERCIALI	Emittenti c.d. comunitarie che hanno ottenuto il decreto di concessione	Emittenti c.d. comunitarie cui la Magistratura ha accolto la richiesta di sospensione al diniego di concessione	TOTALE TV LOCALI c.d. COMUNITARIE	
ABRUZZO	19	5	24	10	0	10	34
BASILICATA	5	0	5	2	0	2	7
CALABRIA	14	6	20	25	2	27	47
CAMPANIA	55	6	61	39	6	45	106
EMILIA ROM.	28	0	28	5	1	6	34
FRIULI V. G	8	0	8	0	1	1	9
LAZIO	47	4	51	29	0	29	80
LIGURIA	13	3	16	8	1	9	25
LOMBARDIA	40	6	46	12	0	12	58
MARCHE	13	0	13	4	0	4	17
MOLISE	4	0	4	0	0	0	4
PIEMONTE	30	2	32	5	0	5	37
PUGLIA	46	2	48	22	0	22	70
SARDEGNA	17	1	18	6	0	6	24
SICILIA	68	21	89	42	7	49	138
TOSCANA	34	2	36	8	0	8	44
TRENTINO A.A	4	2	6	1	0	1	7
UMBRIA	9	1	10	3	1	4	14
VALLE D'AOSTA	3	0	3	0	0	0	3
VENETO	27	1	28	7	0	7	35
TOTALI	484	62	546	228	19	247	793

*Quest'elenco non è mai stato aggiornato. Ad oggi le emittenti locali effettivamente funzionanti non superano in totale il numero di 620.

2) Natura giuridica e dati anagrafici delle aziende che gestiscono le tv locali commerciali

Le 546 tv locali commerciali cui è stata rilasciata la concessione sono amministrate da 527 società di cui **106** di persone fisiche o di persone (20%) e **421** società di capitale (80%) ripartite nella maniera seguente:

REGIONE	Emittenti	Società di Capitale	Persone Fisiche e Soc. di Persone
ABRUZZO	24	18	6
BASILICATA	5	5	0
CALABRIA	20	14 + 2*	4
CAMPANIA	61	40 + 1*	20
EMILIA ROM.	28	24 + 2*	2
FRIULI V. G.	8	7 + 1*	0
LAZIO	51	43	8
LIGURIA	16	10	6
LOMBARDIA	46	33 + 1*	12
MARCHE	13	9	4
MOLISE	4	1 + 1*	2
PIEMONTE	32	29 + 2*	1
PUGLIA	48	38 + 2*	7 + 1*
SARDEGNA	18	14	4
SICILIA	89	65 + 4*	20
TOSCANA	36	33 + 1*	2
TRENTINO A.A.	6	6	0
UMBRIA	10	9	1
V.D'AOSTA	3	2	1
VENETO	28	21 + 1*	6
		421 + 18	106 + 1
TOTALI	546	439	107

Emittenti di SOC. DI CAPITALI = 421 + *18 = 439
 Emittenti DI PERSONE = 106 + * 1 = 107
546

L'asterisco indica le società che gestiscono più di una tv

NATURA GIURIDICA DELLE SOCIETA' CHE GESTISCONO LE TV LOCALI COMMERCIALI

* 106 persone fisiche (amministrano 107 emittenti)

20%

* 421 soc. di capitale (amministrano 439 emittenti)

80%

FINALITA', OGGETTO E METODOLOGIA DELLA RICERCA

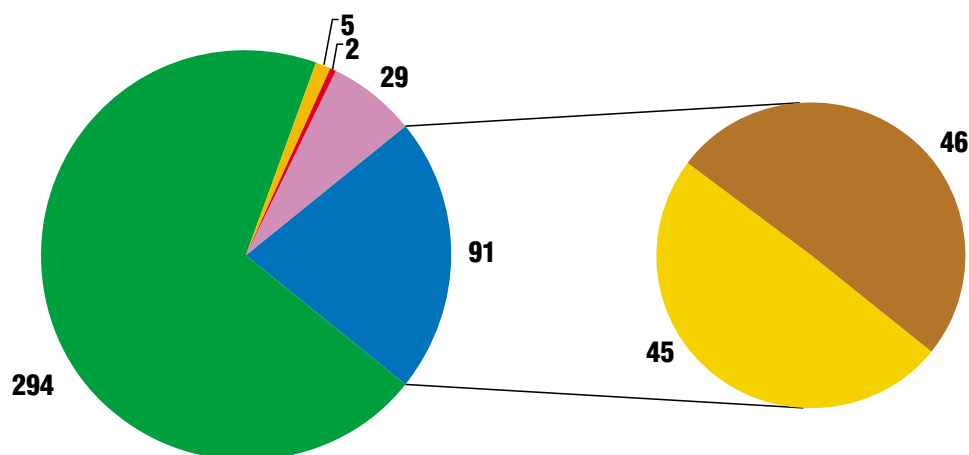
L'obiettivo della ricerca è quello di effettuare uno studio sulla situazione patrimoniale, economica e finanziaria dell'intero settore televisivo locale commerciale mediante l'analisi dei bilanci 1998 delle 421 società di capitale che gestiscono le tv locali operanti. Le rimanenti tv locali commerciali sono gestite da persone fisiche o società di persone. L'oggetto dell'indagine è rivolto dunque alle sole emittenti gestite da società di capitale, tenute, per legge, a rendere pubblico il proprio bilancio. Sono altresì escluse le emittenti cosiddette comunitarie previste dal comma 6 dell'art. 1 della L. 422.

