

# STUDIO ECONOMICO DEL SETTORE TELEVISIVO LOCALE ITALIANO

## ANALISI DEI BILANCI 2000 DELLE TV LOCALI COMMERCIALI

### Presentazione

*Il presente studio dell'emittenza locale contiene l'analisi dei bilanci 2000 delle società che gestiscono emittenti locali commerciali e segue gli studi relativi ai bilanci 1994, 1995, 1996, 1997, 1998 e 1999 pubblicati a cura della F.R.T. (Federazione Radio Televisioni) e SLC-CGIL, FISTel-CISL e UILSIC-UIL nell'ambito dell'Osservatorio Nazionale delle Imprese Radiotelevisive Private.*



*Lo studio del settore televisivo locale commerciale dell'esercizio 2000 vede come oggetto della ricerca i bilanci delle aziende che amministrano emittenti televisive locali cui sono state rilasciate le concessioni o le autorizzazioni a trasmettere in ambito regionale e provinciale, secondo le graduatorie emanate dal Ministero delle comunicazioni del 9 maggio 2001 e i successivi provvedimenti di riammissione.*

*La ricerca ha preso in esame i principali dati patrimoniali e del conto economico 2000 di 395 società di capitale che gestiscono emittenti televisive locali ed ha individuato la posizione economica delle restanti 60 società che non hanno presentato il bilancio di esercizio; lo studio dunque fornisce un'analisi completa di tutti i soggetti effettivamente operanti nel mercato televisivo locale commerciale.*

**Nota:** Le cifre indicate nel presente studio sono espresse in Lire in quanto riferite a dati di bilancio relativi all'anno 2000

---

Il presente studio è stato concluso nel mese di luglio 2002; 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 2000, anno di riferimento dei bilanci oggetto della ricerca, ammontava a circa 12.200 mld di lire: le emittenti locali coprivano con 600 mld circa il 5% delle entrate totali del sistema televisivo (compreso canoni) e il 7% delle 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 2000 (\*)

Reti	Rai	Mediaset	Altre Naz.	Locali	Totale
Valori assoluti (mld)	5253	4776	1594	600	12.223
Valori %	42,98	39,07	13,04	4,91	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 inserite Stream e Telepiù, i cui ricavi sommano gli introiti da pubblicità agli abbonamenti.

### DISTRIBUZIONE DELLE ENTRATE PUBBLICITARIE NEL 2000

Reti	Rai	Mediaset	Altre Naz.	Locali	Totale
Valori assoluti (mld)	2575	4776	365	600	8316
Valori %	30,96	57,43	4,39	7,22	100

Fonti: stime Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, Media Key, AC Nielsen ed elaborazioni FRT.

In termini di crescita il mercato televisivo locale italiano non registra un incremento significativo delle proprie risorse che rimangono quindi quasi invariate rispetto al 1999.

Nel complesso, solo "le altre tv nazionali" registrano un aumento dei ricavi, dovuto soprattutto al crescente aumento degli abbonati alla televisione a pagamento.

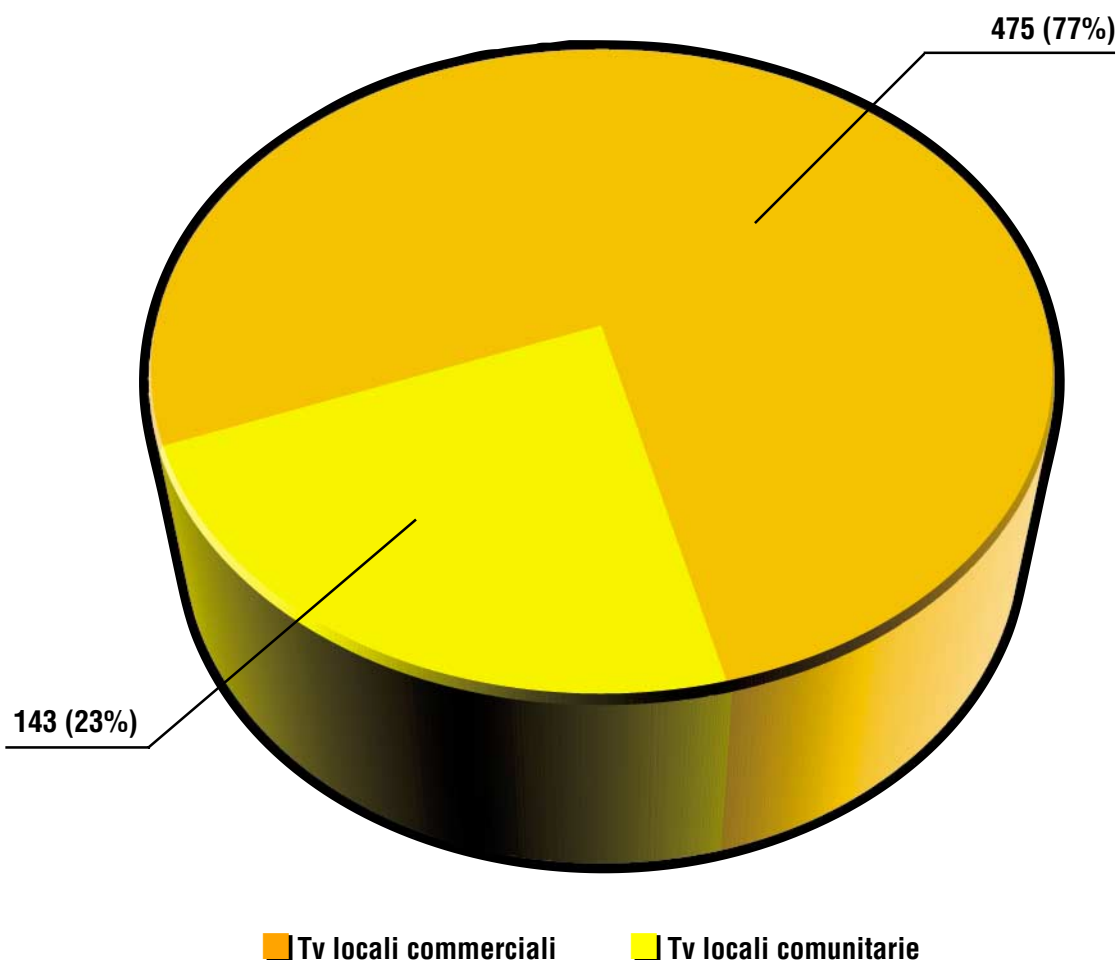
## LA SUDDIVISIONE DEL SETTORE TELEVISIVO LOCALE ITALIANO

### 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-provincial e 1065 autorizzazioni provinciali per un totale complessivo di 2810 concessioni e/o autorizzazioni con 475 emittenti abilitate. Queste sono amministrare da 455 società di capitale.

