

STUDIO ECONOMICO DEL SETTORE TELEVISIVO LOCALE ITALIANO

ANALISI DEI BILANCI 2001 DELLE TV LOCALI COMMERCIALI

Presentazione

Il presente studio dell'emittenza locale contiene l'analisi dei bilanci 2001 delle società che gestiscono emittenti locali commerciali e segue gli studi relativi ai bilanci 1994, 1995, 1996, 1997, 1998, 1999 e 2000 pubblicati a cura della F.R.T. (Federazione Radio Televisioni) e SLC CGIL, FISTel-CISL e UILCOM-UIL nell'ambito dell'Osservatorio Nazionale delle Imprese Radiotelevisive Private.



Lo studio del settore televisivo locale commerciale dell'esercizio 2001 vede come oggetto della ricerca i bilanci delle aziende che amministrano emittenti televisive locali a cui sono state rilasciate la concessione e/o autorizzazione 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 2001 di 380 società di capitale che gestiscono emittenti televisive locali ed ha individuato la posizione presso le rispettive Camere di Commercio delle restanti 75 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.

N B: Il presente studio è stato concluso nel mese di luglio 2003; 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 2001, anno di riferimento dei bilanci oggetto della ricerca, ammontava a circa 5.597 milioni di euro: le emittenti locali coprivano con 400 milioni circa il 7% delle entrate totali del sistema televisivo (compreso canoni) e il 11,81 % 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 2001 (*)

Reti	Rai	Mediaset	Altre Naz.	Locali	Totale
Valori assoluti (mln €)	2.378	1.847	972	400	5.597
Valori %	42,49	33,00	17,37	7,14	100,00

(*) 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 2001 (*)

Reti	Rai	Mediaset	Altre Naz.	Locali	Totale
Valori assoluti (mln €)	951	1.847	188	400	3.386
Valori %	28,09	54,55	5,55	11,81	100,00

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

Nel settore delle tv locali commerciali si riscontra nel 2001 una ulteriore progressiva, anche se lenta, crescita del fatturato pubblicitario; va inoltre evidenziato che, effettuando un raffronto con l'esercizio 2000, i ricavi provenienti da altre attività registrano un incremento di 12 milioni di euro dovuto all'erogazione dei contributi alle emittenti da parte dello Stato. I risultati di esercizio dimostrano infine un equilibrio fra utili e perdite.

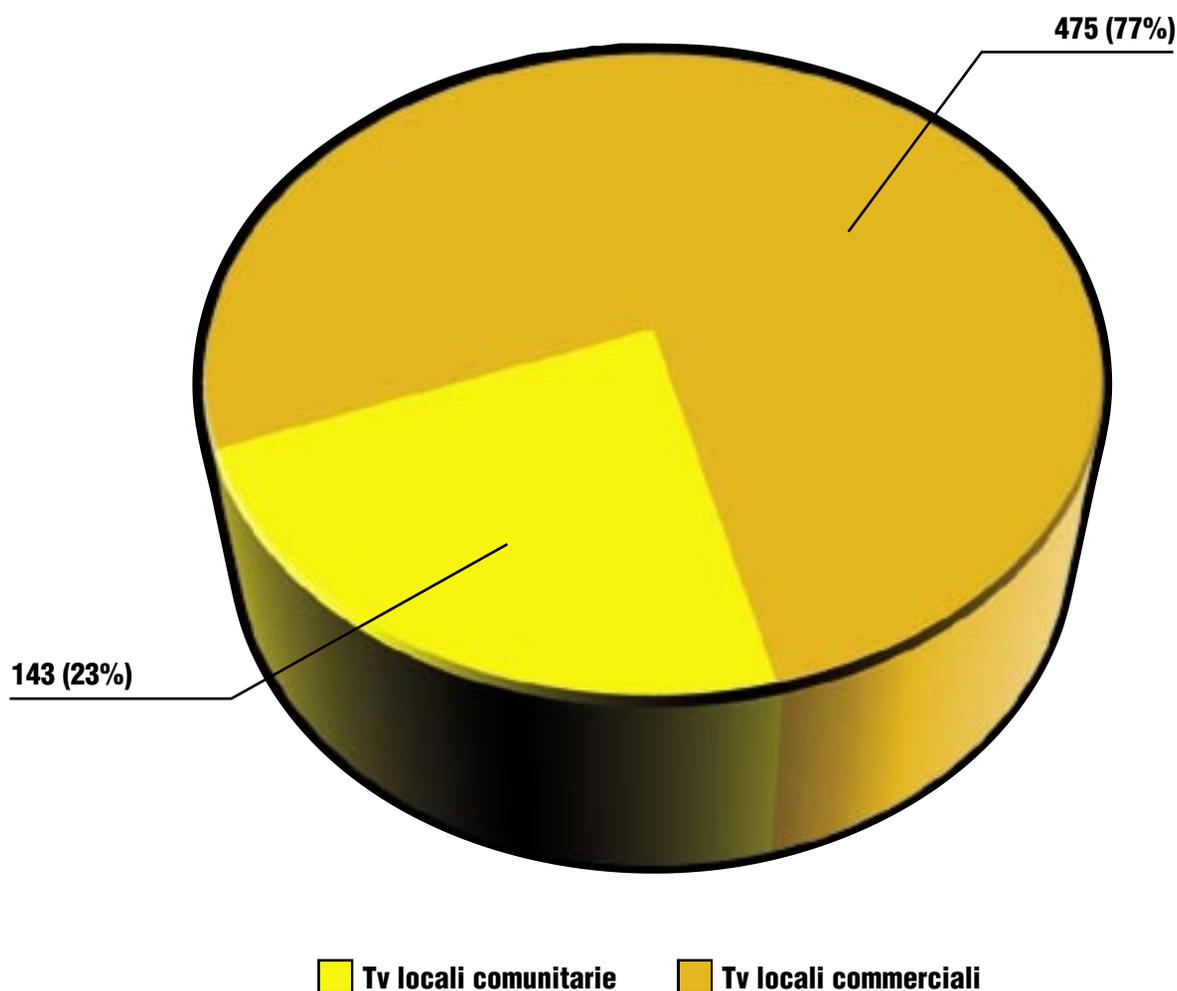
LA SUDDIVISIONE DEL SETTORE TELEVISIVO LOCALE ITALIANO

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)**

REGIONI	TV LOCALI COMMERCIALI						
	N. società che gestiscono le Tv locali operanti	Concessioni regionali	Autorizzazioni regionali	Concessioni provinciali	Concessioni sub-provinciali	Autorizzazioni provinciali	TOTALI concessioni e/o autorizzazioni rilasciate
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
TOTALI	455	126	262	1235	122	1065	2810

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 2001 delle 455 società di capitale che amministrano le 475 emittenti locali abilitate.

