

STUDIO ECONOMICO DEL SETTORE TELEVISIVO LOCALE ITALIANO

ANALISI DEI BILANCI '99 DELLE TV LOCALI COMMERCIALI

Presentazione

Il presente studio dell'emittenza televisiva locale, contiene l'analisi dei bilanci 1999 delle società che gestiscono emittenti locali commerciali e segue gli studi relativi ai bilanci 1994, 1995, 1996, 1997 e 1998 pubblicati a cura della F.R.T. (Federazione Radio Televisioni) e SLC-CGIL, FStel-CISL e UILSIC-UIL nell'ambito dell'Osservatorio Nazionale delle Imprese Radiotelevisive Private.



Lo studio del settore televisivo locale commerciale dell'esercizio 1999, a differenza degli studi fatti per il quinquennio precedente, considera come soggetti della ricerca le società che amministrano le emittenti a cui sono state rilasciate le concessioni e/o le autorizzazioni a trasmettere in ambito regionale e provinciale secondo la graduatoria ufficiale del Ministero delle Comunicazioni del 9 maggio 2001.

La ricerca ha preso in esame i principali dati patrimoniali e del conto economico 1999 di 343 società di capitale che gestiscono emittenti televisive locali effettivamente operanti.

NB: Il presente studio è stato concluso nel mese di luglio 2001; 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.

Il mercato televisivo totale nel 1999 ammontava a circa 11.200 mld di lire: le emittenti locali coprivano con 600 mld circa il 5,3% delle entrate totali del sistema televisivo (compreso canoni) e l'8% delle sole entrate pubblicitarie che, come investimenti delle imprese (pubblicità, sponsorizzazioni e televendite) sono pressoché l'unica fonte di ricavi per le aziende della televisione locale.

DISTRIBUZIONE DELLE ENTRATE NEL SISTEMA TELEVISIVO ITALIANO NEL 1999 (*)

Reti	Rai	Mediaset	Altre Naz.	Locali	Totale
Valori assoluti (mld)	5129	4248	1245	600	11.222
Valori %	45,70	37,85	11,10	5,35	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 1999 (*)

Reti	Rai	Mediaset	Altre Naz.	Locali	Totale
Valori assoluti (mld)	2310	4248	345	600	7503
Valori %	30,78	56,63	4,60	7,99	100

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

Il settore dell'emittenza locale nel corso degli ultimi tre anni mostra segni di miglioramento nei risultati di esercizio, soprattutto da parte di quelle emittenti che godono di un fatturato superiore alla media; nel '99, le società con un utile di bilancio erano 210, mentre nel '98 erano 132 e nel 1997 sommarono 104. Il fatturato complessivo delle aziende rilevate ammontava nel 1999 a 491 mld con un incremento di circa 100 mld; tuttavia, non è possibile fare un incremento percentuale con l'anno '98 poiché, le emittenti rilevate sono passate da 294 a 343.

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

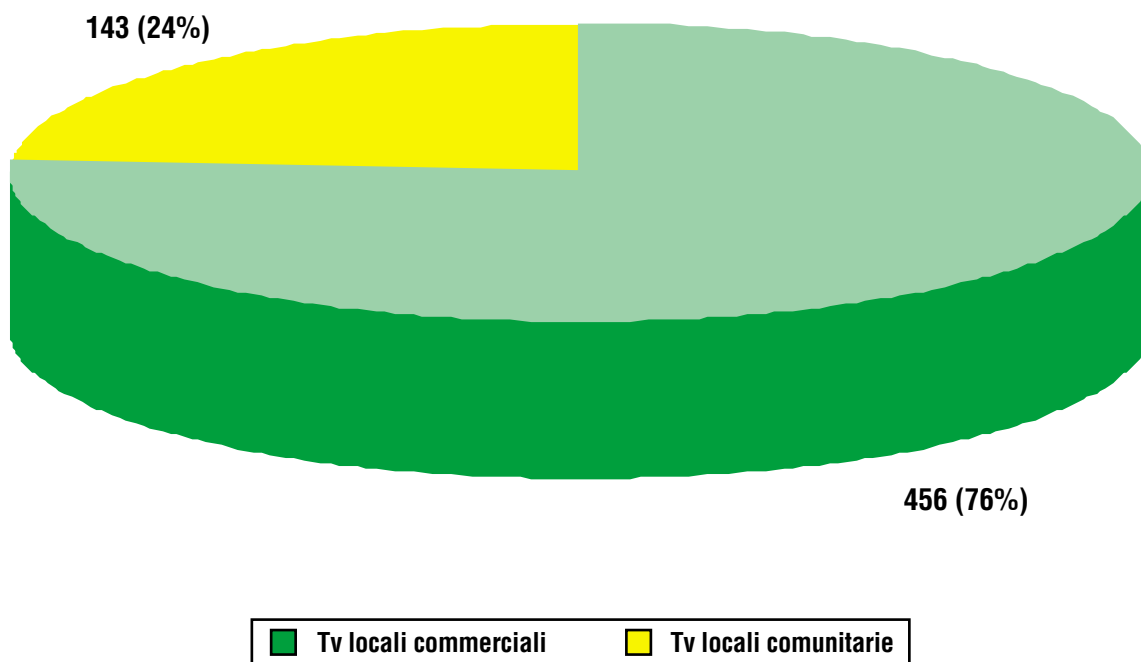
LA SUDDIVISIONE DEL SETTORE TELEVISIVO LOCALE ITALIANO

1) L'universo delle tv locali

Alle emittenti commerciali, il Ministero delle Comunicazioni ha rilasciato (elenco ufficiale del 9/05/2001) 126 concessioni e 262 autorizzazioni a livello regionale a cui vanno aggiunte 1235 concessioni provinciali, 122 concessioni sub-provinciali e 1065 autorizzazioni provinciali per un totale complessivo di 2810 concessioni e/o autorizzazioni con 456 emittenti abilitate.