La metodologia adottata durante la ricerca è stata quella di acquisire i dati di bilancio dell'esercizio 1998 delle tv locali gestite da società di capitale.

Analisi dei dati di esercizio 1998

Delle 421 società di capitale che gestiscono l'80% delle tv locali commerciali sono stati reperiti i bilanci di **294 società** che gestiscono **307 tv locali** pari al 70 % delle società di capitale, al 56% delle tv locali commerciali e al 39% dell'universo, comprendente le emittenti c.d. comunitarie. Per quanto riguarda le altre 127 società di capitale concessionarie, è stata effettuata un'ulteriore indagine che ha consentito di verificare la loro posizione economica con i seguenti risultati: 29 società hanno cessato ogni forma di attività, 5 società non sono state individuate, 2 società non fanno parte di questo studio perché svolgono attività diversificate e quindi dai loro bilanci non è possibile estrarre i dati che riguardano l'emittente, 91 società non hanno presentato il bilancio di esercizio '98, di queste, 45 sono operative e 46 sono fallite.

SOCIETA' DI CAPITALE CHE AMMINISTRANO TV LOCALI



- Società che hanno presentato il bilancio di esercizio '98
- Società non individuate
- Società che svolgono attività diversificate
- Società cessate
- Società operative che non hanno presentato il bilancio di esercizio
- Società fallite che non hanno presentato il bilancio di esercizio '98

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) il fatturato pubblicitario
 - c) composizione percentuale delle società per classi di fatturato
 - d) distribuzione geografica

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

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

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

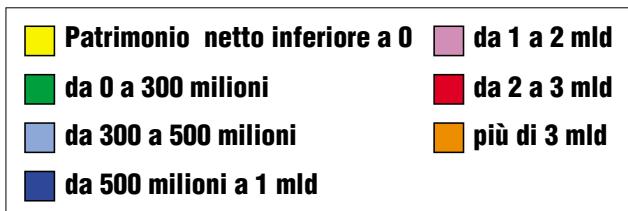
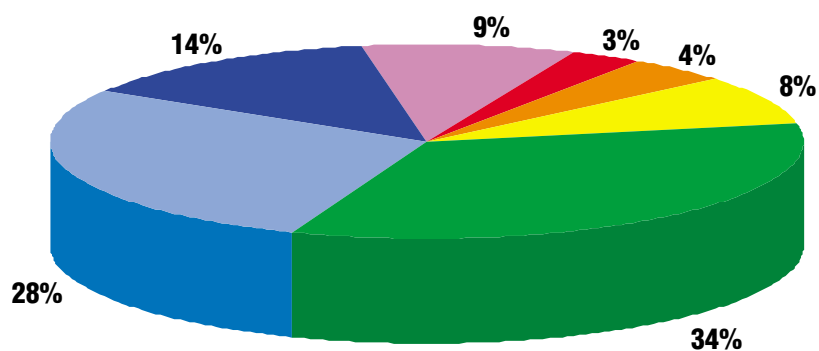
IL PATRIMONIO NETTO

A) CLASSI DI PATRIMONIO NETTO

La somma di tutti i patrimoni netti è pari a L. 216.065.670.707. Dall'analisi dei dati emerge che 123 società di capitale hanno un patrimonio netto inferiore ai 300 milioni, 122 fra 300 milioni e 1 mld e solo 49 superiore a 1 miliardo e più precisamente:

Classi di Patrimonio Netto	Società
Patrimonio netto inferiore a 0	24
da 0 a 300 milioni	99
da 300 a 500 milioni	82
da 500 milioni a 1 mld	40
da 1 a 2 mld	27
da 2 a 3 mld	9
più di 3 mld	13
	294

B) COMPOSIZIONE PERCENTUALE DELLE 294 SOCIETA' PER CLASSI DI PATRIMONIO NETTO

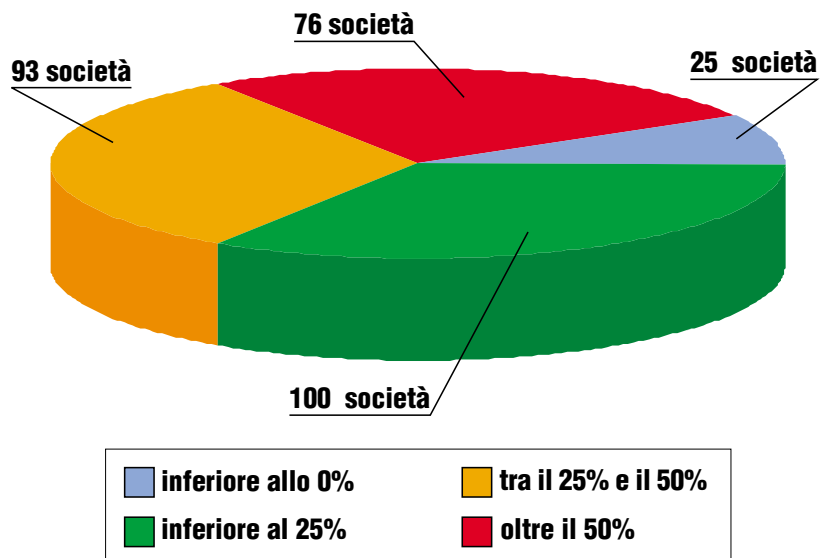


C) COPERTURA ATTIVO DA PATRIMONIO NETTO

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 294 società di capitale analizzate soltanto 76 hanno un rapporto di copertura degli investimenti e delle altre attività maggiore del 50%, più precisamente:

Copertura attivo/netto	Società
inferiore allo 0%	25
inferiore al 25%	100
tra il 25% e il 50%	93
oltre il 50%	76
	294

PATRIMONIO NETTO/TOTALE ATTIVO

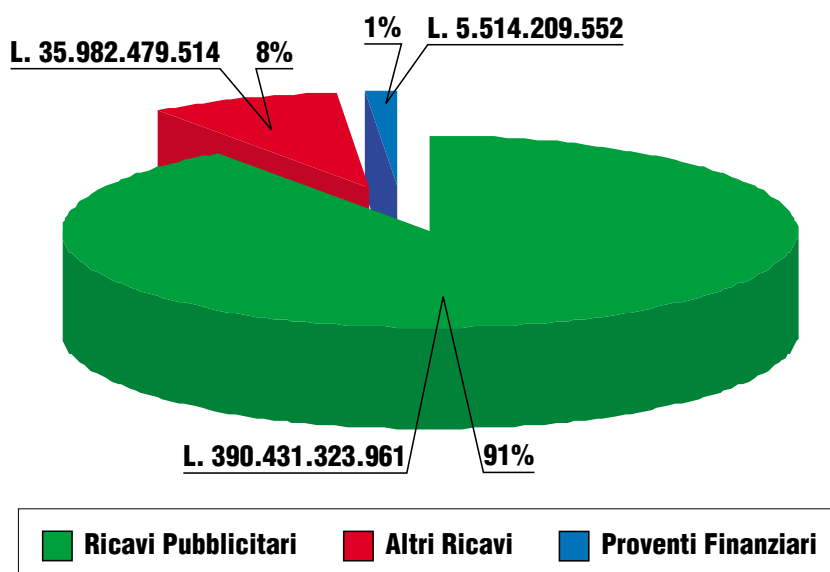


I RICAVI DELLE EMITTENTI TELEVISIVE LOCALI COMMERCIALI

A) RICAVI COMPLESSIVI

Il totale dei ricavi delle 294 società prese in esame nell'anno 1998 è stato di 431.928.013.027 Lire (i relativi costi L. 433.798.497.306), di cui L. 390.431.323.961 provenienti dalla pubblicità, L. 35.982.479.514 provenienti da altre attività e L.5.514.209.552 di proventi finanziari.

COMPOSIZIONE DEI RICAVI DELLE 294 SOCIETA'



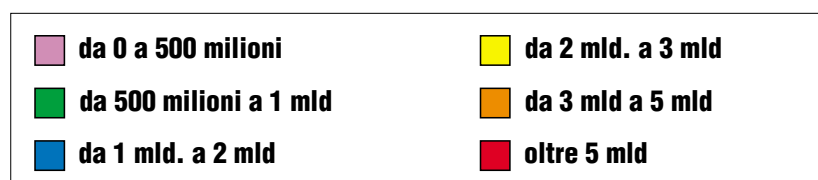
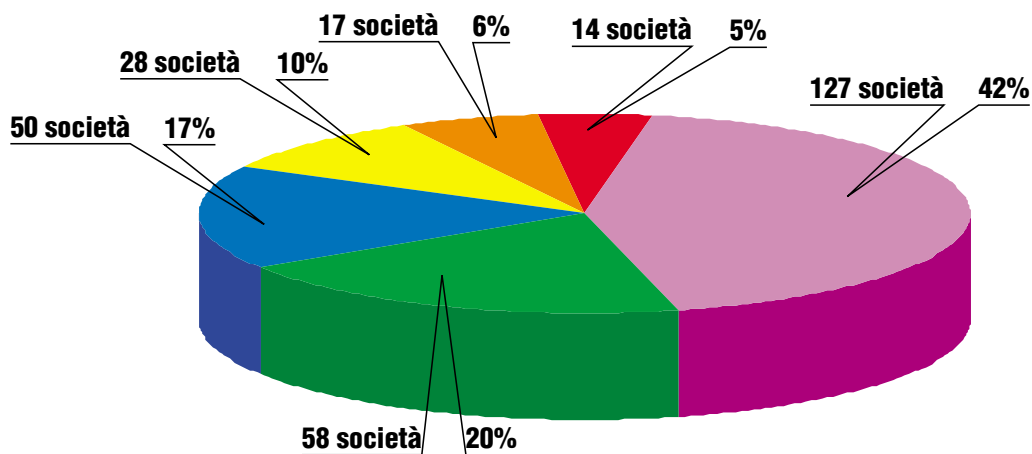
B) IL FATTURATO PUBBLICITARIO

Il fatturato pubblicitario delle società esaminate risulta pari a L. 390.431.323.961, corrispondente alla quasi totalità del mercato locale. Infatti, da studi di settore, la pubblicità al lordo dei costi di acquisizione, afferente le tv locali, è stata valutata circa 549 mld, pari a circa l'8% del totale della pubblicità del settore televisivo.