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)**

<b>TV LOCALI COMMERCIALI</b>							
<b>REGIONI</b>	<b>N. aziende che gestiscono le Tv locali operanti</b>	<b>Concessioni regionali</b>	<b>Autorizzazioni regionali</b>	<b>Concessioni provinciali</b>	<b>Concessioni sub-provinciali</b>	<b>Autorizzazioni provinciali</b>	<b>TOTALI concessioni e/o autorizzazioni rilasciate</b>
ABRUZZO	18	6	11	55	0	12	84
BASILICATA	4	6	12	28	0	16	62
BOLZANO	1	6	3	7	0	1	17
CALABRIA	20	6	14	56	5	26	107
CAMPANIA	49	6	21	70	13	92	202
EMILIA-ROM.	28	6	15	109	0	158	288
FRIULI-V.G.	7	6	13	43	0	7	69
LAZIO	45	6	20	71	0	133	230
LIGURIA	11	6	7	54	0	20	87
LOMBARDIA	39	6	21	108	53	131	319
MARCHE	11	6	11	54	4	27	102
MOLISE	4	6	9	29	0	5	49
PIEMONTE	29	6	22	112	32	76	248
PUGLIA	35	6	21	42	0	45	114
SARDEGNA	13	6	1	10	0	0	17
SICILIA	68	6	8	126	0	140	280
TOSCANA	34	6	18	129	0	102	255
TRENTO	3	6	3	16	3	3	31
UMBRIA	9	6	12	29	0	17	64
V.D'AOSTA	3	6	3	8	2	1	20
VENETO	24	6	17	79	10	53	165
<b>TOTALI</b>	<b>455</b>	<b>126</b>	<b>262</b>	<b>1235</b>	<b>122</b>	<b>1065</b>	<b>2810</b>

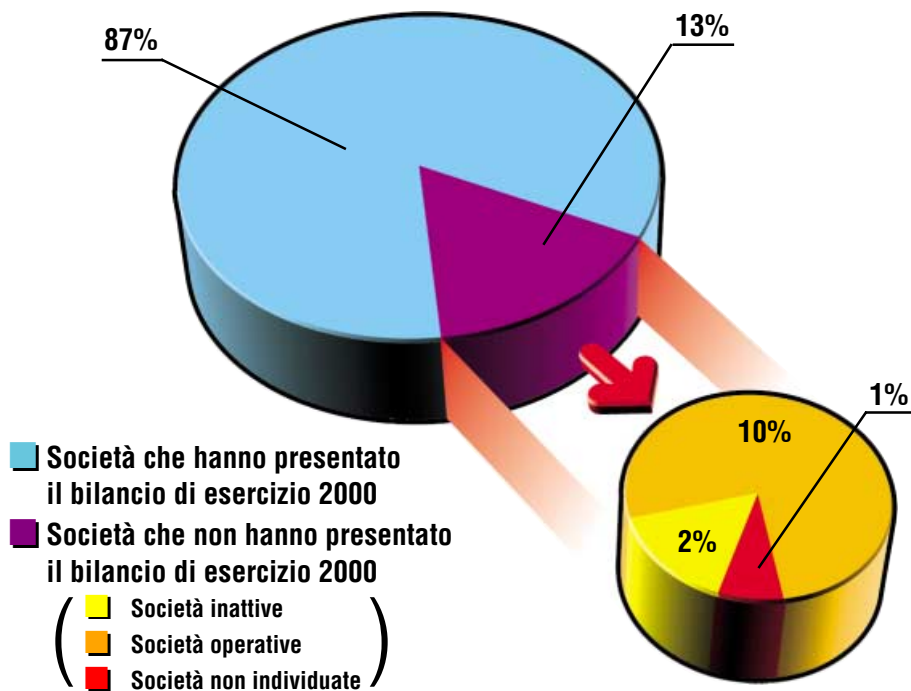
# FINALITÀ, OGGETTO E METODOLOGIA DELLA RICERCA

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 2000 delle 455 società di capitale che amministrano le 475 emittenti locali abilitate.

## Analisi dei dati di esercizio 2000

Delle 455 società di capitale che gestiscono le tv locali commerciali sono stati reperiti i bilanci di 395 società che gestiscono 404 tv locali pari allo 87% delle società di capitale, all'85% delle tv locali commerciali e al 65% dell'universo, comprendente le emittenti comunitarie.

Per quanto riguarda le altre 60 società di capitale concessionarie che non hanno presentato il loro bilancio, è stata effettuata un'ulteriore indagine che ha consentito di verificare la loro posizione economica con i seguenti risultati: 5 società non sono state individuate, 10 società sono inattive e 45 società sono attive.



Per dare una chiara indicazione della situazione economico-finanziaria delle società emittenti sono state effettuate le seguenti elaborazioni:

### 1) Patrimonio Netto:

- classi di patrimonio netto
- composizione percentuale per classi di patrimonio netto
- copertura attivo da patrimonio netto

### 2) Ricavi:

- ricavi complessivi
- fatturato pubblicitario
- composizione percentuale delle società per classi di fatturato
- distribuzione geografica

### 3) Lavoro dipendente:

- costo totale ed incidenza sui ricavi
- personale dipendente suddiviso per classi di ricavi pubblicitari
- personale dipendente suddiviso per regione

### 4) Costi di produzione:

- rapporto costi di produzione e classi di ricavi totali

### 5) Risultati di esercizio:

- società in utile, incidenza degli utili sui ricavi
- società in perdita, incidenza delle perdite sui ricavi