Per quanto riguarda le emittenti comunitarie, sono state rilasciate 160 concessioni provinciali, 12 concessioni a livello sub-provinciale nonché 99 autorizzazioni a trasmettere a livello provinciale per un totale di 271 concessioni e/o autorizzazioni comunitarie con 143 emittenti abilitate.

LE TV LOCALI ITALIANE



CONCESSIONI RILASCIATE DAL MINISTERO DELLE COMUNICAZIONI (MAGGIO 2001)

REGIONI	TV LOCALI COMMERCIALI						TV COMUNITARIE					TOTALI per regione
	Concessioni regionali	Autorizzazioni regionali	Concessioni provinciali	Concessioni sub-provinciali	Autorizzazioni provinciali	TOTALI commerciali	Concessioni provinciali	Concessioni sub-provinciali	Autorizzazioni provinciali	Totali comunitarie		
ABRUZZO	6	11	55	0	12	84	12	0	2	14	98	
BASILICATA	6	12	28	0	16	62	6	0	1	7	69	
BOLZANO	6	3	7	0	1	17	0	0	1	1	18	
CALABRIA	6	14	56	5	26	107	11	6	1	18	125	
CAMPANIA	6	21	70	13	92	202	15	3	30	48	250	
EMILIA-ROM	6	15	109	0	158	288	8	0	4	12	300	
FRIULI	6	13	43	0	7	69	2	0	0	2	71	
LAZIO	6	20	71	0	133	230	14	0	16	30	260	
LIGURIA	6	7	54	0	20	87	11	3	0	14	101	
LOMBARDIA	6	21	108	53	131	319	11	0	1	12	331	
MARCHE	6	11	54	4	27	102	1	0	0	1	103	
MOLISE	6	9	29	0	5	49	4	0	0	4	53	
PIEMONTE	6	22	112	32	76	248	7	0	0	7	255	
PUGLIA	6	21	42	0	45	114	9	0	11	20	134	
SARDEGNA	6	1	10	0	0	17	4	0	0	4	21	
SICILIA	6	8	126	0	140	280	27	0	31	58	338	
TOSCANA	6	18	129	0	102	255	8	0	0	8	263	
TRENTO	6	3	16	3	3	31	1	0	0	1	32	
UMBRIA	6	12	29	0	17	64	4	0	1	5	69	
V.D/AOSTA	6	3	8	2	1	20	0	0	0	0	20	
VENETO	6	17	79	10	53	165	5	0	0	5	170	
TOTALI	126	262	1235	122	1065	2810	160	12	99	271	3081	

FINALITÀ, 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 1999 delle 430 società di capitale che amministrano le 456 emittenti locali abilitate.

Analisi dei dati di esercizio 1999

Delle 430 società di capitale che gestiscono le tv locali commerciali sono stati reperiti i bilanci di **343 società** che gestiscono **355 tv locali** pari al 80 % delle società di capitale, al 77% delle tv locali commerciali e al 60% dell'universo, comprendente le emittenti comunitarie.

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

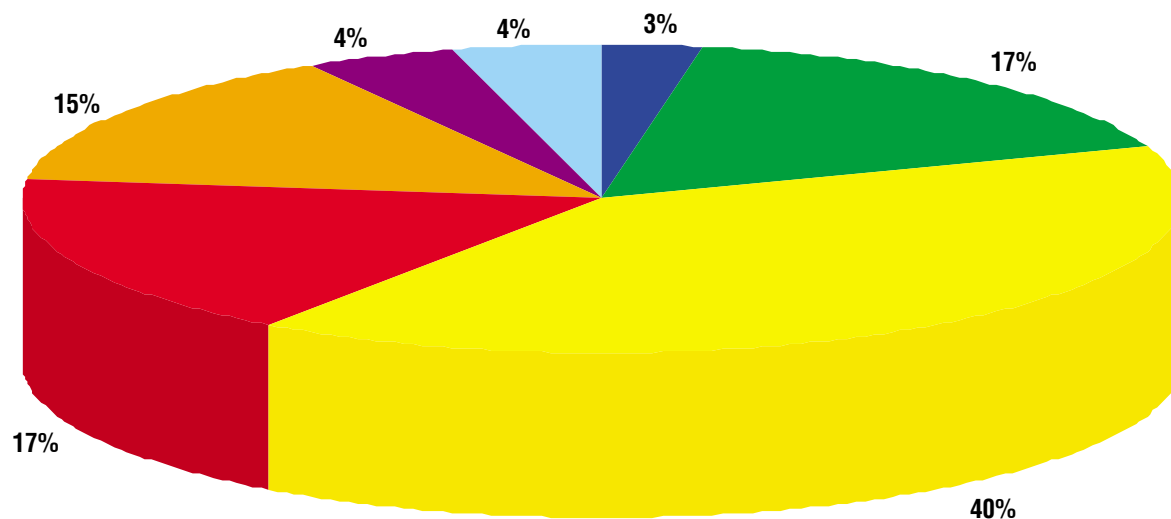
IL PATRIMONIO NETTO

A) CLASSI DI PATRIMONIO NETTO

La somma di tutti i patrimoni netti è pari a L. 312.445.433.774. Dall'analisi dei dati emerge che 67 società di capitale hanno un patrimonio netto inferiore ai 300 milioni, 197 fra 300 milioni e 1 mld e 79 superiore a 1 miliardo e più precisamente:

Classi di Patrimonio Netto	Società
Patrimonio Netto inferiore a 0	10
dal 0 a 300 milioni	57
da 300 a 500 milioni	138
da 500 milioni a 1 mld.	59
da 1 a 2 mld.	50
da 2 a 3 mld.	15
piu' di 3 mld.	14
	343

B) COMPOSIZIONE PERCENTUALE DELLE 343 SOCIETA' PER CLASSI DI PATRIMONIO NETTO



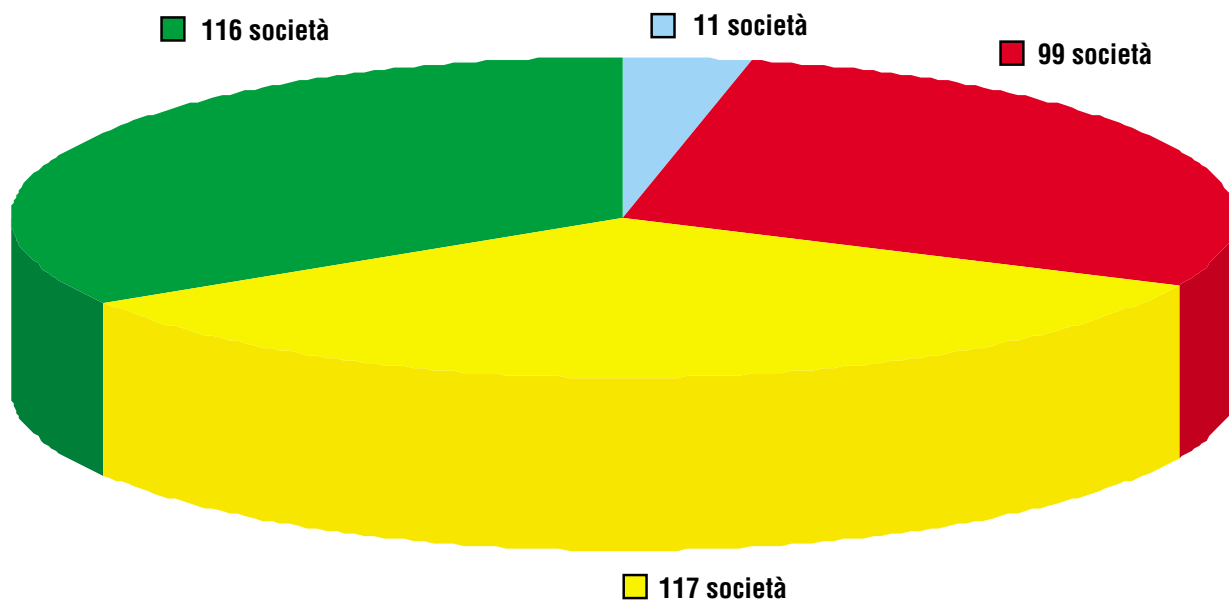
■ Patrimonio Netto inferiore a 0	■ da 1 a 2 mld.
■ dal 0 a 300 milioni	■ da 2 a 3 mld.
■ da 300 a 500 milioni	■ piu' di 3 mld.
■ da 500 milioni a 1 mld.	

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 343 società di capitale analizzate 116 hanno un rapporto di copertura degli investimenti e delle altre attività maggiore del 50% e più precisamente:

Copertura attivo/netto	Società
inferiore allo 0%	11
inferiore al 25%	99
tra il 25% e il 50%	117
oltre il 50%	116
	343

PATRIMONIO NETTO/TOTALE ATTIVO



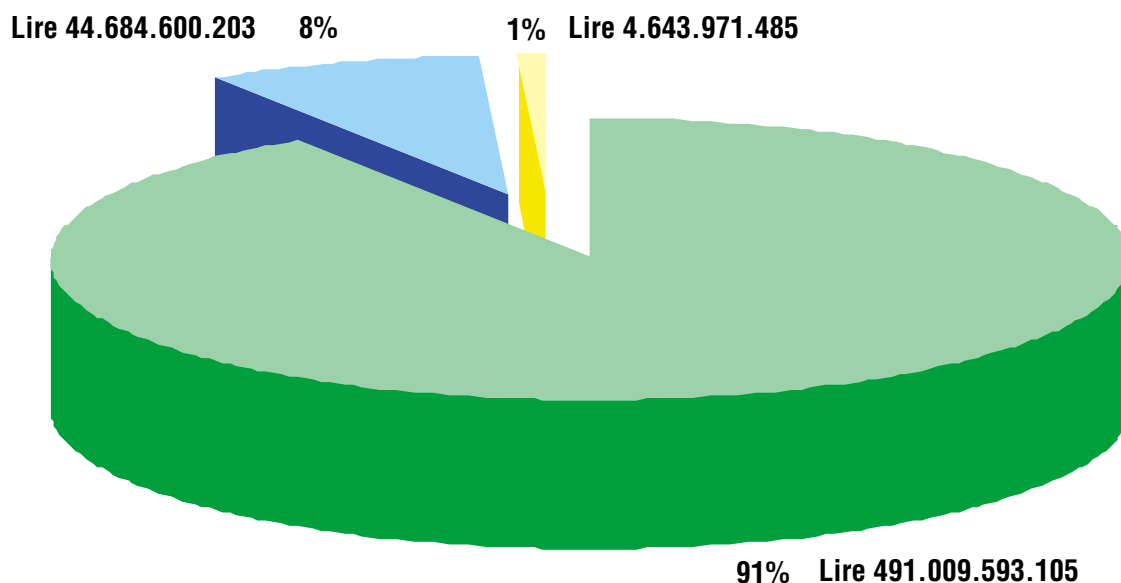
■ inferiore allo 0% ■ inferiore al 25% ■ tra il 25% e il 50% ■ oltre il 50%

I RICAVI DELLE EMITTENTI TELEVISIVE LOCALI COMMERCIALI

A) RICAVI COMPLESSIVI

Il totale dei ricavi delle 343 società prese in esame nell'anno 1999 è stato di 540.338.164.793 Lire, di cui L. 491.009.593.105 provenienti dalla pubblicità, L. 44.684.600.203 provenienti da altre attività e L.4.643.971.485 di proventi finanziari. I relativi costi ammontano a L. 537.730.064.072 .