C) COMPOSIZIONE PERCENTUALE DELLE SOCIETA' PER CLASSI DI FATTURATO

Il fatturato medio per società è di circa 1,328 mld e, come si può dedurre dalla divisione per classi di fatturato, solo 109 società superano il mld, mentre 185 società hanno degli introiti pubblicitari inferiori al miliardo.

Classi di fatturato pubblicitario	Società
da 0 a 500 milioni	127
da 500 milioni a 1 mld	58
da 1 mld. a 2 mld	50
da 2 mld. a 3 mld	28
da 3 mld a 5 mld	17
oltre 5 mld	14
	294



D) DISTRIBUZIONE GEOGRAFICA

La distribuzione geografica delle società secondo le classi di fatturato mostra che al centro-sud la maggior parte delle imprese fatturano meno di 500 milioni, solo il nord ovest e il nord est registrano una distribuzione più equilibrata fra le diverse classi di fatturato pubblicitario. La Lombardia conta il maggior numero di emittenti che fatturano più di 5 mld.

REGIONI E CLASSI DI FATTURATO

	da 0 a 500 milioni	da 500 milioni a 1 mld	da 1 mld a 2 mld	da 2 mld a 3 mld	da 3 mld a 5 mld	oltre 5 mld	Totali
Abruzzo	9	3	2	0	0	0	14
Basilicata	2	1	0	0	0	0	3
Calabria	2	2	0	1	1	0	6
Campania	14	6	3	2	3	0	28
E. Romagna	5	3	8	5	1	0	22
Friuli Ven. G	2	0	1	1	0	0	4
Lazio	18	7	6	1	2	0	34
Liguria	0	0	2	1	1	0	4
Lombardia	5	4	4	2	2	6	23
Marche	3	2	1	1	0	0	7
Molise	1	0	0	0	0	0	1
Piemonte	1	7	7	5	3	0	23
Puglia	16	4	0	4	0	1	25
Sardegna	4	3	0	1	0	1	9
Sicilia	29	5	3	1	1	2	41
Toscana	9	4	8	2	0	0	23
Trentino A.A	0	0	2	1	0	0	3
Umbria	3	2	1	0	0	0	6
Valle d'Aosta	2	0	0	0	0	0	2
Veneto	2	5	2	1	3	3	16
							294

IL LAVORO DIPENDENTE

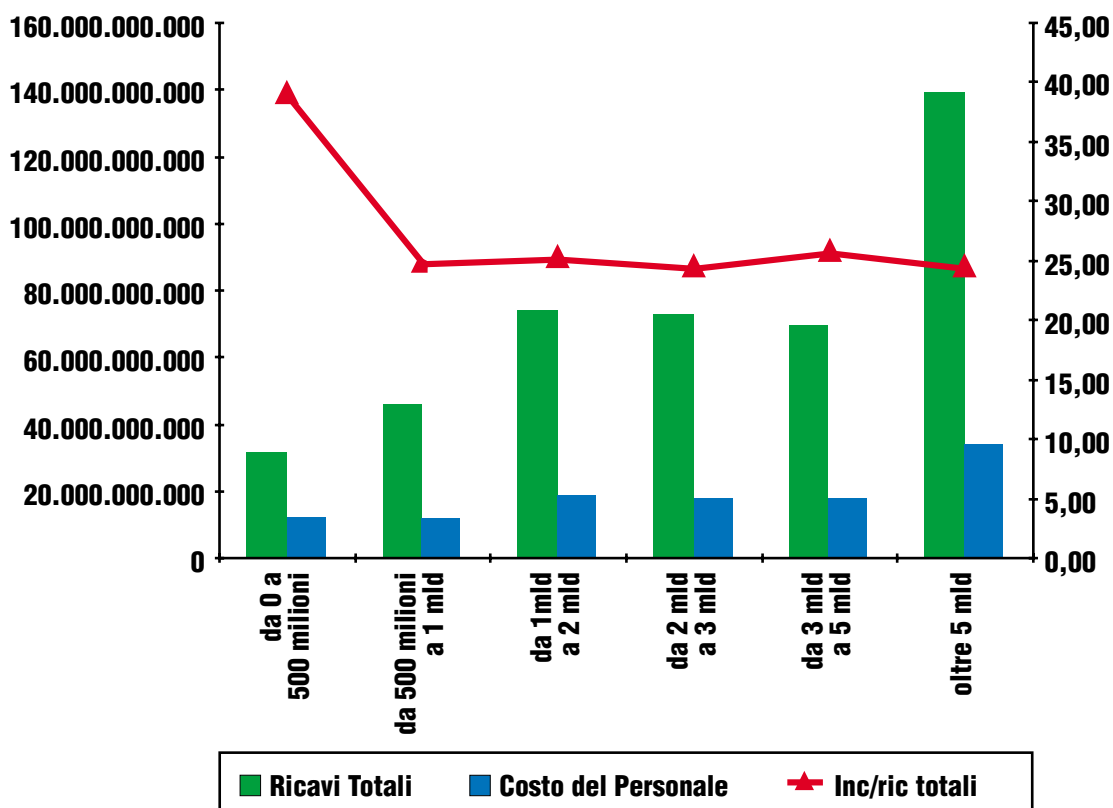
A) COSTO TOTALE ED INCIDENZA SUI RICAVI

Nel 1998 le 294 società esaminate hanno speso per il personale dipendente 111.257.241.542 Lire, pari al 25,76% del totale dei ricavi e al 25,65% dei costi totali.