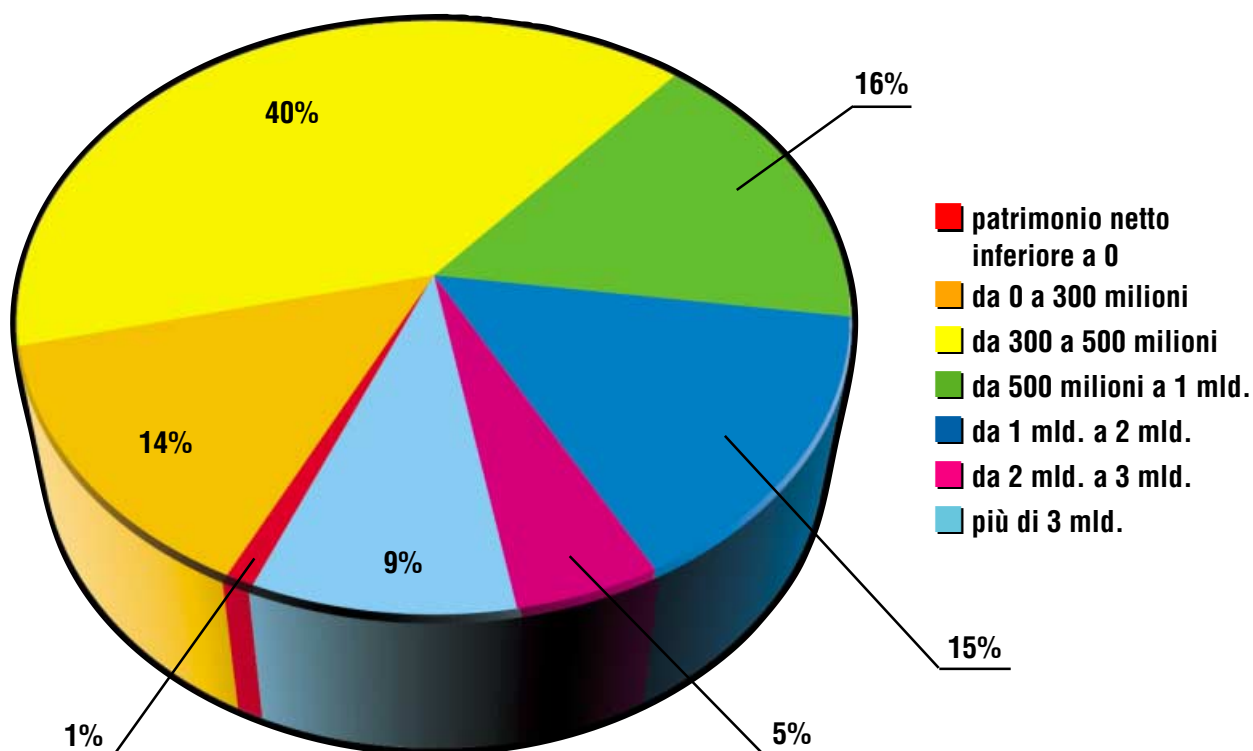
# IL PATRIMONIO NETTO

## A) CLASSI DI PATRIMONIO NETTO

La somma di tutti i patrimoni netti è pari a L. 481.825.400.995. Dall'analisi dei dati emerge che 60 società di capitale hanno un patrimonio netto inferiore ai 300 milioni, 219 fra 300 milioni e 1 mld e 116 superiore a 1 miliardo e più precisamente:

Classi di Patrimonio Netto	Società
Patrimonio netto inferiore a 0	5
dal 0 a 300 milioni	55
da 300 a 500 milioni	155
da 500 milioni a 1 mld.	64
da 1 a 2 mld.	61
da 2 a 3 mld.	20
piu' di 3 mld.	35
	<b>395</b>

## B) COMPOSIZIONE PERCENTUALE DELLE 395 SOCIETÀ PER CLASSI DI PATRIMONIO NETTO

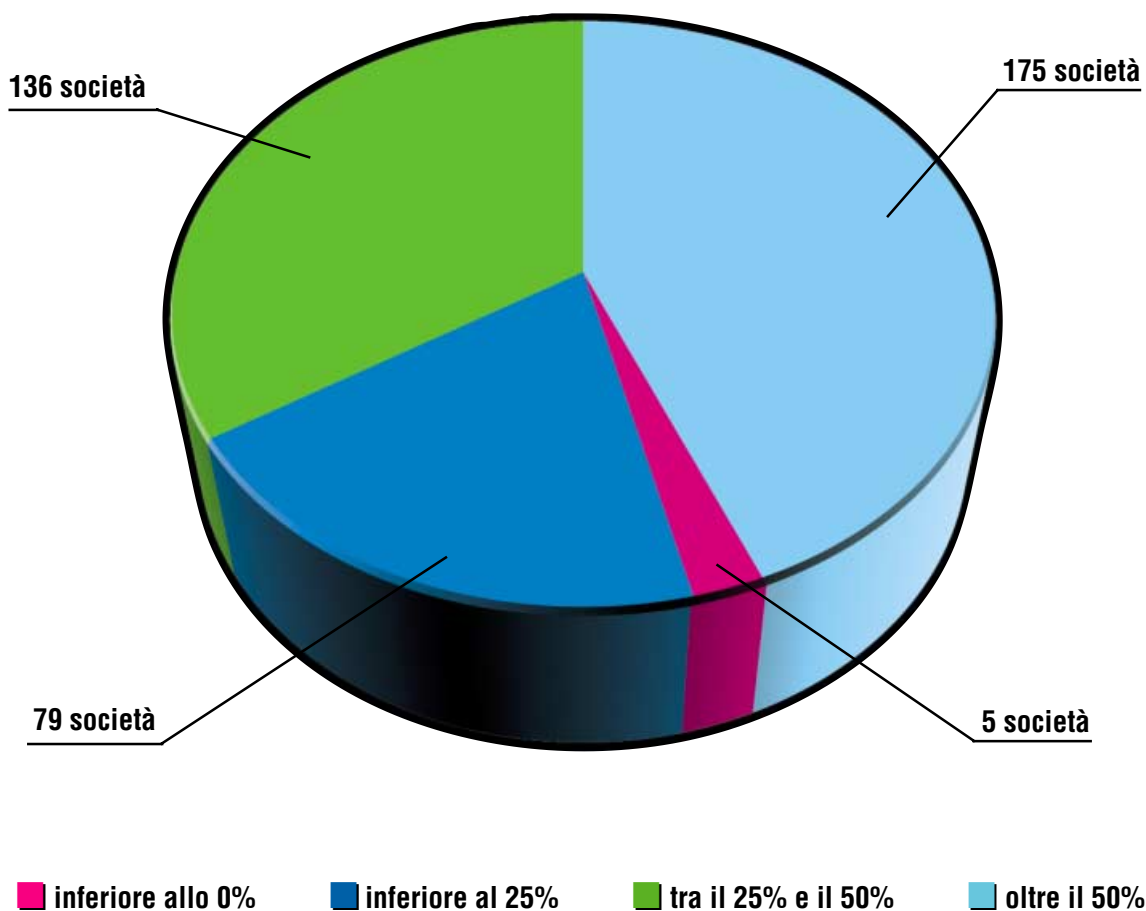


## C) COPERTURA ATTIVO DA PATRIMONIO NETTO

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 395 società di capitale analizzate 175 hanno un rapporto di copertura degli investimenti e delle altre attività maggiore del 50%, e più precisamente:

Copertura attivo/netto	Società
inferiore allo 0%	5
inferiore al 25%	79
tra il 25% e il 50%	136
oltre il 50%	175
	<b>395</b>