COMPOSIZIONE DEI RICAVI DELLE 343 SOCIETÀ



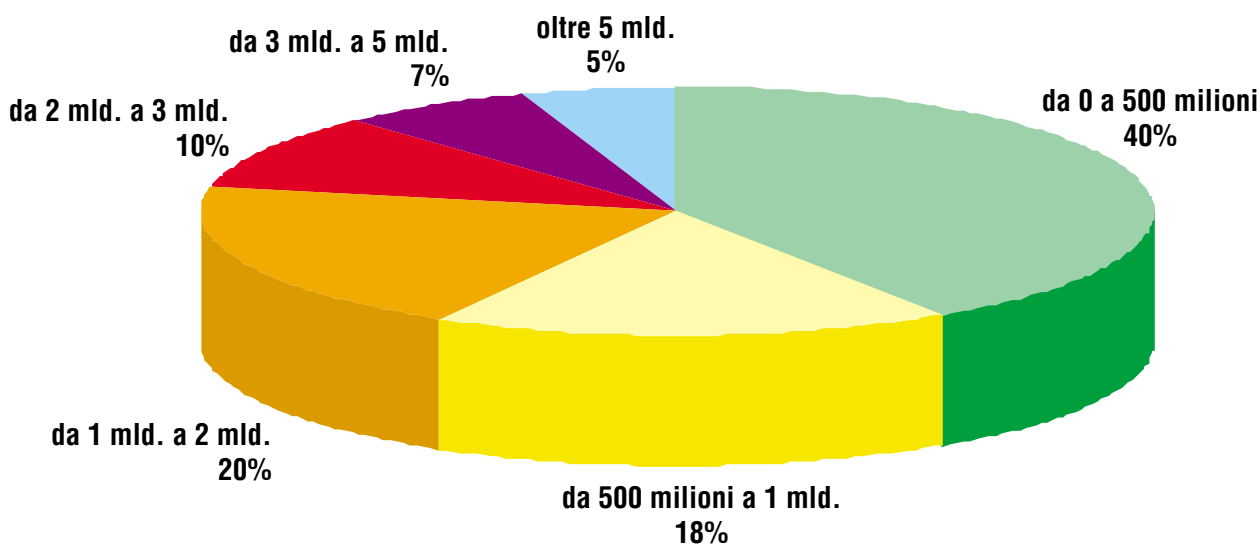
B) IL FATTURATO PUBBLICITARIO

Il fatturato pubblicitario delle società esaminate risulta pari a L. 491.009.593.105, 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 600 mld , pari a circa l'8% del totale della pubblicità del settore televisivo.

C) COMPOSIZIONE PERCENTUALE DELLE SOCIETÀ PER CLASSI DI FATTURATO

Il fatturato medio per società è di circa 1,431 mld e, come si può dedurre dalla divisione per classi di fatturato, 143 società superano il mld, mentre 200 società (il 58,30% delle aziende esaminate) hanno degli introiti pubblicitari inferiori al miliardo.

Classi di fatturato pubblicitario	Società
da 0 a 500 milioni	139
da 500 milioni a 1 mld.	61
da 1 mld. a 2 mld.	69
da 2 mld. a 3 mld.	33
da 3 mld. a 5 mld.	23
oltre 5 mld.	18
	343



D) DISTRIBUZIONE GEOGRAFICA

La distribuzione geografica delle società secondo le classi di fatturato mostra che al centro-sud (Toscana, Campania, Lazio e Sicilia) la maggior parte delle imprese fatturano meno di 500 milioni, mentre solo il nord ovest e il nord est registrano una distribuzione più equilibrata fra le diverse classi di fatturato pubblicitario. La Lombardia e il Veneto contano il maggior numero di emittenti che fatturano più di 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	8	3	2	0	0	0	13
Basilicata	1	0	0	0	0	0	1
Calabria	5	2	3	1	0	1	12
Campania	17	7	5	4	2	0	35
E. Romagna	5	1	8	6	0	2	22
Friuli Ven. G.	3	0	1	1	1	0	6
Lazio	18	7	4	2	4	0	35
Liguria	2	0	3	0	2	0	7
Lombardia	7	5	5	4	2	7	30
Marche	3	4	0	2	0	0	9
Molise	1	0	1	0	0	0	2
Piemonte	3	5	8	4	4	0	24
Puglia	9	7	3	3	1	1	24
Sardegna	5	1	1	0	1	1	9
Sicilia	31	6	6	2	2	2	49
Toscana	15	5	10	2	0	0	32
Trentino A.A.	1	0	1	2	0	0	4
Umbria	2	2	3	0	0	0	7
Valle d'Aosta	1	1	0	0	0	0	2
Veneto	2	5	5	0	4	4	20
	139	61	69	33	23	18	343