Il costo del lavoro dipendente pesa in misura percentuale maggiore nelle 127 società con fatturato pubblicitario inferiore ai 500 milioni, con una incidenza percentuale del 39% sul totale dei ricavi. Diversamente, per le società che fatturano più di 500 milioni la spesa per il personale dipendente ha una incidenza dal 24% al 26%.

Classi di fatturato pubblicitario	Società	Ricavi pubblicitari	Ricavi Totali	Costo del Personale	Inc/ric. totali
da 0 a 500 milioni	127	25.546.605.740	31.273.529.556	12.142.456.902	38,83
da 500 mil. a 1 mld	58	41.967.409.299	45.906.176.727	11.354.003.561	24,73
da 1mld a 2 mld	50	69.327.340.832	73.798.015.503	18.544.360.713	25,13
da 2 mld a 3 mld	28	67.399.267.584	72.514.650.856	17.591.178.382	24,26
da 3 mld a 5 mld	17	64.344.119.985	69.370.004.581	17.800.145.381	25,66
oltre 5 mld	14	121.846.580.521	139.065.635.804	33.825.096.603	24,32
	294	390.431.323.961	431.928.013.027	111.257.241.542	25,76

INCIDENZA PERCENTUALE DEL COSTO DEL PERSONALE SUI RICAVI TOTALI



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

Considerata la spesa globale relativa al costo del personale pari a L. 111.257.241.542 miliardi e valutato il costo medio teorico di L. 48 milioni per dipendente, risulterebbero 2.318 lavoratori con una spesa media per ciascuna società di 378 milioni, pari a 8 dipendenti per ogni società. Tuttavia, solo le aziende che fatturano più di 1 miliardo hanno più dipendenti della media. Le società che hanno un fatturato superiore ai 5 miliardi raggiungono la spesa di L. 2,4 miliardi con una media di 50 dipendenti ciascuna. In sintesi il 79% del totale dei dipendenti (1828) è alle dipendenze delle prime 109 società che fatturano più di un miliardo.

Classi di fatturato pubblicitario	Società	Ricavi Pubblicitari	Ricavi Totali	Costo del Personale	Costo medio dipendente	Tot. dipend.	Costo medio società	Med. Dip.
da 0 a 500 milioni	127	25.546.605.740	31.273.529.556	12.142.456.902	48.000.000	253	95.609.897	2
da 500 a 1 mld	58	41.967.409.299	45.906.176.727	11.354.003.561	48.000.000	237	195.758.682	4
da 1 mld a 2 mld	50	69.327.340.832	73.798.015.503	18.544.360.713	48.000.000	386	370.887.214	8
da 2 mld a 3 mld	28	67.399.267.584	72.514.650.856	17.591.178.382	48.000.000	366	628.256.371	13
da 3 mld a 5 mld	17	64.344.119.985	69.370.004.581	17.800.145.381	48.000.000	371	1.047.067.375	22
oltre 5 mld	14	121.846.580.521	139.065.635.804	33.825.096.603	48.000.000	705	2.416.078.329	50
	294	390.431.323.961	431.928.013.027	111.257.241.542		2.318		

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

N. Soc.	Regioni	Ricavi Totali	Costo del personale	Inc. % Costo del personale	Tot. Dip.
14	Abruzzo	8.095.294.150	2.685.209.510	33	56
3	Basilicata	981.089.646	315.569.128	32	7
6	Calabria	12.745.762.771	4.124.400.001	32	86
28	Campania	27.809.417.982	5.823.386.385	21	121
22	E. Romagna	33.615.261.007	10.521.490.117	31	219
4	Friuli V. Giulia	4.766.546.736	1.340.164.411	28	28
34	Lazio	31.172.328.034	9.715.790.659	31	202
4	Liguria	10.103.391.158	1.969.335.788	19	41
23	Lombardia	80.340.795.386	23.563.070.224	29	491
7	Marche	5.406.318.609	1.676.420.665	31	35
1	Molise	395.779.100	118.586.200	30	2
23	Piemonte	39.627.761.024	5.781.037.027	15	120
25	Puglia	40.960.639.856	6.682.515.514	16	139
9	Sardegna	17.927.308.091	6.248.159.970	35	130
41	Sicilia	38.163.081.059	12.274.163.310	32	256
23	Toscana	23.288.639.753	6.108.824.224	26	127
3	Trentino A.A.	5.445.810.781	1.335.702.340	25	28
6	Umbria	4.577.635.693	1.460.406.114	32	30
2	Valle d'Aosta	915.551.003	170.291.110	19	4
16	Veneto	45.589.601.188	9.342.718.845	20	195
294		431.928.013.027	111.257.241.542	26	2.318