Analisi dei dati di esercizio 2001

La metodologia adottata ha permesso di acquisire i dati di bilancio dell'esercizio 2001, controllare la posizione delle società i cui bilanci non erano presenti in archivio e infine verificare gli eventuali cambiamenti avvenuti durante il periodo 2000-2001.

Società	Anno 2000	Anno 2001
NON INDIVIDUATE	5	4
CHE HANNO CESSATO L'ATTIVITA'	0	6
IN LIQUIDAZIONE	0	8
INATTIVE	10	0
ATTIVE I CUI BILANCI NON SONO PRESENTI IN ARCHIVIO (*)	45	55
ATTIVE CON BILANCI PRESENTI IN ARCHIVIO	395	382 (**)
	455	455

(*) Si tratta di società che possono non aver consegnato il proprio bilancio oppure averlo consegnato oltre i termini, o averlo presentato con delle anomalie che impediscono il caricamento dei dati.

(**) Due società svolgono attività diversificate e quindi non sono oggetto di quest'analisi.

Delle 455 società di capitale che gestiscono le tv locali commerciali sono stati reperiti i bilanci di 380 società che gestiscono 388 tv locali pari al 83 % delle società di capitale, al 81 % delle tv locali commerciali e al 62% dell'universo, comprendente le emittenti comunitarie (che non hanno l'obbligo di presentare il bilancio).

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) composizione percentuale delle società per classi di fatturato
 - c) 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:**
 - a) 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

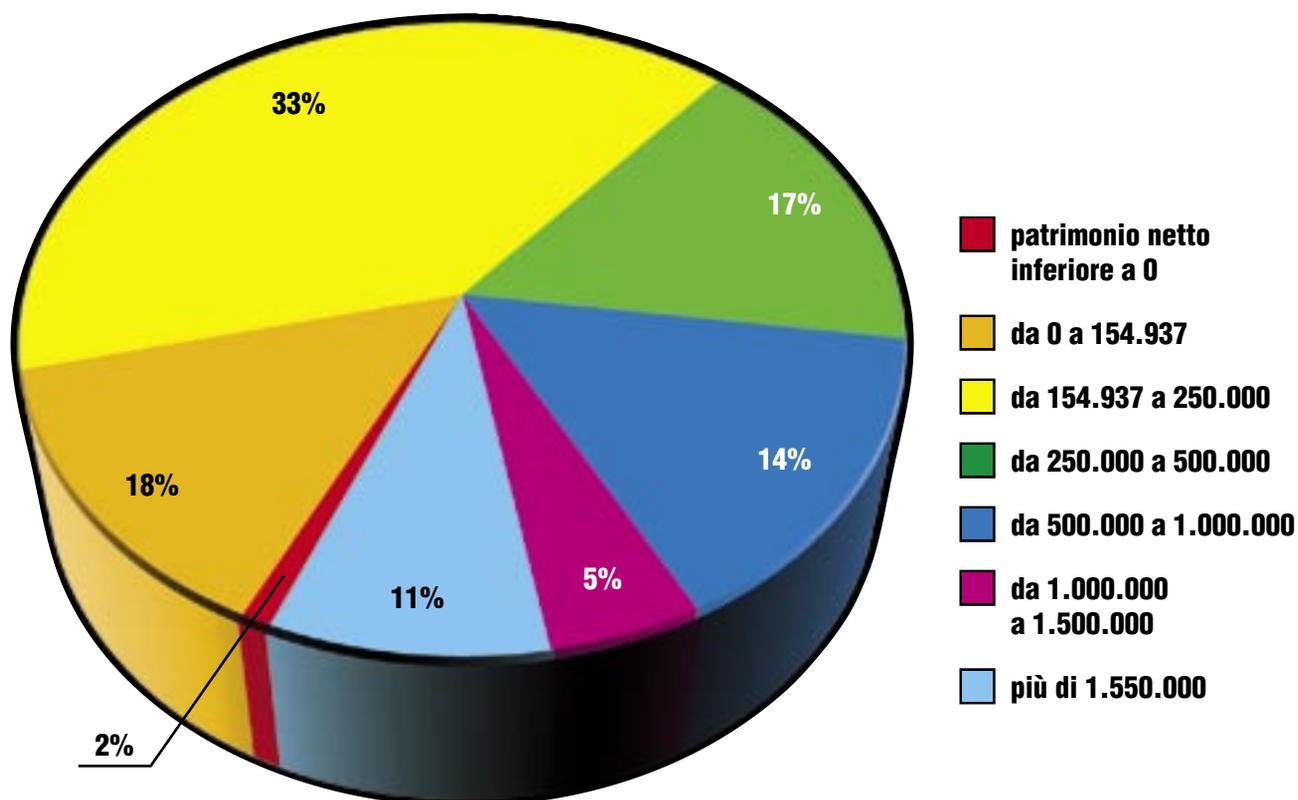
IL PATRIMONIO NETTO

A) CLASSI DI PATRIMONIO NETTO

La somma di tutti i patrimoni netti è pari a euro 252.009.033. Dall'analisi dei dati emerge che 78 società di capitale hanno un patrimonio netto inferiore a euro 154.937 (tale importo corrisponde al requisito minimo di Lire 300.000.000 previsto dalla legge per il rilascio della concessione), 191 fra euro 154.937 e 500.000 e 111 superiore a euro 500.000 e più precisamente:

Classi di Patrimonio Netto (in euro)	Società
Patrimonio Netto inferiore a 0	8
da 0 a 154.937	70
da 154.937 a 250.000	128
da 250.000 a 500.000	63
da 500.000 a 1.000.000	53
da 1.000.000 a 1.500.000	18
più di 1.500.000	40
	380