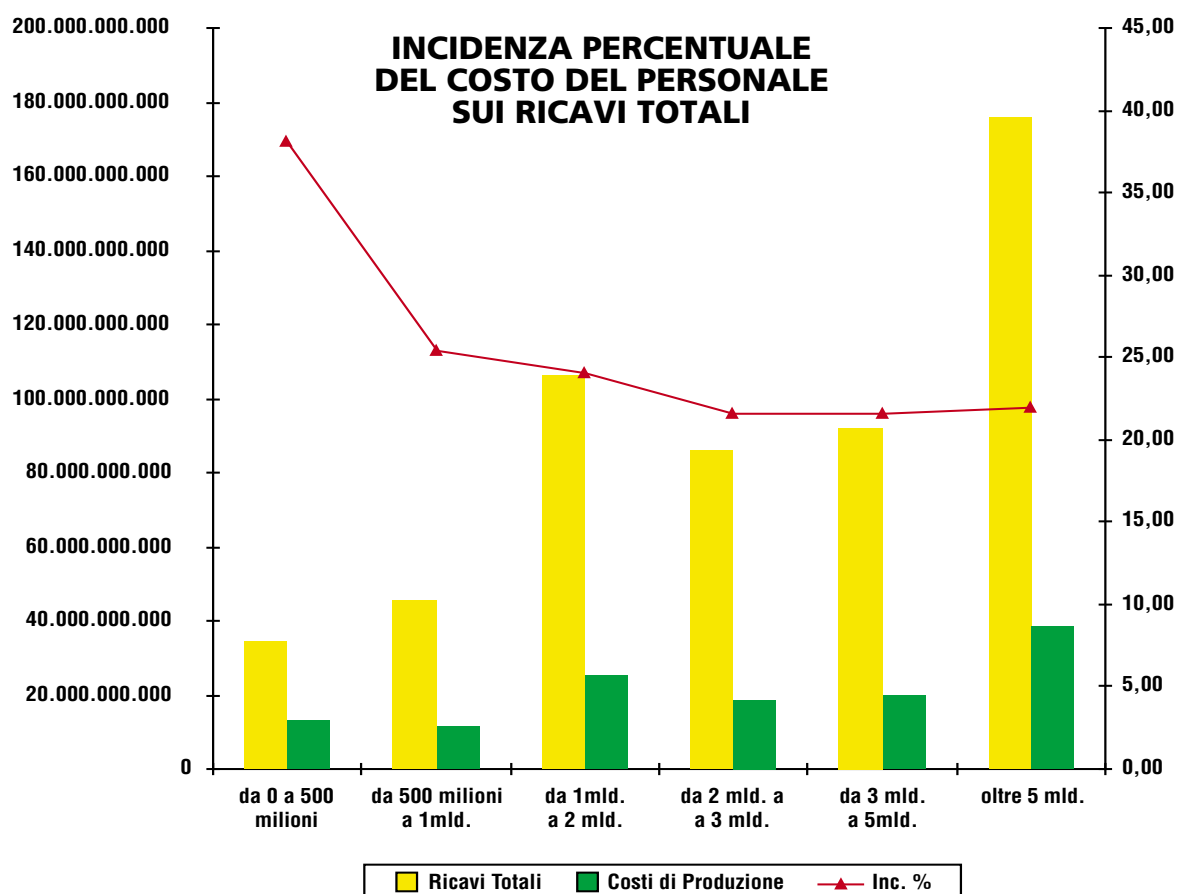
IL LAVORO DIPENDENTE

A) COSTO TOTALE ED INCIDENZA SUI RICAVI

Nel 1999 le 343 società esaminate hanno speso per il personale dipendente 127.267.937.353 Lire, pari al 23,55% del totale dei ricavi e al 23,66% dei costi totali.

Il costo del lavoro dipendente pesa in misura percentuale maggiore nelle 139 società con fatturato pubblicitario inferiore ai 500 milioni, con una incidenza percentuale del 38,16% sul totale dei ricavi. Diversamente, per le società che fatturano più di 500 milioni la spesa per il personale dipendente ha una incidenza dal 22% al 25%.

Classi di fatturato pubblicitario	Società	Ricavi pubblicitari	Ricavi totali	Costo del personale	Inc/ric. Totali
da 0 a 500 milioni	139	30.300.755.810	34.322.966.120	13.096.320.695	38,16
da 500 mil. a 1mld.	61	42.677.265.382	45.570.648.223	11.589.742.994	25,43
da 1mld. 2 mld.	69	100.121.724.886	106.115.493.877	25.478.226.981	24,01
da 2 mld. a 3mld.	33	81.048.305.368	85.945.580.992	18.566.412.927	21,60
da 3 mld. a 5 mld.	23	85.410.495.861	92.311.312.349	19.944.424.186	21,61
oltre 5 mld.	18	151.451.045.798	176.072.163.232	38.592.809.570	21,92
	343	491.009.593.105	540.338.164.793	127.267.937.353	23,55



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. 127.267.937.363 miliardi e valutato il costo medio teorico di L. 50 milioni per dipendente, risulterebbero 2.545 lavoratori con una spesa media per ciascuna società di 371 milioni, pari a 7 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. 2,1 miliardi con una media di 43 dipendenti ciascuna. In sintesi il 80% del totale dei dipendenti (2052) è alle dipendenze delle prime 143 società che fatturano più di un miliardo.