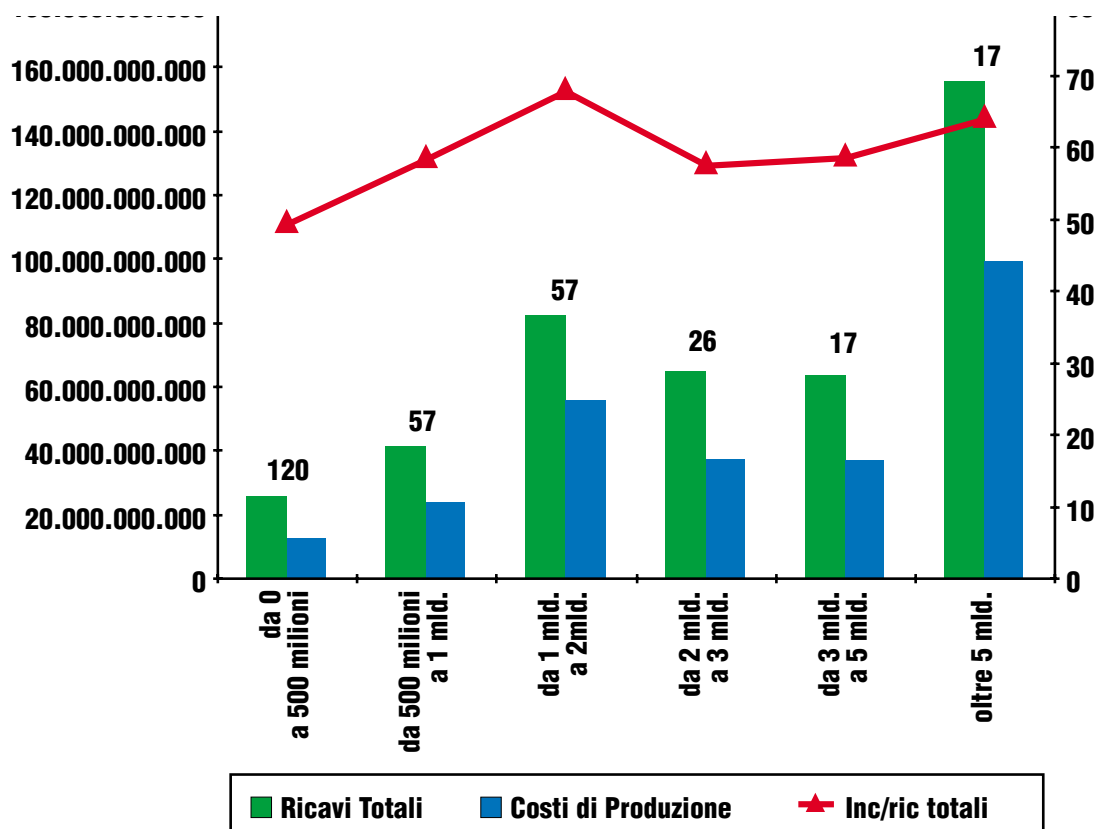
Prendendo in considerazione il costo del lavoro dipendente nelle diverse regioni è possibile riscontrare una maggior incidenza percentuale della spesa del personale sui ricavi totali in Umbria, Abruzzo, Basilicata, Sardegna, Calabria e Sicilia

COSTI DI PRODUZIONE

I costi sostenuti in relazione alle attività prettamente televisive (sono escluse le spese per il personale e gli ammortamenti) sono pari a L. 265.442.335.861 e rappresentano il 61% dei ricavi totali e il 61% dei costi delle 294 società oggetto della ricerca.

Per le società con proventi al di sotto dei 500 milioni l'incidenza percentuale dei costi di produzione sui ricavi totali è del 49% mentre per quelle con ricavi sopra i 500 milioni i costi rappresentano in media il 63% degli introiti.