B) COMPOSIZIONE PERCENTUALE DELLE 380 SOCIETÀ PER CLASSI DI PATRIMONIO NETTO

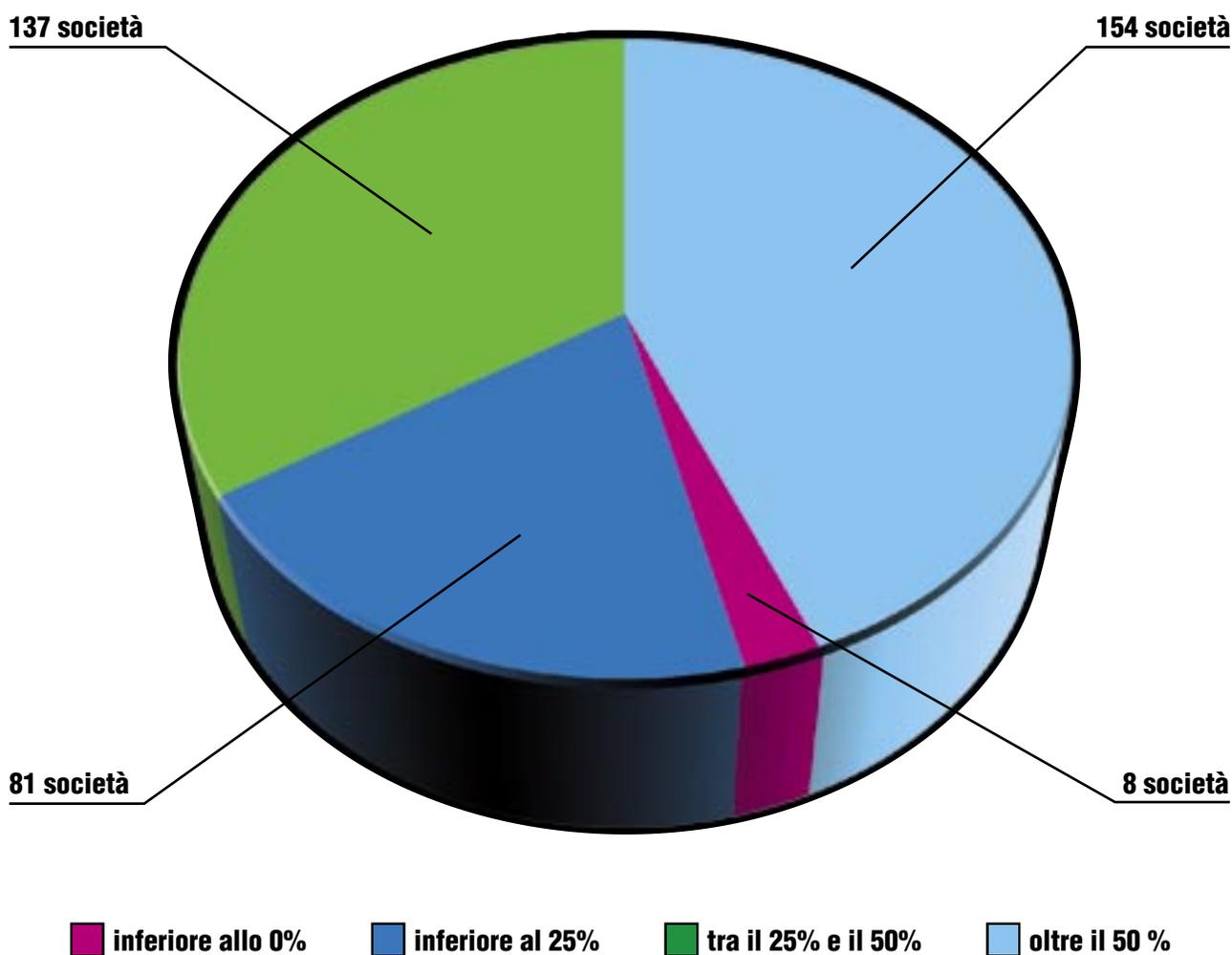


C) COPERTURA ATTIVO DA PATRIMONIO NETTO

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 380 società di capitale analizzate 154 hanno un rapporto di copertura degli investimenti e delle altre attività maggiore del 50%, più precisamente:

Copertura attivo/netto	Società
inferiore allo 0%	8
inferiore al 25%	81
tra il 25% e il 50%	137
oltre il 50%	154
	380