### PATRIMONIO NETTO/TOTALE ATTIVO

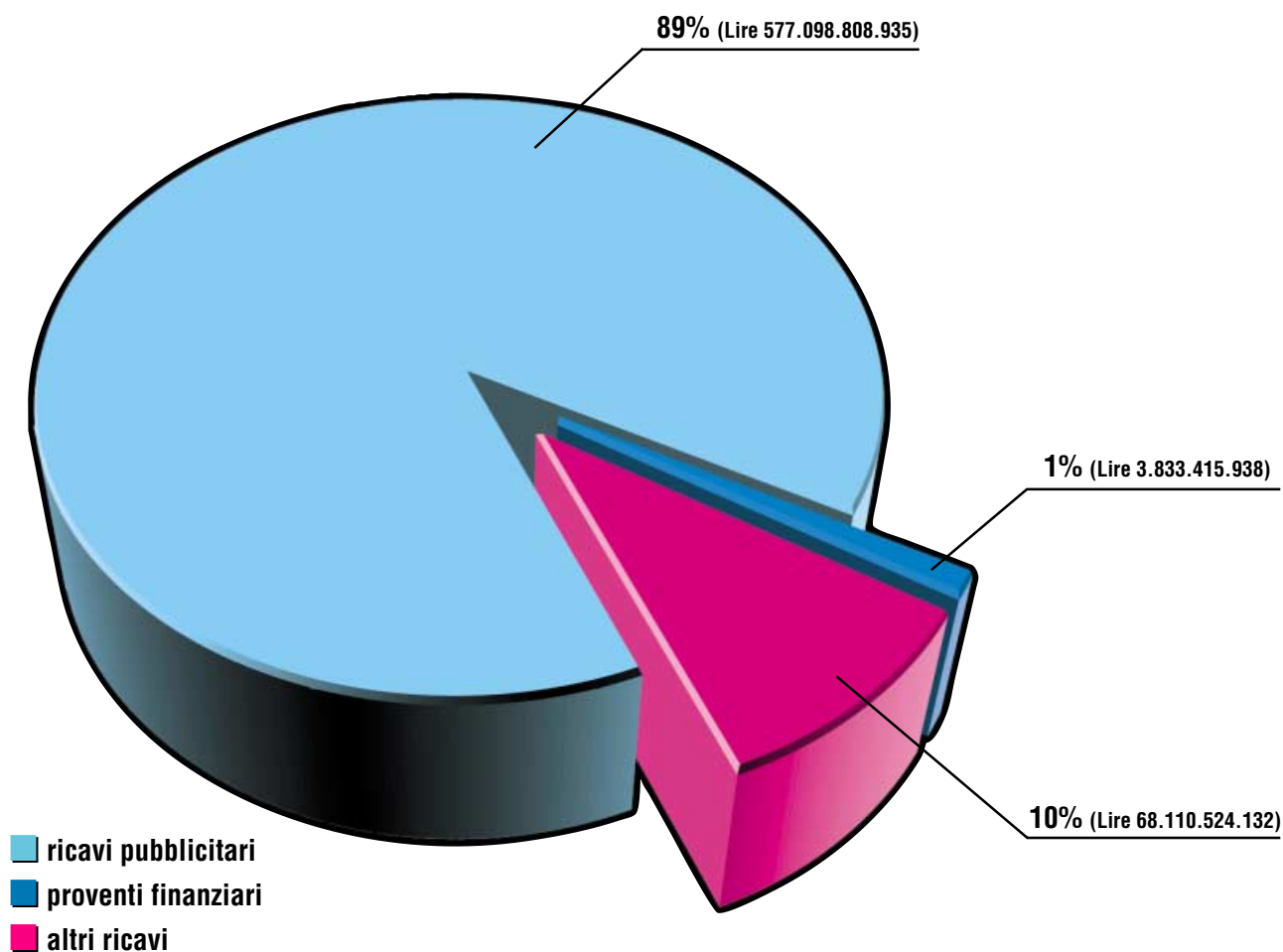


# I RICAVI DELLE EMITTENTI TELEVISIVE LOCALI COMMERCIALI

## A) RICAVI COMPLESSIVI

Il totale dei ricavi delle 395 società prese in esame nell'anno 2000 è stato di L. 649.042.749.005, di cui L. 577.098.808.935 provenienti dalla pubblicità, L. 68.110.524.132 provenienti da altre attività e L. 3.833.415.938 di proventi finanziari. I relativi costi ammontano a L. 657.416.932.103.

### COMPOSIZIONE DEI RICAVI DELLE 395 SOCIETÀ



## B) IL FATTURATO PUBBLICITARIO

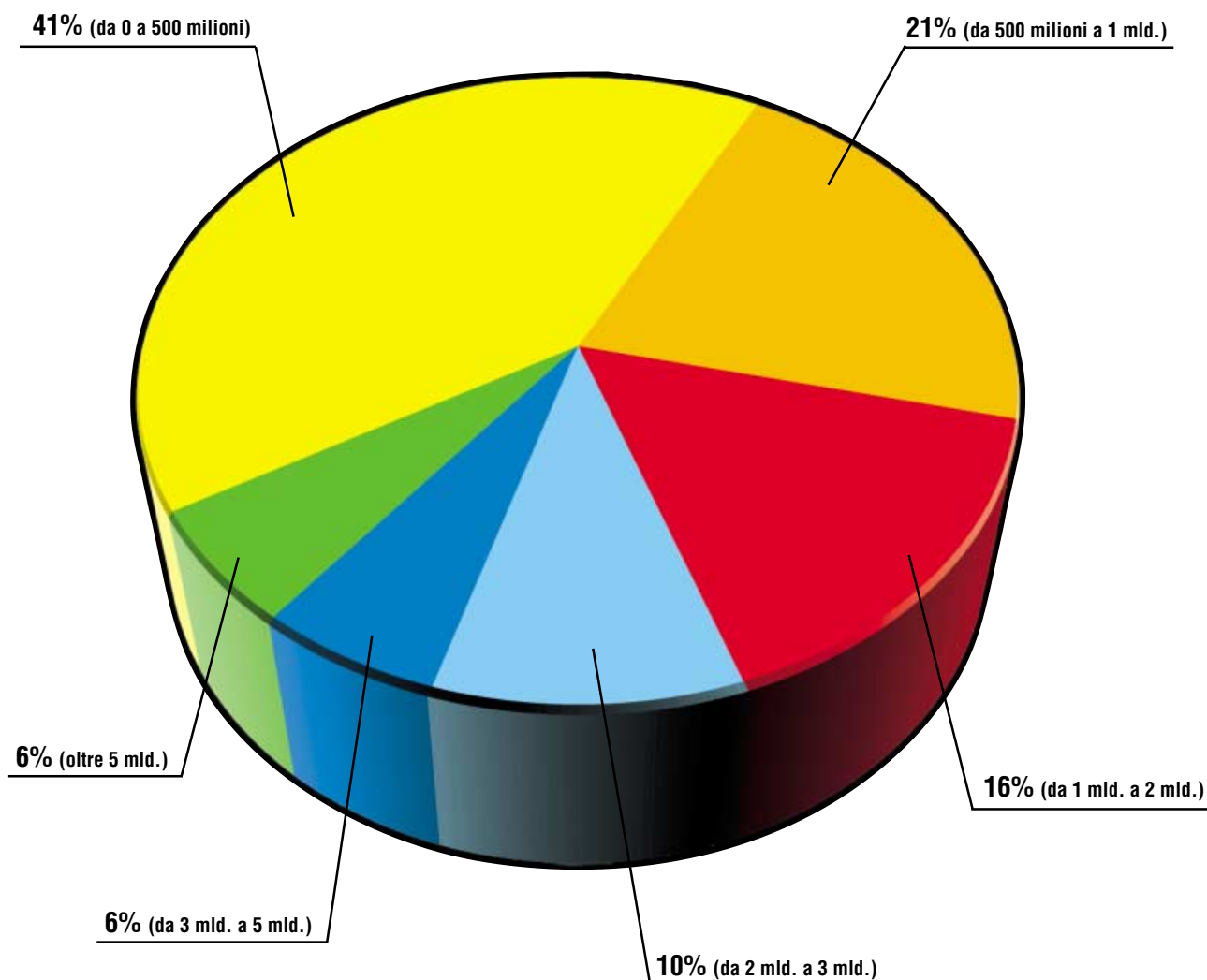
Il fatturato pubblicitario delle società esaminate risulta pari a L. 577.098.808.935, corrispondente alla quasi totalità del mercato locale. Infatti, da studi di settore, la pubblicità afferente le tv locali al lordo dei costi di acquisizione è stata valutata circa 600 mld, pari a circa il 7,5% del totale della pubblicità del settore televisivo.