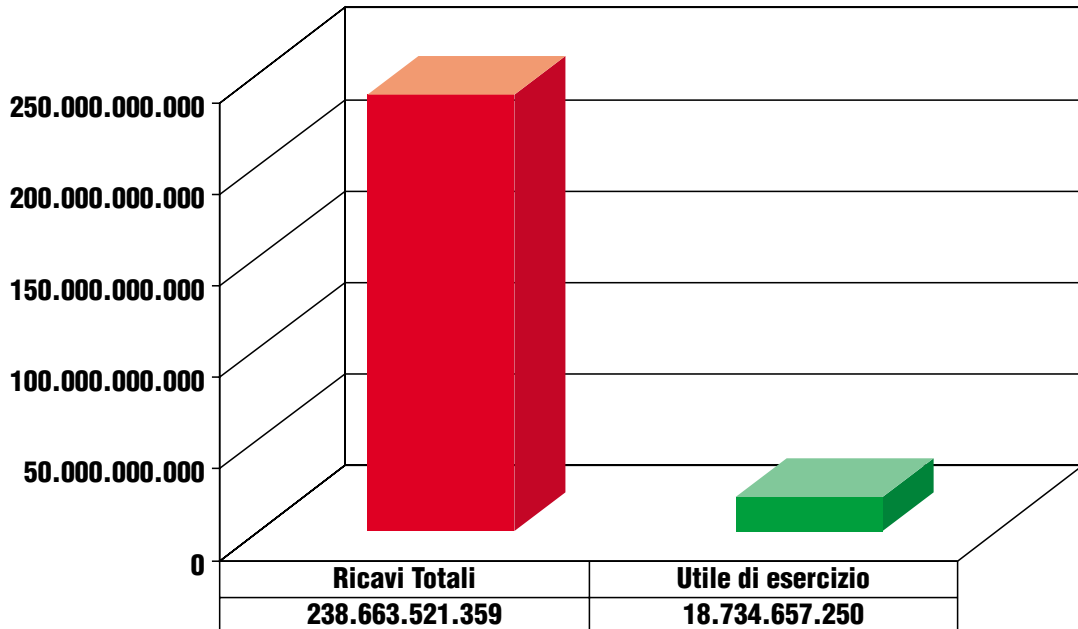
N. di società	Classi di Ricavi Totali	Ricavi Totali	Costi di Produzione	Inc. %
120	da 0 a 500 milioni	25.474.888.052	12.553.585.619	49
57	da 500 milioni a 1 mld.	40.933.611.327	23.812.802.428	58
57	da 1 mld. a 2mld.	82.413.166.887	55.815.124.272	68
26	da 2 mld. a 3 mld.	64.681.945.362	37.154.480.015	57
17	da 3 mld. a 5 mld.	63.168.325.640	36.959.500.201	59
17	oltre 5 mld.	155.256.075.759	99.146.843.326	64
294		431.928.013.027	265.442.335.861	61



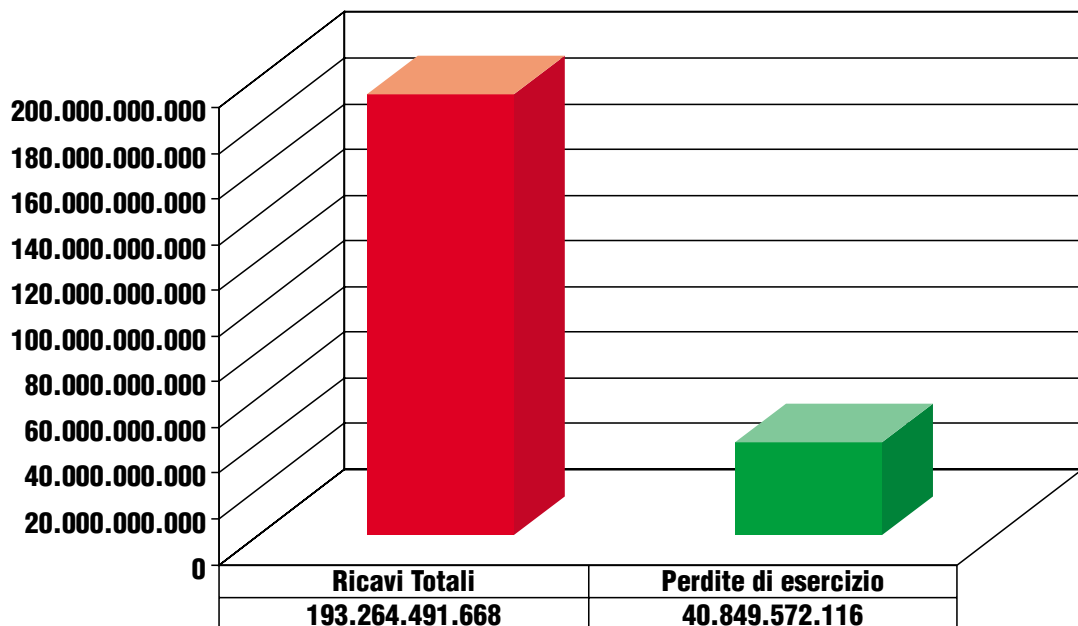
RISULTATO DI ESERCIZIO

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

RICAVI TOTALI E UTILI DI 132 SOCIETA'