PATRIMONIO NETTO/TOTALE ATTIVO

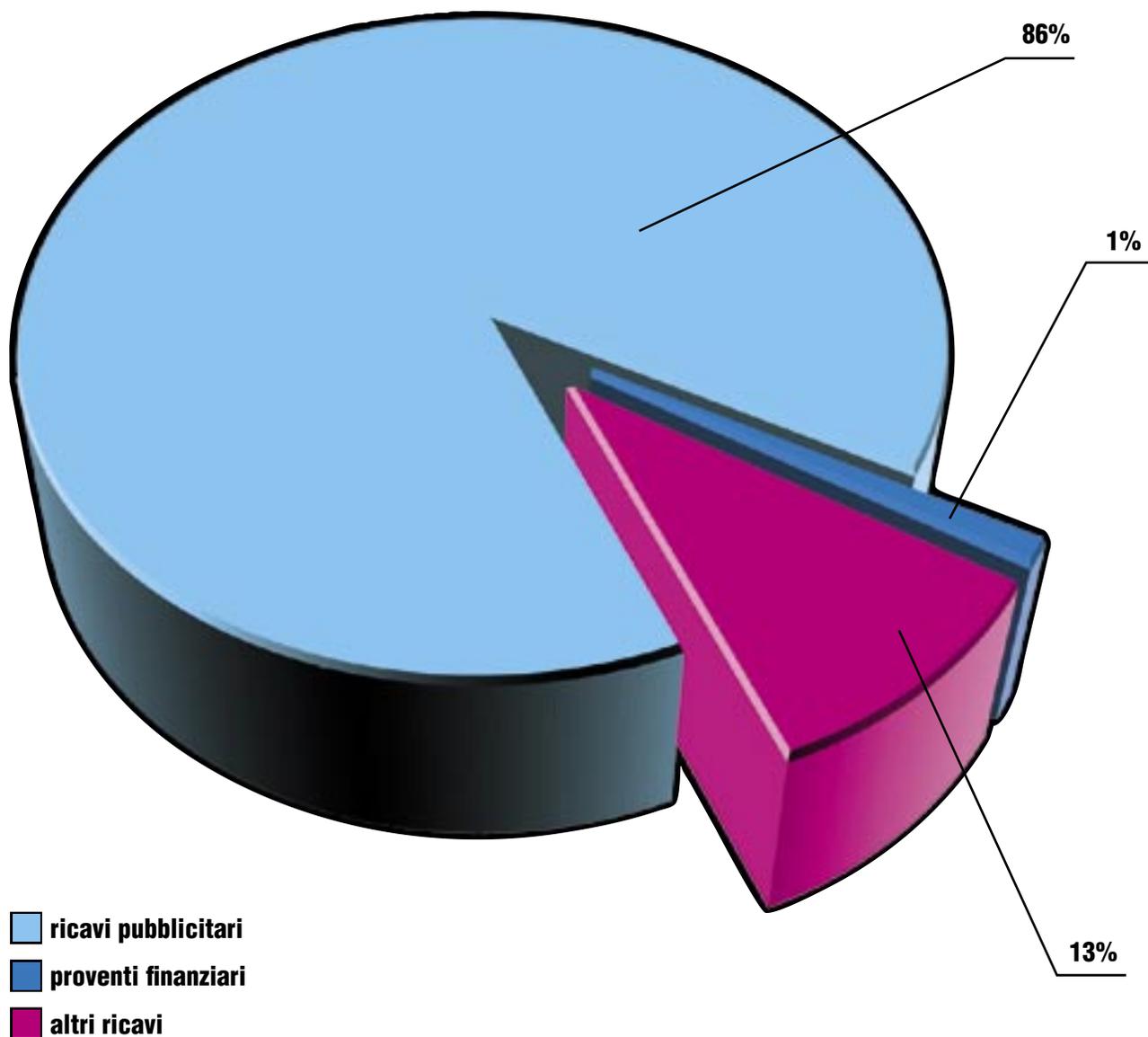


I RICAVI DELLE EMITTENTI TELEVISIVE LOCALI COMMERCIALI

A) RICAVI COMPLESSIVI

Il totale dei ricavi delle 380 società prese in esame nell'anno 2001 è stato di euro 362.537.512 di cui euro 313.282.183 provenienti dalla pubblicità, euro 47.267.222 provenienti da altre attività e euro 1.988.107 di proventi finanziari. I relativi costi ammontano a euro 365.048.897

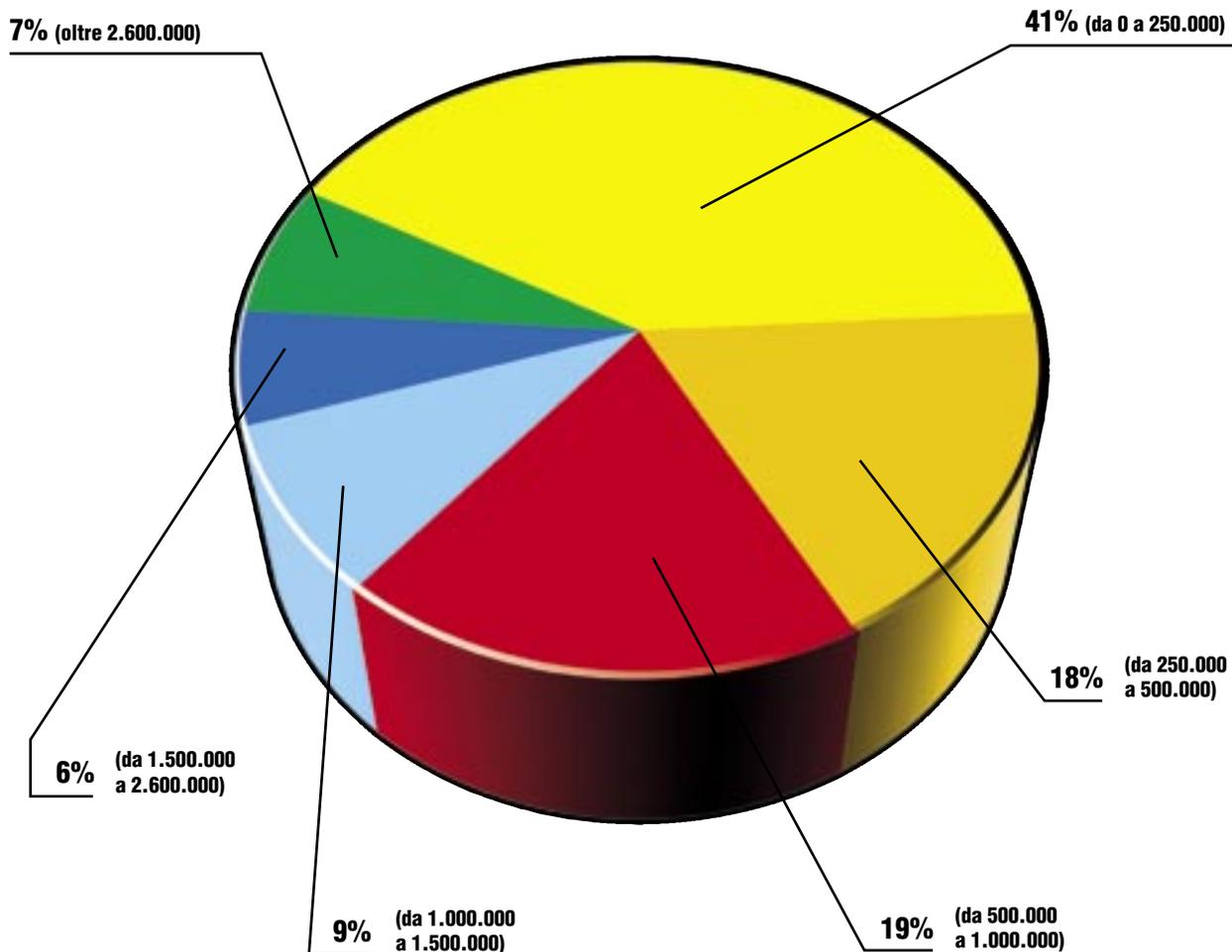
COMPOSIZIONE DEI RICAVI DELLE 380 SOCIETÀ



B) COMPOSIZIONE PERCENTUALE DELLE SOCIETÀ PER CLASSI DI FATTURATO

Il fatturato medio per società è di circa euro 824.400 e, come si può dedurre dalla divisione per classi di fatturato, 155 società superano euro 500.000 mentre 225 società (il 60% delle aziende esaminate) hanno degli introiti pubblicitari inferiori a euro 500.000.