## C) COMPOSIZIONE PERCENTUALE DELLE SOCIETÀ PER CLASSI DI FATTURATO

Il fatturato medio per società è di circa 1,461 mld e, come si può dedurre dalla divisione per classi di fatturato, 152 società superano il mld, mentre 243 società (il 61,51% delle aziende esaminate) hanno degli introiti pubblicitari inferiori al miliardo.

Classi di fatturato pubblicitario	Società
da 0 a 500 milioni	160
da 500 milioni a 1 mld.	83
da 1 mld. a 2 mld.	64
da 2 mld. a 3 mld.	41
da 3 mld. a 5 mld.	25
oltre 5 mld.	22
	<b>395</b>



## D) DISTRIBUZIONE GEOGRAFICA

La distribuzione geografica delle società secondo le classi di fatturato mostra che al centro-sud (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	9	4	0	1	0	0	14
Basilicata	2	0	0	0	0	0	2
Calabria	6	3	4	0	0	1	14
Campania	18	9	3	2	2	0	34
E. Romagna	6	5	6	7	1	2	27
Friuli-Ven. Giulia	4	0	1	1	1	0	7
Lazio	18	10	6	3	3	1	41
Liguria	5	1	1	2	2	0	11
Lombardia	9	6	7	4	5	6	37
Marche	4	3	0	2	0	0	9
Molise	1	0	1	0	0	0	2
Piemonte	4	6	8	7	3	0	28
Puglia	12	8	3	4	2	1	30
Sardegna	6	2	2	0	1	1	12
Sicilia	35	8	6	1	1	4	55
Toscana	14	7	7	4	1	0	33
Trentino A.A.	1	0	1	2	0	0	4
Umbria	3	3	3	0	0	0	9
Valle d'Aosta	1	1	0	0	0	0	2
Veneto	2	7	5	1	3	6	24
	<b>160</b>	<b>83</b>	<b>64</b>	<b>41</b>	<b>25</b>	<b>22</b>	<b>395</b>

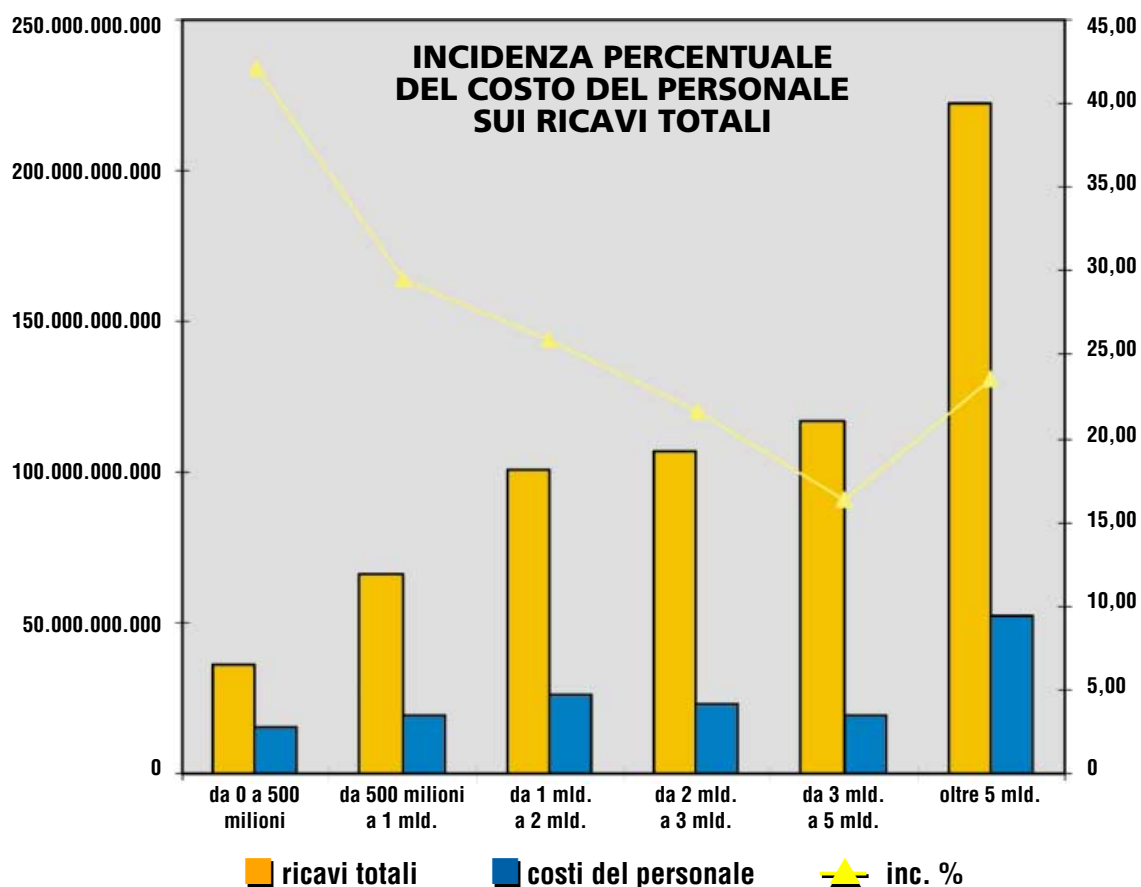
# IL LAVORO DIPENDENTE

## A) COSTO TOTALE ED INCIDENZA SUI RICAVI

Nel 2000 le 395 società esaminate hanno speso per il personale dipendente 155.450.133.882 di lire, pari al 24% del totale dei ricavi e al 23,64% dei costi totali.