Classi di fatturato pubblicitario	Società	Ricavi pubblicitari	Ricavi totali	Costo del personale	Costo medio dipendente	Totale Dipendenti	Costo medio società	Media Dipendenti
da 0 a 500 milioni	139	30.300.755.810	34.322.966.120	13.096.320.695	50.000.000	262	94.218.134	2
da 500 mil. a 1 mld.	61	42.677.265.382	45.570.648.223	11.589.742.994	50.000.000	232	189.995.787	4
da 1 mld. 2 mld.	69	100.121.724.886	106.115.493.877	25.478.226.981	50.000.000	510	369.249.666	7
da 2 mld. a 3 mld.	33	81.048.305.368	85.945.580.992	18.566.412.927	50.000.000	371	562.618.574	11
da 3 mld. a 5 mld.	23	85.410.495.861	92.311.312.349	19.944.424.186	50.000.000	399	867.148.878	17
oltre 5 mld.	18	151.451.045.798	176.072.163.232	38.592.809.570	50.000.000	772	2.144.044.976	43
	343	491.009.593.105	540.338.164.793	127.267.937.353		2545		

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

N. Società Totali	Regioni Personale	Ricavi	Costo del del Personale	Inc % Costo Dipen.	Tot.
13	Abruzzo	8.141.934.743	2.521.184.649	30,97	50
1	Basilicata	558.108.734	106.056.988	19,00	2
12	Calabria	19.062.842.741	5.557.255.306	29,15	111
35	Campania	32.145.382.097	6.582.770.067	20,48	132
22	E. Romagna	42.749.108.472	11.524.449.629	26,96	230
6	Friuli	7.891.831.945	2.398.823.082	30,40	48
35	Lazio	37.572.999.104	9.742.368.077	25,93	195
7	Liguria	13.556.455.825	2.698.519.933	19,91	54
30	Lombardia	105.011.986.603	24.586.393.850	23,41	492
9	Marche	8.447.856.715	1.255.796.480	14,87	25
2	Molise	2.033.838.046	242.600.500	11,93	5
24	Piemonte	42.574.925.460	7.348.655.527	17,26	147
24	Puglia	46.643.728.704	7.535.603.028	16,16	151
9	Sardegna	19.236.409.947	7.074.377.383	36,78	141
49	Sicilia	55.058.839.618	16.100.728.191	29,24	322
32	Toscana	27.938.513.221	7.094.582.476	25,39	142
4	Trentino A.A.	6.066.680.919	1.714.332.454	28,26	34
7	Umbria	6.414.730.045	1.617.186.210	25,21	32
2	Valle d'Aosta	1.118.707.281	170.392.790	15,23	3
20	Veneto	58.113.284.573	11.395.860.733	19,61	228
343		540.338.164.793	127.267.937.353	23,55	2.545

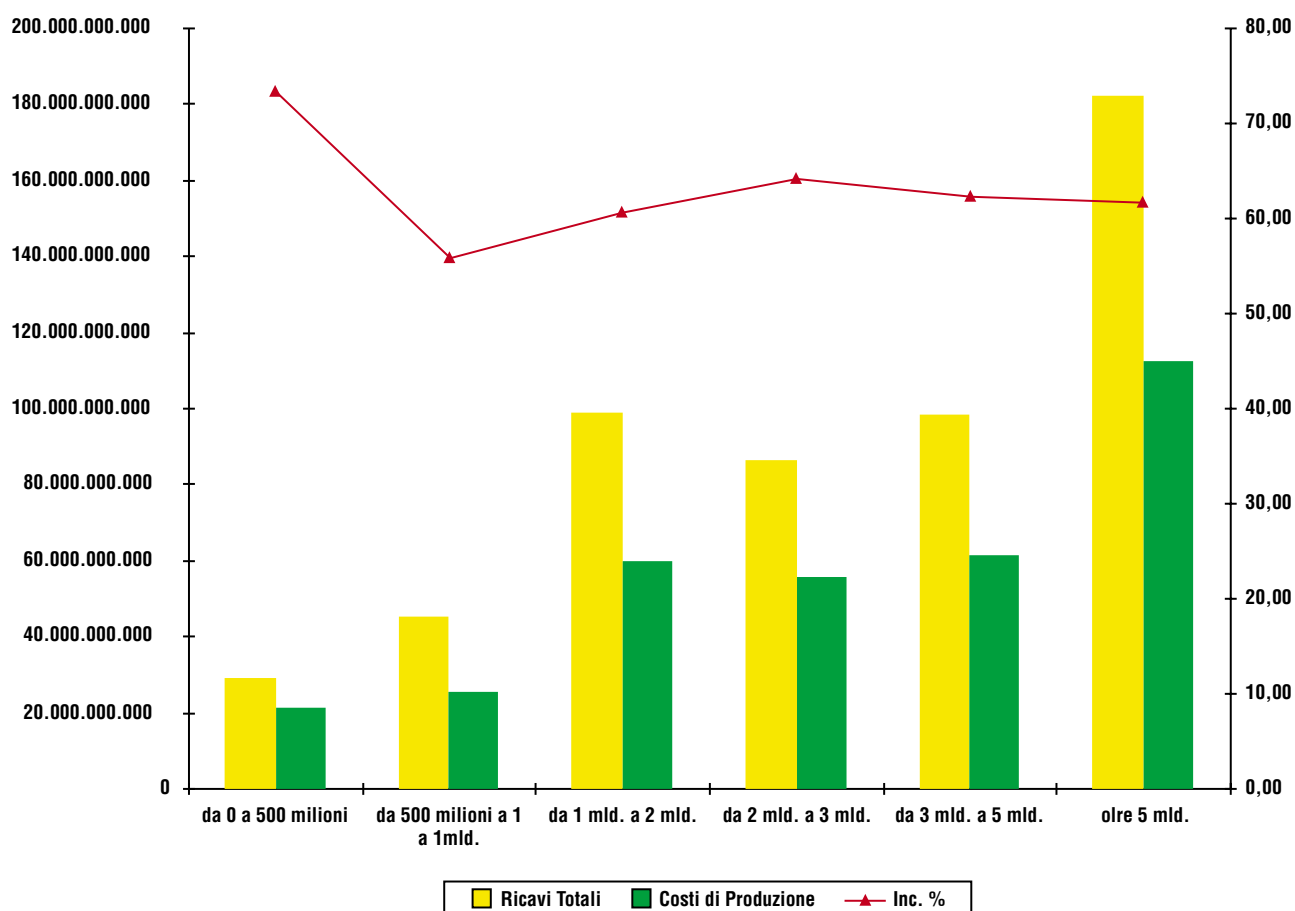
Prendendo in considerazione il costo del lavoro dipendente nelle diverse regioni è possibile riscontrare una maggior incidenza percentuale della spesa del personale sui ricavi totali in Friuli, Abruzzo, Sardegna, Calabria e Sicilia