Classi di fatturato pubblicitario (in euro)	Società
da 0 a 250.000	157
da 250.000 a 500.000	68
da 500.000 a 1.000.000	73
da 1.000.000 a 1.500.000	33
da 1.500.000 a 2.600.000	21
oltre 2.600.000	28
	380



C) 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 euro 250.000, e che 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 conta il maggior numero di emittenti che fatturano più di euro 2.600.000.

REGIONI E CLASSI DI FATTURATO

(Valori espressi in euro)	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	11	2	2	0	0	0	15
Basilicata	2	0	0	0	0	0	2
Calabria	6	5	2	0	0	1	14
Campania	21	12	4	4	2	0	43
E. Romagna	4	3	7	3	3	1	21
Friuli Ven. G	2	1	1	2	0	0	6
Lazio	17	8	9	2	2	2	40
Liguria	4	1	1	1	1	1	9
Lombardia	8	6	10	5	3	9	41
Marche	4	2	0	2	0	0	8
Molise	2	1	1	0	0	0	4
Piemonte	4	4	6	3	3	0	20
Puglia	15	2	2	6	0	2	27
Sardegna	4	2	2	0	1	1	10
Sicilia	33	8	6	1	1	4	53
Toscana	13	5	12	1	2	0	33
Trentino A.A	0	0	1	1	0	0	2
Umbria	3	3	3	0	0	0	9
Valle d'Aosta	1	1	0	0	0	0	2
Veneto	3	2	4	2	3	7	21
	157	68	73	33	21	28	380

IL LAVORO DIPENDENTE

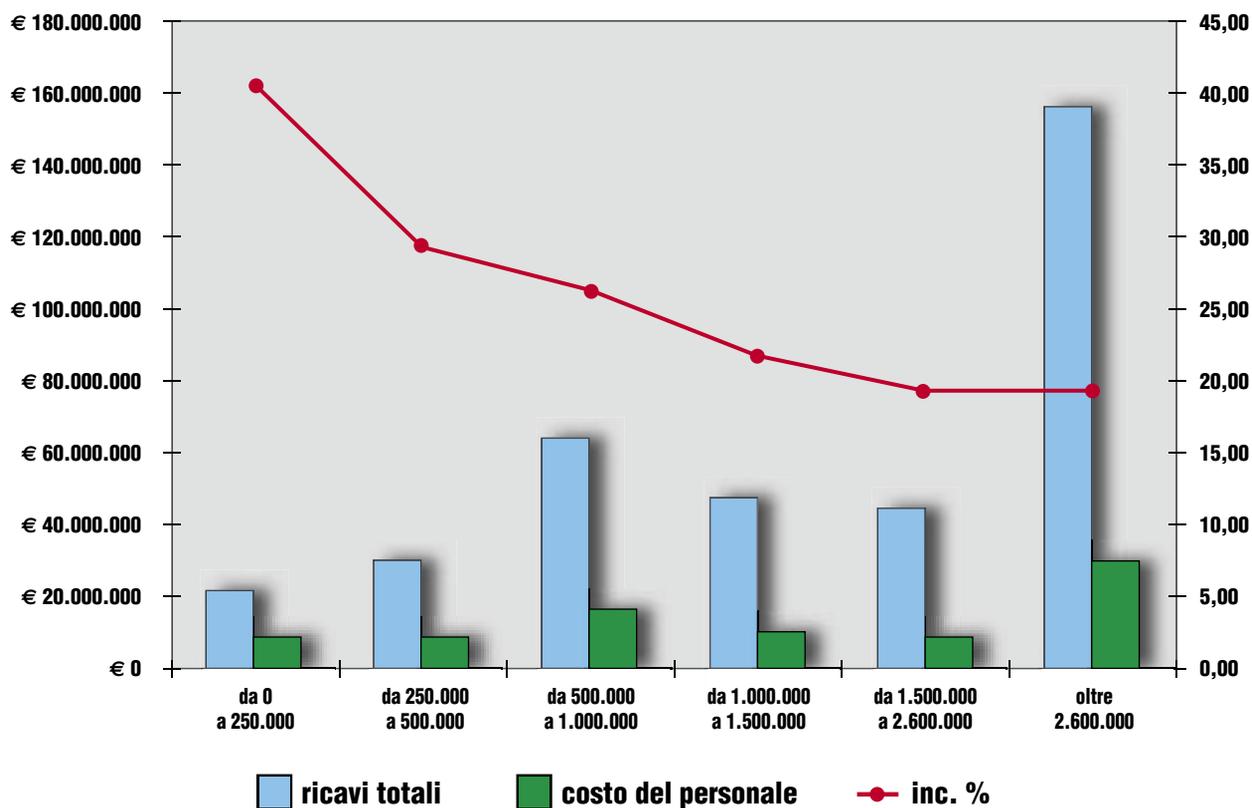
A) COSTO TOTALE ED INCIDENZA SUI RICAVI

Nel 2001 le 380 società esaminate hanno speso per il personale dipendente euro 82.868.708 pari al 22,86% del totale dei ricavi e al 22,70% dei costi totali.

Il costo del lavoro dipendente pesa in misura percentuale maggiore nelle 157 società con fatturato pubblicitario inferiore a euro 250.000 con una incidenza percentuale del 40 % sul totale dei ricavi. Diversamente, per le società che fatturano più di euro 250.000 la spesa per il personale dipendente ha una incidenza dal 22% al 29%, tra queste, le società con un fatturato fra euro 1.500.000 e 2.600.000 e oltre vedono una incidenza solo del 19% del costo del personale sul proprio fatturato pubblicitario.