Il costo del lavoro dipendente pesa in misura percentuale maggiore nelle 160 società con fatturato pubblicitario inferiore ai 500 milioni, con una incidenza percentuale del 42 % 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 29%; tra queste, le società con un fatturato fra i 3-5 mld vedono una incidenza solo del 16% del costo del personale sul proprio fatturato pubblicitario.

Classi di fatturato pubblicitario	Società	Ricavi pubblicitari	Ricavi totali	Costo del personale	Inc/ric. Totali
da 0 a 500 milioni	160	31.997.534.555	35.821.568.797	15.083.667.134	42,11
da 500 mil. a 1mld.	83	60.000.546.693	65.921.281.494	19.485.676.815	29,56
da 1mld. 2 mld.	64	93.129.113.382	100.503.056.228	25.982.757.019	25,85
da 2 mld. a 3mld.	41	99.063.138.201	107.054.548.365	23.193.617.452	21,67
da 3 mld. a 5 mld.	25	96.366.923.901	117.061.832.489	19.157.521.137	16,37
oltre 5 mld.	22	196.541.552.203	222.680.461.632	52.546.894.325	23,60
	<b>395</b>	<b>577.098.808.935</b>	<b>649.042.749.005</b>	<b>155.450.133.882</b>	<b>23,95</b>



## 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. 155.450.133.882 e valutato il costo medio teorico di L. 50 milioni per dipendente, risulterebbero 3.109 lavoratori con una spesa media per ciascuna società di 393 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. 2,3 miliardi con una media di 48 dipendenti ciascuna. In sintesi il 75% del totale dei dipendenti (2388) è alle dipendenze delle prime 152 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	160	31.997.534.555	35.821.568.797	15.083.667.134	50.000.000	302	94.272.920	2
da 500 mil. a 1mld.	83	60.000.546.693	65.921.281.494	19.485.676.815	50.000.000	390	234.767.191	5
da 1mld. 2 mld.	64	93.129.113.382	100.503.056.228	25.982.757.019	50.000.000	520	405.980.578	8
da 2 mld. a 3mld.	41	99.063.138.201	107.054.548.365	23.193.617.452	50.000.000	464	565.697.987	11
da 3 mld. a 5 mld.	25	96.366.923.901	117.061.832.489	19.157.521.137	50.000.000	383	766.300.845	15
oltre 5 mld.	22	196.541.552.203	222.680.461.632	52.546.894.325	50.000.000	1.051	2.388.495.197	48
	<b>395</b>	<b>577.098.808.935</b>	<b>649.042.749.005</b>	<b>155.450.133.882</b>		<b>3.109</b>		

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

<b>N. Società Totali</b>	<b>Regioni Personale</b>	<b>Ricavi</b>	<b>Costo del del Personale</b>	<b>Inc % Costo Dipen.</b>	<b>Tot.</b>
14	Abruzzo	7.865.012.311	2.588.457.166	32,91	52
2	Basilicata	1.574.968.561	221.643.770	14,07	4
14	Calabria	15.183.563.854	5.609.508.974	36,94	112
34	Campania	28.139.575.371	6.759.289.886	24,02	135
27	E. Romagna	53.012.715.005	14.496.379.828	27,35	290
7	Friuli-Ven. G.	9.325.596.939	3.034.920.765	32,54	61
41	Lazio	44.180.817.578	13.482.915.424	30,52	270
11	Liguria	16.390.210.524	3.348.917.654	20,43	67
37	Lombardia	139.741.949.464	31.354.170.971	22,44	627
9	Marche	8.064.373.445	1.482.442.969	18,38	30
2	Molise	2.142.883.340	290.836.388	13,57	6
28	Piemonte	48.836.733.179	8.635.311.226	17,68	173
30	Puglia	60.984.869.478	10.896.463.945	17,87	218
12	Sardegna	22.346.246.462	7.866.991.553	35,20	157
55	Sicilia	70.788.148.342	18.111.014.428	25,58	362
33	Toscana	33.223.071.441	9.336.495.298	28,10	187
4	Trentino A.A.	7.594.830.422	1.746.984.815	23,00	35
9	Umbria	7.386.893.559	2.234.474.172	30,25	45
2	Valle d'Aosta	1.216.602.274	168.394.094	13,84	3
24	Veneto	71.043.687.456	13.784.520.556	19,40	276
<b>395</b>		<b>649.042.749.005</b>	<b>155.450.133.882</b>	<b>23,95</b>	<b>3.109</b>

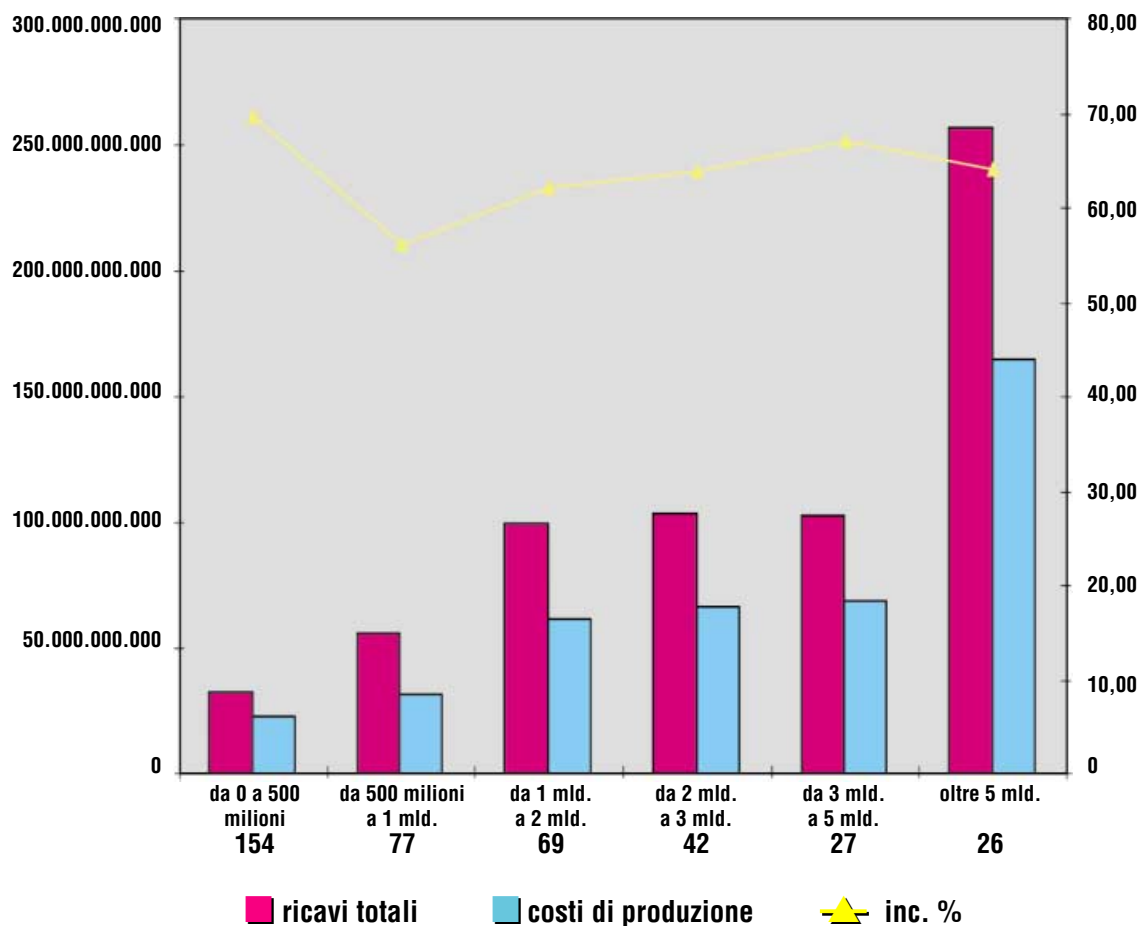
Prendendo in considerazione il costo del lavoro dipendente nelle diverse regioni è possibile riscontrare una maggior incidenza percentuale della spesa del personale sui ricavi totali in Friuli-Venezia Giulia, Abruzzo, Sardegna, Calabria, Umbria e Lazio.