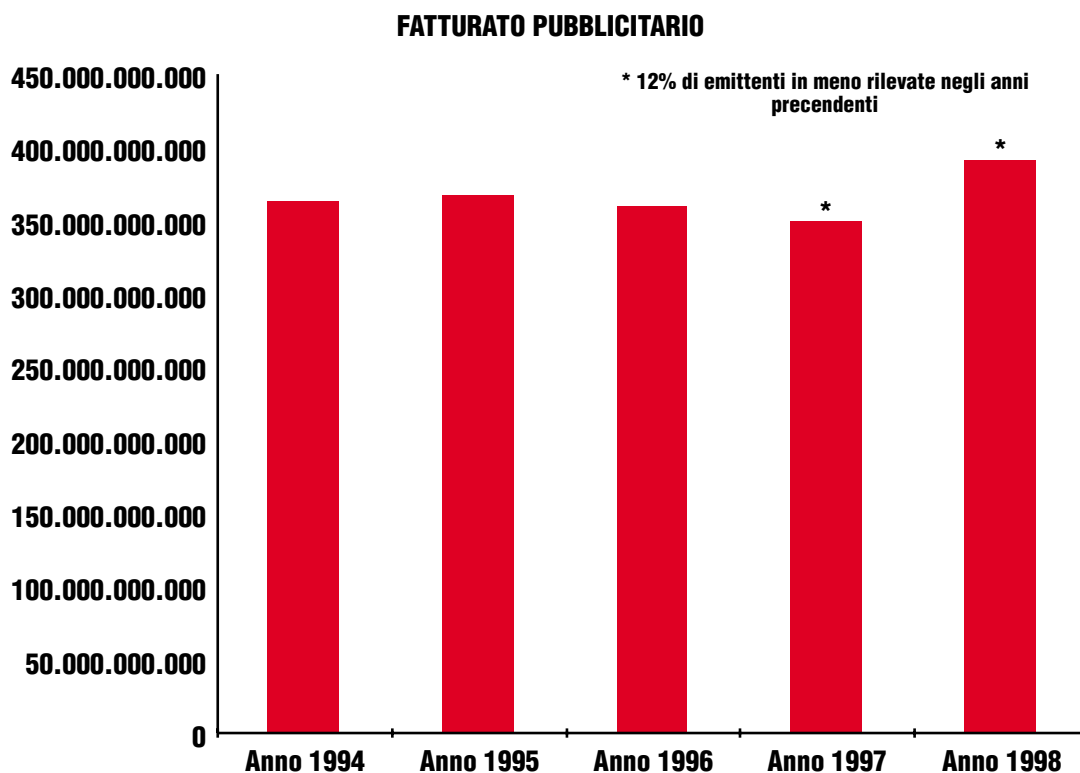
RICAVI TOTALI E PERDITE DI ESERCIZIO DI 162 SOCIETA'



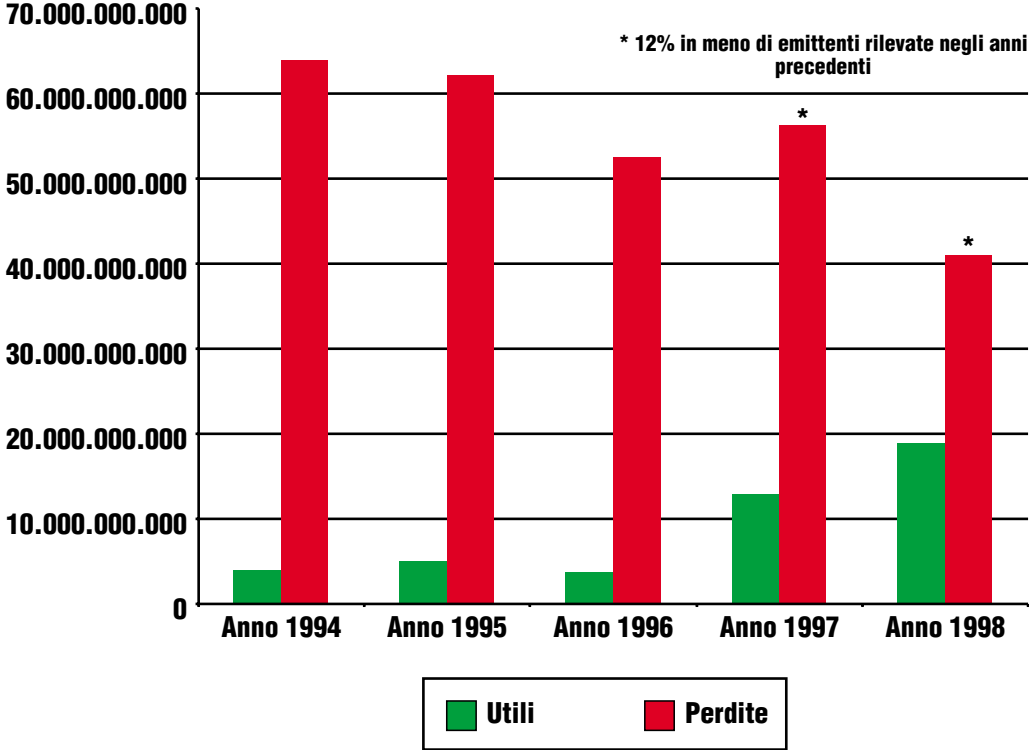
RAFFRONTO ANNI 94-95-96-97-98 PER FATTURATO PUBBLICITARIO E RISULTATI DI ESERCIZIO

	Fatturato Pubblicitario	Utili	Perdite
Anno 1994	362.181.157.161	3.848.966.100	63.808.534.863
Anno 1995	366.731.251.883	4.964.090.457	62.058.287.293
Anno 1996	359.057.230.582	3.698.157.502	52.388.528.569
Anno 1997*	348.523.385.148*	12.735.059.133 *	56.191.219.675 *
Anno 1998*	390.431.323.961*	18.734.657.250 *	40.849.572.116 *

* I dati riguardano circa il 12% in meno di emittenti rilevate negli anni precedenti



RISULTATI DI ESERCIZIO



Osservatorio delle Imprese Radiotelevisive Private
c/o FRT

Viale Regina Margherita, 286 - 00198 Roma

Tel. 06/4402104-4402096

Telefax 06/4402723

Sito Internet: www.frt.it

e-mail: frt@frt.it