Classi di fatturato pubblicitario (in euro)	Società	Ricavi pubblicitari (in euro)	Ricavi totali (in euro)	Costo del personale (in euro)	Inc. Totali
da 0 a 250.000	157	18.594.420	21.159.603	8.574.827	40,52
da 250.000 a 500.000	68	25.775.104	30.094.358	8.802.453	29,25
da 500.000 a 1.000.000	73	56.037.431	63.888.389	16.727.539	26,18
da 1.000.000 a 1.500.000	33	42.614.226	47.419.525	10.302.948	21,73
da 1.500.000 a 2.600.000	21	40.772.421	44.381.362	8.548.439	19,26
oltre 2.600.000	28	129.488.581	155.594.275	29.912.502	19,22
	380	313.282.183	362.537.512	82.868.708	22,86

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 euro 82.868.708 e valutato il costo medio teorico di Euro 26.000 per dipendente, risulterebbero 3.187 lavoratori con una spesa media per ciascuna società di 295.900 Euro, pari a 11 dipendenti per ogni società. Tuttavia, solo le aziende che fatturano più di euro 1.000.000 hanno più dipendenti della media. Le società che hanno un fatturato superiore a euro 2.600.000 raggiungono la spesa di euro 1.068.303 con una media di 41 dipendenti ciascuna. In sintesi il 60% del totale dei dipendenti (1875) è alle dipendenze delle prime 82 società che fatturano più di euro 1.000.000.

Classi di fatturato pubblicitario (in euro)	Società	Ricavi pubblicitari (in euro)	Ricavi totali (in euro)	Costo del personale (in euro)	Costo medio dipendente (in euro)	Totale Dipendenti	Costo medio società (in euro)	Media Dipendenti
da 0 a 250.000	157	18.594.420	21.159.603	8.574.827	26.000	330	54.617	2
da 250.000 a 500.000	68	25.775.104	30.094.358	8.802.453	26.000	339	129.448	5
da 500.000 a 1.000.000	73	56.037.431	63.888.389	16.727.539	26.000	643	229.144	9
da 1.000.000 a 1.500.000	33	42.614.226	47.419.525	10.302.948	26.000	396	312.211	12
da 1.500.000 a 2.600.000	21	40.772.421	44.381.362	8.548.439	26.000	329	407.069	16
oltre 2.600.000	28	129.488.581	155.594.275	29.912.502	26.000	1.150	1.068.304	41
	380	313.282.183	362.537.512	82.868.708		3.187		

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

N. Società	Regioni	Ricavi Totali (in euro)	Costo del Personale (in euro)	Inc % Costo del Personale	Tot. Dipendenti
15	Abruzzo	4.647.034	1.597.209	34,37	61
2	Basilicata	741.757	109.200	14,72	4
14	Calabria	9.641.358	2.996.448	31,08	115
43	Campania	21.153.205	4.740.357	22,41	182
21	E. Romagna	22.672.704	4.661.000	20,56	179
6	Friuli	4.329.621	1.399.182	32,32	54
40	Lazio	27.913.830	8.724.152	31,25	336
9	Liguria	8.420.374	1.757.818	20,88	68
41	Lombardia	83.468.035	18.527.572	22,20	713
8	Marche	4.479.726	865.057	19,31	33
4	Molise	1.711.939	412.989	24,12	16
20	Piemonte	18.682.834	2.957.011	15,83	114
27	Puglia	32.017.471	5.262.426	16,44	202
10	Sardegna	13.302.524	4.574.724	34,39	176
53	Sicilia	40.027.746	9.807.859	24,50	377
33	Toscana	19.879.613	5.136.306	25,84	198
2	Trentino A.A.	2.374.979	633.756	26,68	24
9	Umbria	4.069.783	1.345.414	33,06	52
2	Valle d'Aosta	660.033	83.547	12,66	3
21	Veneto	42.342.944	7.276.681	17,19	280
380		362.537.512	82.868.708	22,86	3.187

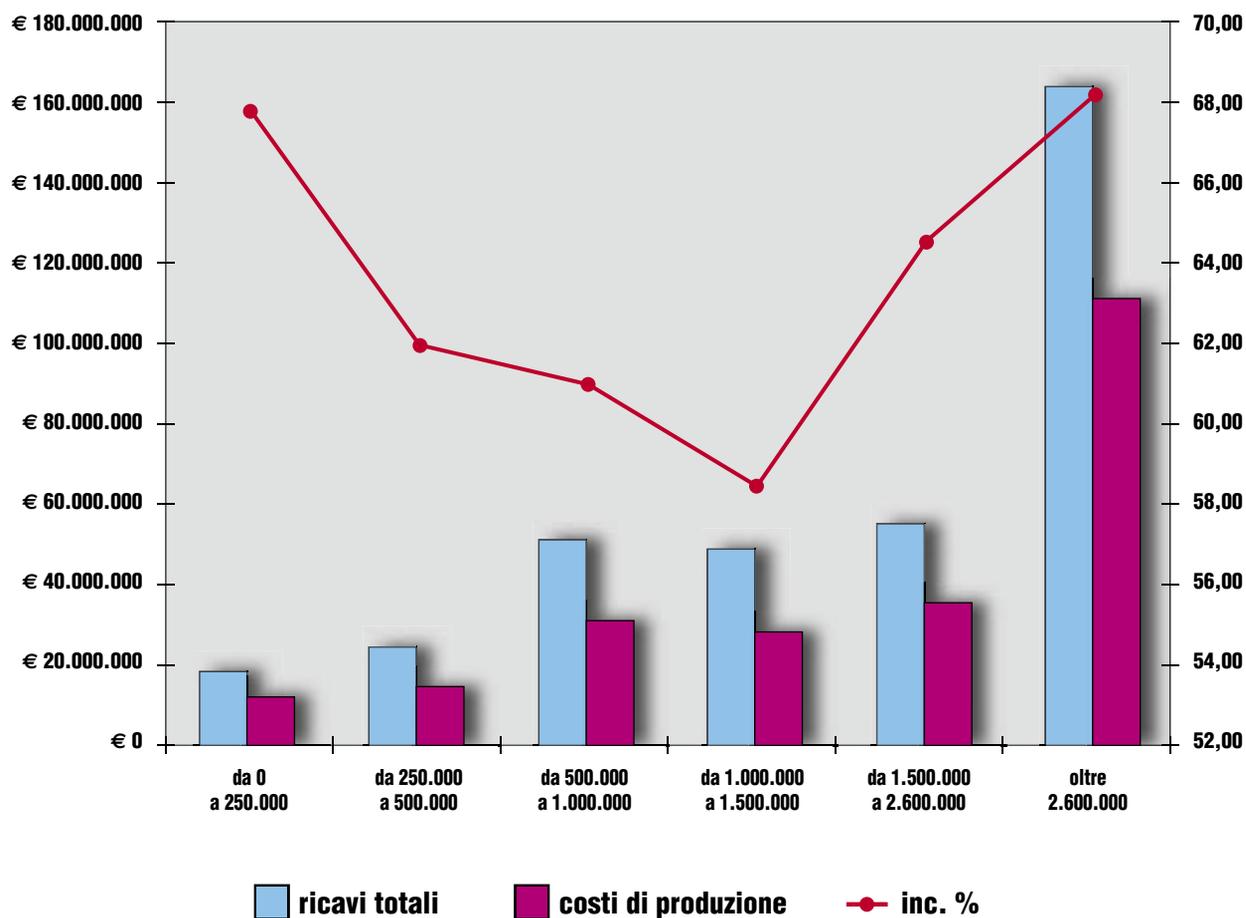
Prendendo in considerazione il costo del lavoro dipendente nelle diverse regioni è possibile riscontrare una maggior incidenza percentuale della spesa del personale sui ricavi totali in Friuli, Abruzzo, Sardegna, Calabria, Umbria e Lazio.