## I 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. 414.351.022.191 e rappresentano il 63,84% dei ricavi totali e il 63% dei costi delle 395 società oggetto della ricerca.

La maggior incidenza percentuale dei costi sui ricavi totali riguarda le società con introiti inferiore ai 500 milioni (quasi 70%) e quelle appartenenti alla fascia tra i 3 ai 5 mld (67,14%). L'incidenza dei costi è minore nelle società che fatturano dai 500 milioni a 1 mld (il 56,20%).

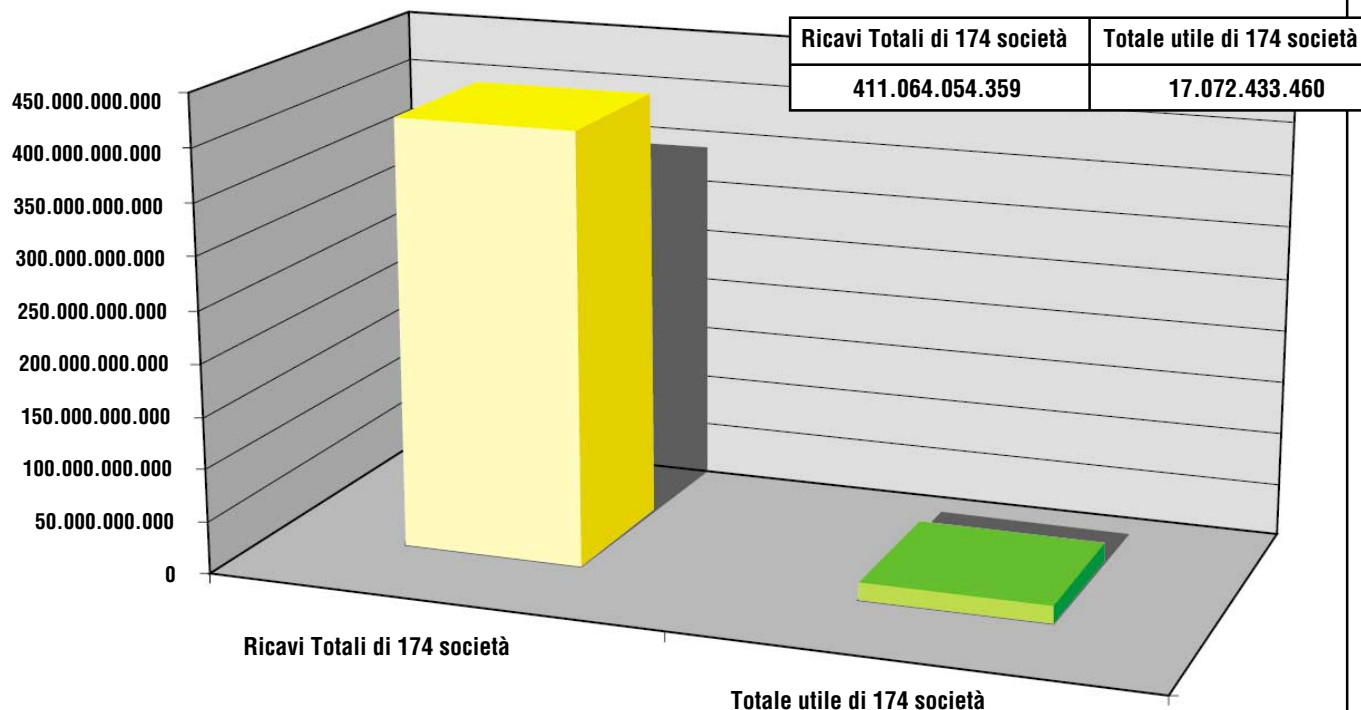
N. Società	Classi di Ricavi Totali	Ricavi Totali	Costi di Produzione	Inc. %
154	da 0 a 500 milioni	32.383.798.502	22.546.511.876	69,62
77	da 500 mil. a 1 mld.	55.402.825.860	31.134.780.134	56,20
69	da 1 mld. a 2 mld.	99.158.904.953	61.611.096.272	62,13
42	da 2 mld. a 3 mld.	103.059.910.637	65.775.512.682	63,82
27	da 3 mld. a 5 mld.	102.325.007.412	68.705.573.510	67,14
26	oltre 5 mld.	256.712.301.641	164.577.547.717	64,11
<b>395</b>		<b>649.042.749.005</b>	<b>414.351.022.191</b>	<b>63,84</b>