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. 335.989.040.380 e rappresentano il 62% dei ricavi totali e il 62% dei costi delle 343 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 73% mentre per quelle con ricavi sopra i 500 milioni i costi rappresentano in media il 63% degli introiti.

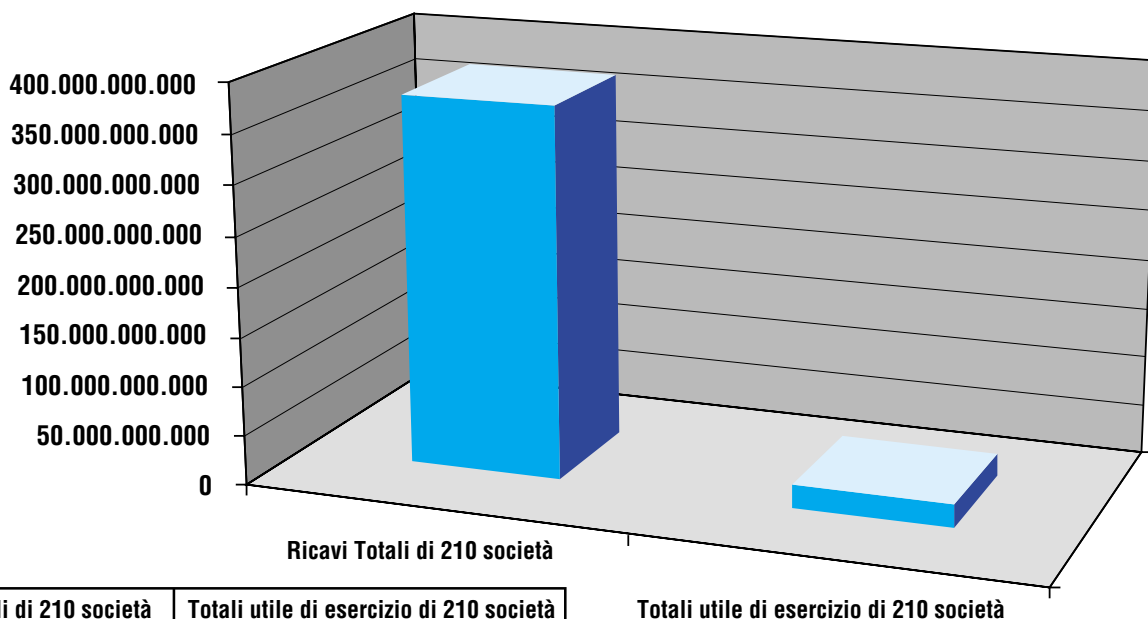
N. Società	Classi di Ricavi Totali	Ricavi Totali	Costi di Produzione	Inc. %
131	da 0 a 500 milioni	28.938.657.018	21.235.151.323	73,38
64	da 500 mil. a 1 mld.	45.178.799.757	25.265.357.755	55,92
68	da 1 mld. a 2 mld.	98.846.205.228	59.987.211.860	60,69
35	da 2 mld. a 3 mld.	86.535.796.335	55.497.895.663	64,13
26	da 3 mld. a 5 mld.	98.364.226.639	61.303.564.912	62,32
19	oltre 5 mld.	182.474.479.816	112.699.858.867	61,76
343		540.338.164.793	335.989.040.380	62,18



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:

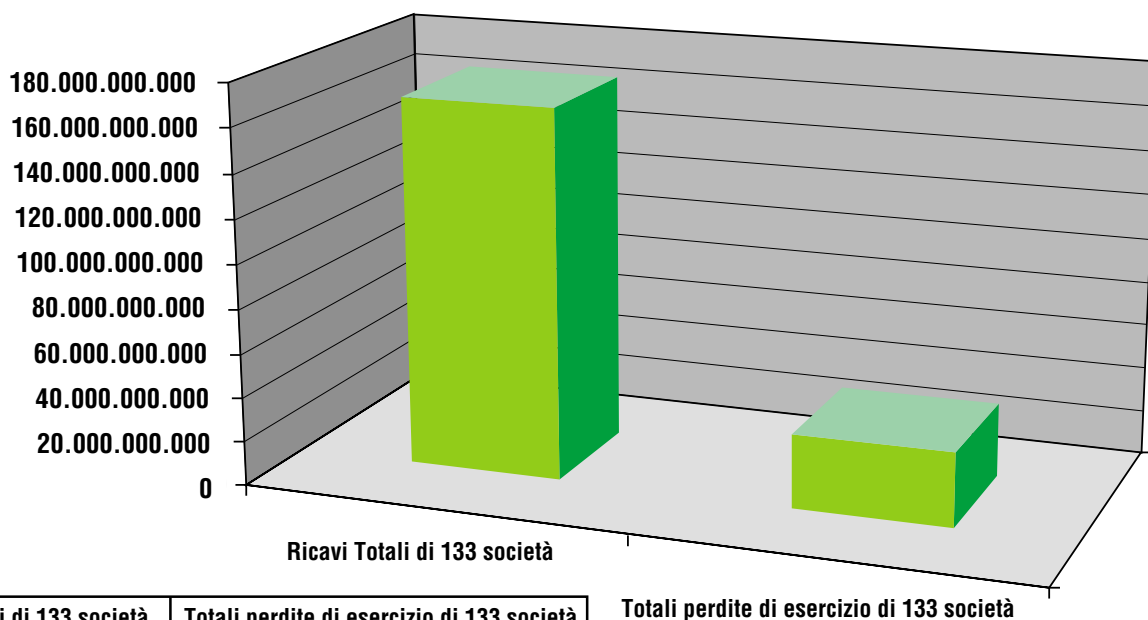
RICAVI TOTALI E UTILI DI 210 SOCIETÀ



Ricavi Totali di 210 società	Totali utile di esercizio di 210 società
373.218.855.278	22.975.418.659