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 euro 235.043.384 e rappresentano il 64,83% dei ricavi totali e il 64,38% dei costi delle 380 società oggetto della ricerca.

La maggior incidenza percentuale dei costi sui ricavi totali riguarda le società con introiti inferiori a euro 250.000 (67%) e quelle con introiti superiori a euro 2.600.000 (68%). L'incidenza dei costi è minore soprattutto nelle società che fatturano da euro 1.000.000 a 1.500.000.

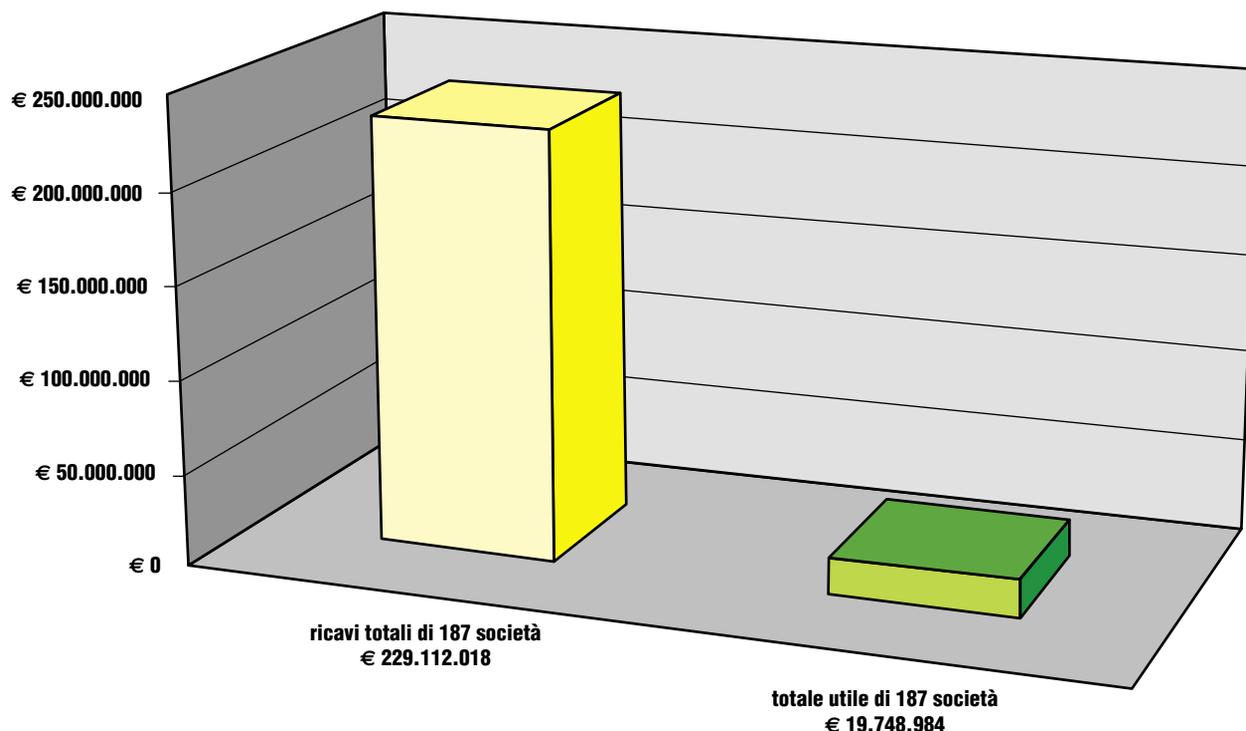
N. Società	Classi di Ricavi Totali (in euro)	Ricavi Totali (in euro)	Costi di Produzione (in euro)	Inc. %
150	da 0 a 250.000	18.607.474	12.614.338	67,79
63	da 250.000 a 500.000	24.793.990	15.365.720	61,97
68	da 500.000 a 1.000.000	51.524.604	31.423.408	60,99
39	da 1.000.000 a 1.500.000	48.993.970	28.653.090	58,48
29	da 1.500.000 a 2.600.000	54.990.952	35.478.840	64,52
31	oltre 2.600.000	163.626.522	111.507.988	68,15
380		362.537.512	235.043.384	64,83