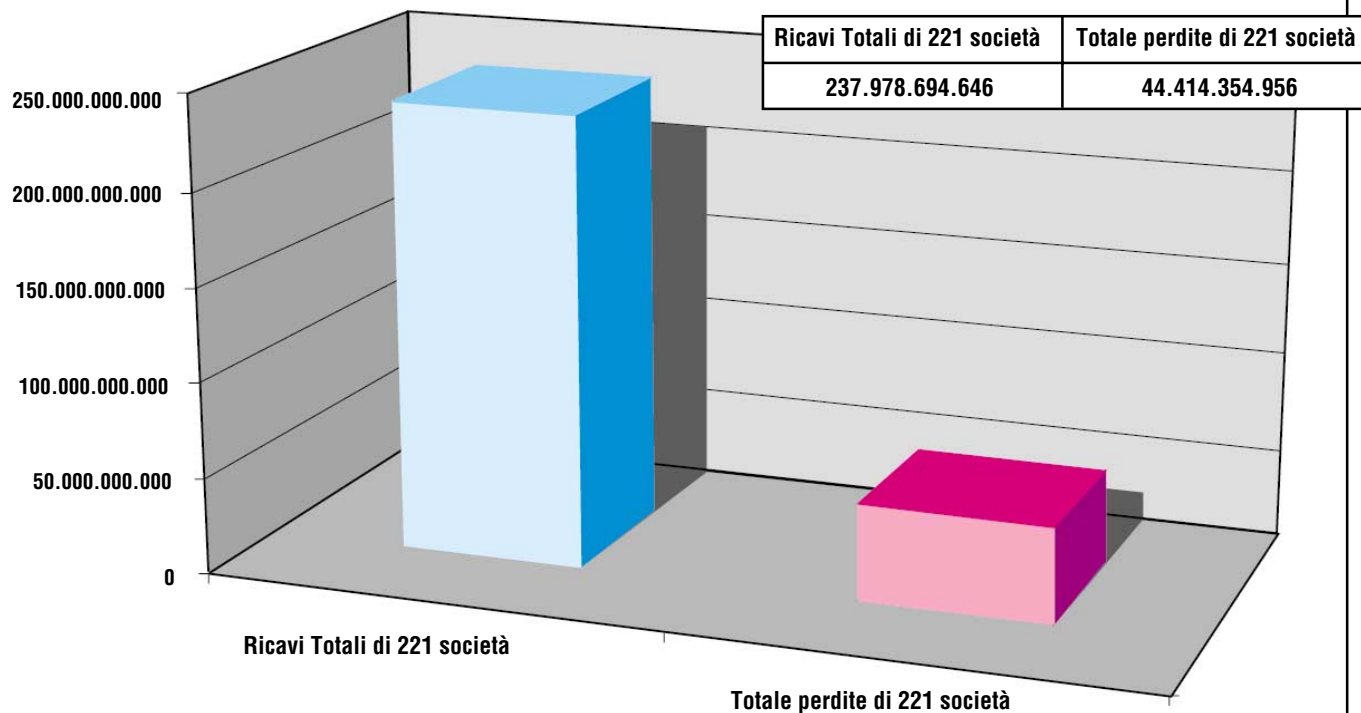
## IL RISULTATO DI ESERCIZIO

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

### RICAVI TOTALI E UTILI DI 174 SOCIETÀ



### RICAVI TOTALI E PERDITE DI 221 SOCIETÀ

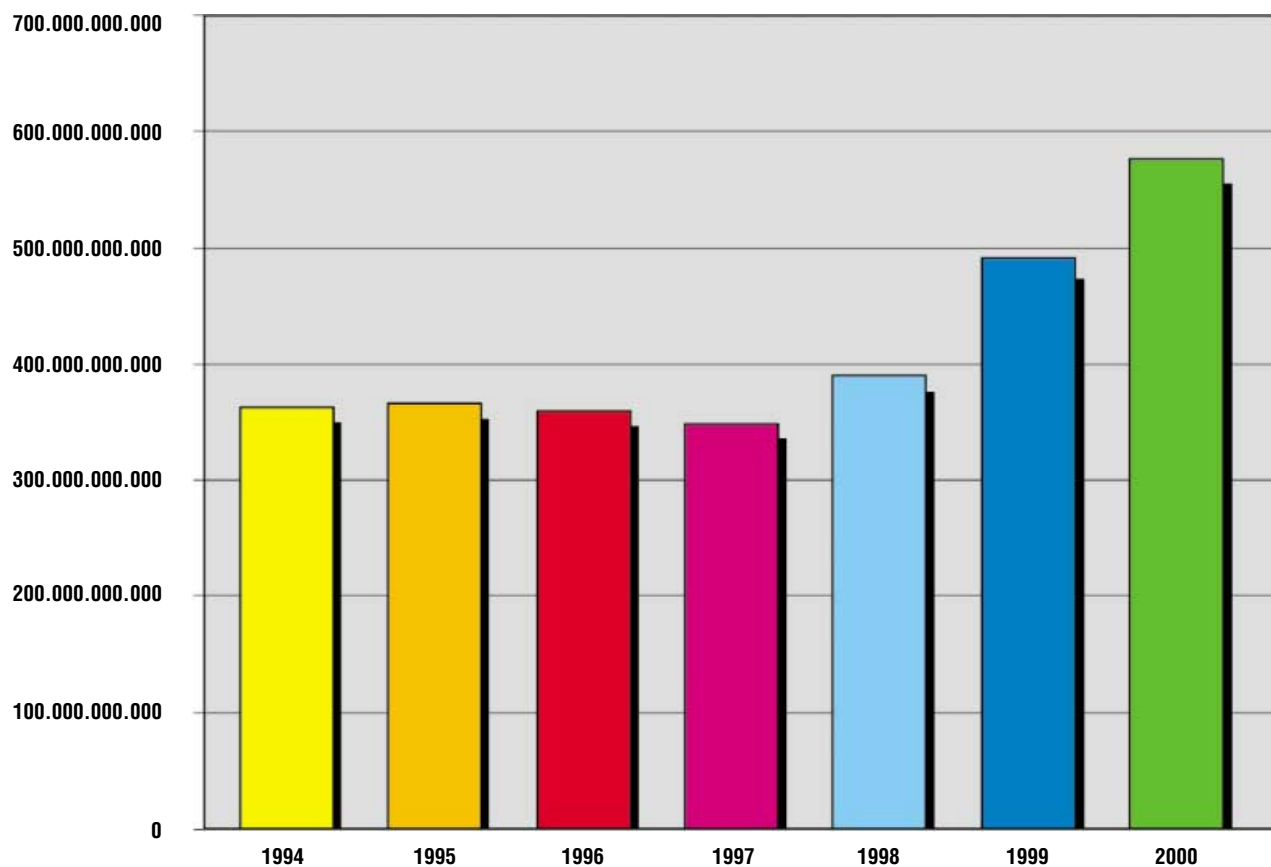


## RAFFRONTO ANNI 94-95-96-97-98-99-2000 PER FATTURATO PUBBLICITARIO E RISULTATI DI ESERCIZIO

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
395	Anno 2000	577.098.808.935	17.072.433.460	44.414.354.956

I dati 1999 e 2000 riguardano circa 100 società in più di quelle rilevate nel biennio precedente.

### FATTURATO PUBBLICITARIO





## RISULTATI D'ESERCIZIO