Totali utile di esercizio di 210 società

RICAVI TOTALI E PERDITE DI 133 SOCIETÀ



Ricavi Totali di 133 società	Totali perdite di esercizio di 133 società
167.119.309.515	33.550.192.637

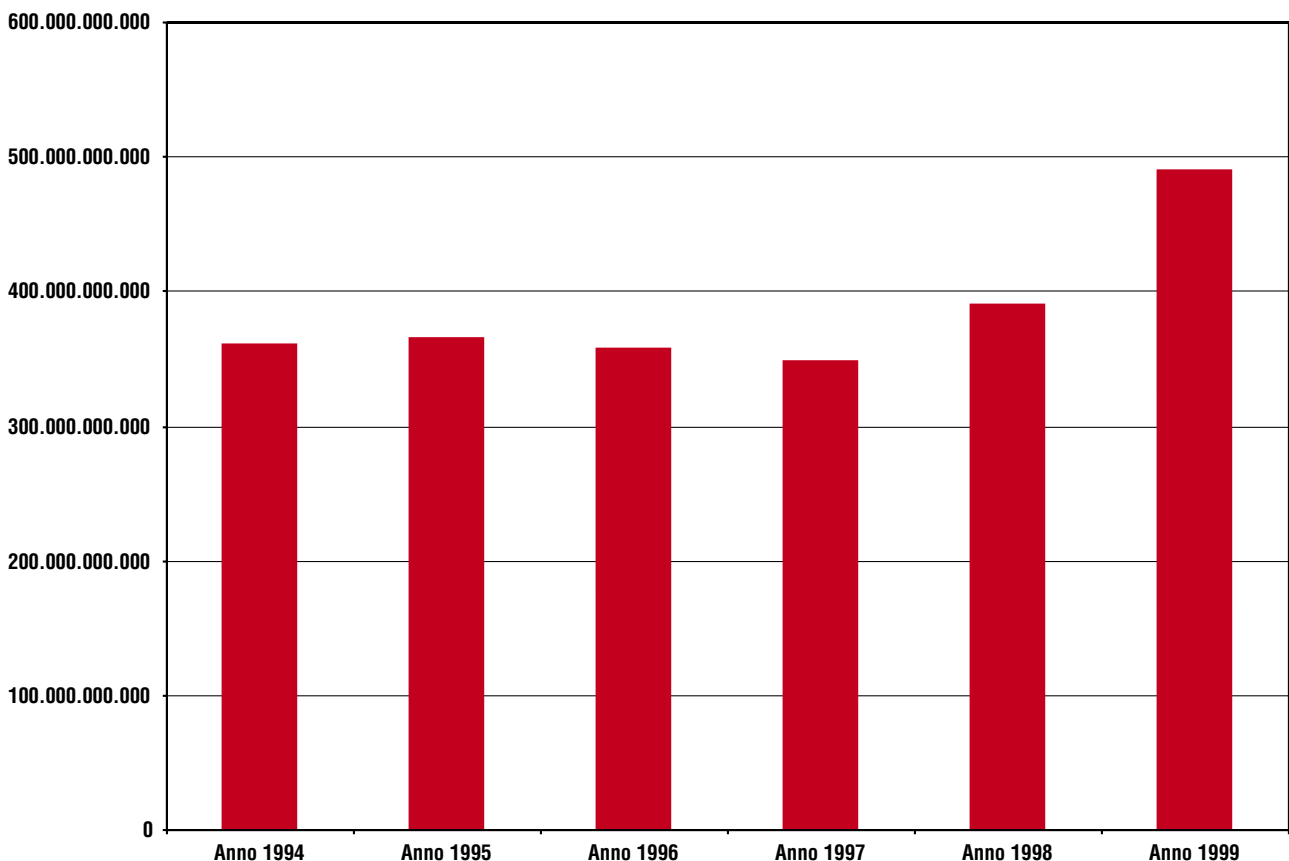
Totali perdite di esercizio di 133 società

RAFFRONTO ANNI 94-95-96-97-98-99 PER FATTURATO PUBBLICITARIO E RISULTATI DI ESERCIZIO

Società rilevate		Fatturato Pubblicitario	Utili	Perdite
322	Anno 1994	362.181.157.161	3.848.966.100	63.808.534.863
333	Anno 1995	366.731.251.883	4.964.090.457	62.058.287.293
333	Anno 1996	359.057.230.582	3.698.157.502	52.388.528.569
292	Anno 1997	348.523.385.148	12.735.059.133	56.191.219.675
294	Anno 1998	390.431.323.961	18.734.657.250	40.849.572.116
343	Anno 1999*	491.009.593.105	22.975.418.659	33.550.192.637

* I dati riguardano circa 50 società in più di quelle rilevate nel biennio precedente

FATTURATO PUBBLICITARIO



RISULTATI D'ESERCIZIO