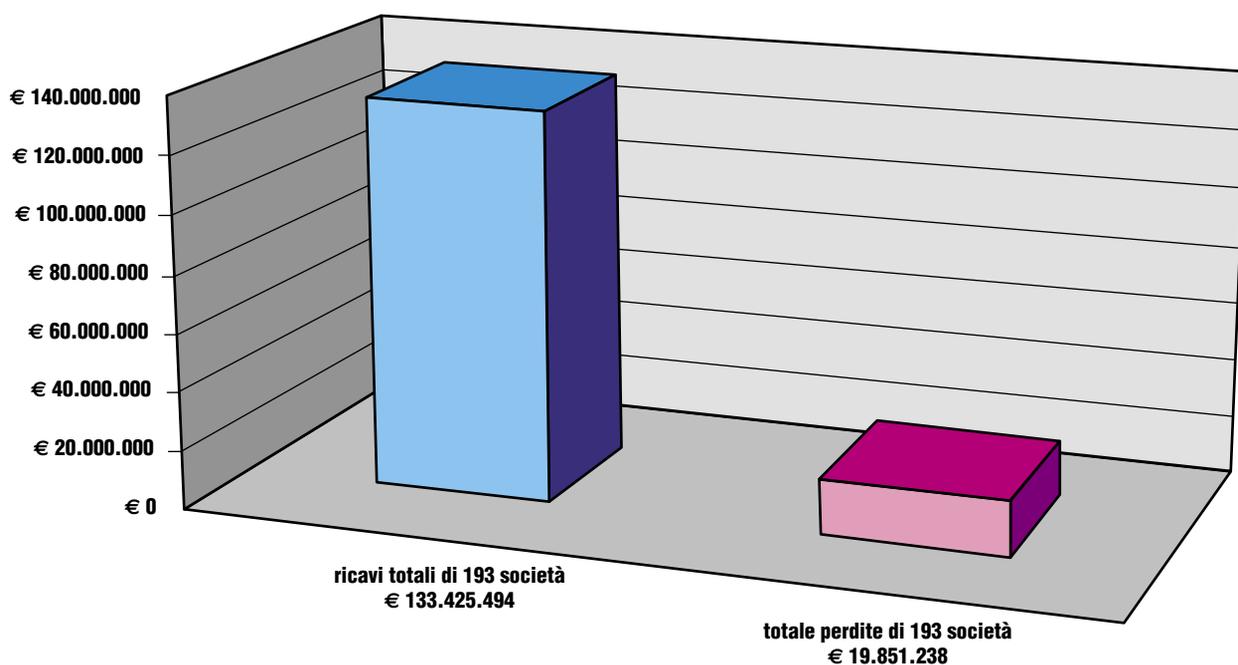
RISULTATO DI ESERCIZIO

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 appresso indicati:

RICAVI TOTALI E UTILI DI 187 SOCIETÀ



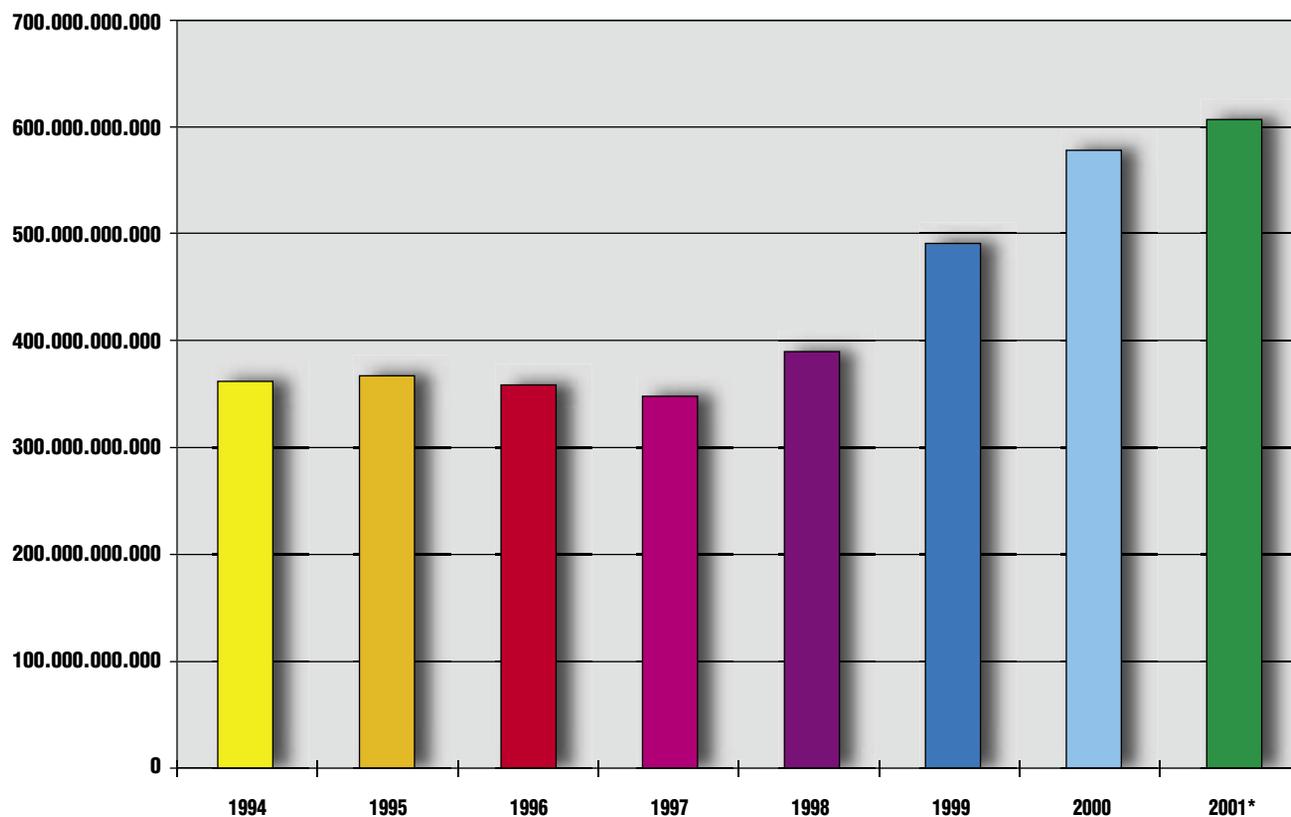
RICAVI TOTALI E PERDITE DI 193 SOCIETÀ



RAFFRONTO ANNI 94-95-96-97-98-99-2000-2001 PER FATTURATO PUBBLICITARIO E RISULTATI DI ESERCIZIO

Società rilevate		Fatturato Pubblicitario (in lire)	Utili (in lire)	Perdite (in lire)
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
380	Anno 2001*	606.598.892.975	38.239.365.353	38.437.358.335
	* Pari a Euro	313.282.183	19.748.984	19.851.239

FATTURATO PUBBLICITARIO (in lire)



RISULTATI D'ESERCIZIO (in lire)

