

**FRT - FEDERAZIONE RADIO TELEVISIONI**

**SLC CGIL • FISTel CISL • UILCOM UIL**

Osservatorio nazionale delle imprese radiotelevisive private

# **STUDIO ECONOMICO DEL SETTORE TELEVISIVO LOCALE ITALIANO**

**Analisi dei bilanci 2002 delle tv locali commerciali**

**Luglio 2004**

# STUDIO ECONOMICO DEL SETTORE TELEVISIVO LOCALE ITALIANO

## ANALISI DEI BILANCI 2002 DELLE TV LOCALI COMMERCIALI

### Presentazione

*Il presente studio dell'emittenza locale contiene l'analisi dei bilanci 2002 delle società che gestiscono emittenti locali commerciali e segue gli studi relativi ai bilanci 1994, 1995, 1996, 1997, 1998, 1999, 2000 e 2001 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 2002 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 di conto economico dell'anno 2002 di 355 società di capitale che gestiscono emittenti televisive locali e ha individuato la situazione giuridico-amministrativa delle restanti 98 società che per diverse ragioni 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 2004; 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 di 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 2002, anno di riferimento dei bilanci oggetto della ricerca, ammontava a circa 6900 milioni di Euro: le emittenti locali coprivano con 450 milioni il 6,52% delle entrate totali del sistema televisivo (compreso canoni) e l'8,42% 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 2002 (\*)

<b>Reti</b>	<b>Rai</b>	<b>Mediaset</b>	<b>Altre Naz.</b>	<b>Locali</b>	<b>Totale</b>
Valori assoluti (mln €)	2698	2460	1289	450	6897
Valori %	39,12	35,67	18,69	6,52	100,00

(\*) Le entrate della Rai comprendono i ricavi pubblicitari, il canone, le cessioni di diritti e le convenzioni con lo Stato. Le entrate delle Tv locali comprendono anche i contributi statali. Fra le altre televisioni nazionali sono inserite Sky e Telepiù i cui ricavi sommano gli introiti da pubblicità agli abbonamenti. Sono esclusi i ricavi delle società che gestiscono i canali tematici (content provider).

### DISTRIBUZIONE DELLE ENTRATE PUBBLICITARIE NEL 2002 (\*)

<b>Reti</b>	<b>Rai</b>	<b>Mediaset</b>	<b>Altre Naz.</b>	<b>Locali</b>	<b>Totale</b>
Valori assoluti (mln €)	1594	2460	400	410	4864
Valori %	32,78	50,57	8,23	8,42	100,00

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

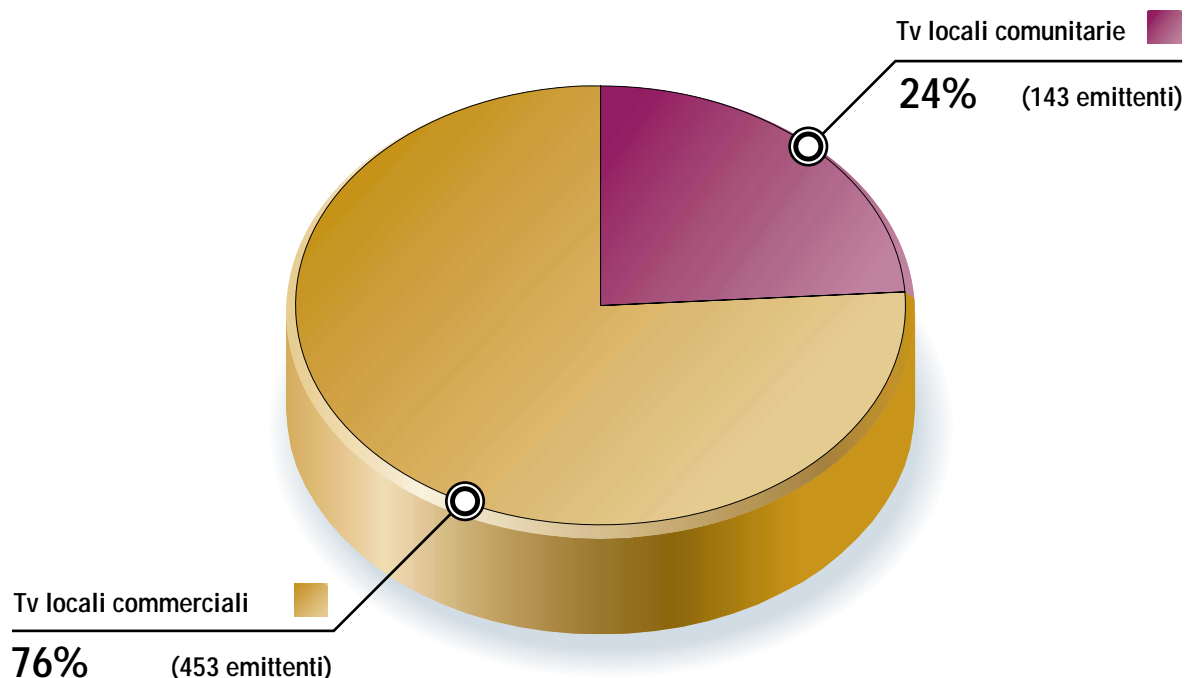
# LA SUDDIVISIONE DEL SETTORE TELEVISIVO LOCALE ITALIANO

## 1) L'universo delle tv locali

Il Ministero delle Comunicazioni ha rilasciato (elenco ufficiale del 9/05/2001) concessioni e autorizzazioni commerciali a livello regionale e provinciali a **489** emittenti amministrare da **453** società di capitale.

Tuttavia, nel 2002, sono avvenuti dei cambiamenti che hanno modificato il settore riducendo a **422** le società effettivamente operanti che amministrano **453** tv locali a cui si aggiungono le **143** emittenti comunitarie per un totale di **596** emittenti.

### LE TV LOCALI ITALIANE



Concessioni rilasciate dal Ministero delle Comunicazioni		Società ed emittenti televisive locali nel 2002			
	N. di società che gestiscono le tv locali operanti (secondo l'elenco del Ministero delle Comunicazioni anno 2001)*	Società con i bilanci presenti in archivio	N. di emittenti gestite da società con i bilanci presenti in archivio	Società fallite/ in liquidazione/ cessate o non individuate	Società attive con bilanci non presenti in archivio
ABRUZZO	20	13	15	1	6
BASILICATA	4	2	2	1	1
BOLZANO	1	1	1	0	0
CALABRIA	21	14	16	3	3
CAMPANIA	47	41	45	1	5
EMILIA-ROM.	25	21	23	2	2
FRIULI	7	7	9	0	0
LAZIO	44	32	32	4	8
LIGURIA	11	9	9	1	1
LOMBARDIA	41	36	38	6	0
MARCHE	10	8	8	1	1
MOLISE	4	2	3	0	2
PIEMONTE	29	24	27	3	2
PUGLIA	35	25	28	2	8
SARDEGNA	13	9	9	0	4
SICILIA	68	47	54	4	17
TOSCANA	34	32	33	1	1
TRENTO	3	3	3	0	0
UMBRIA	9	7	7	0	2
V. D'AOSTA	2	0	0	0	2
VENETO	25	22	23	1	2
	<b>453</b>	<b>355</b>	<b>385</b>	<b>31</b>	<b>67</b>

\* Inoltre ci sono altre 2 società che non fanno parte del presente studio, poichè i relativi bilanci contengono prevalenti ricavi derivanti da altre attività

# 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 2002 delle 453 società di capitale che amministrano le 489 emittenti locali abilitate.

## Analisi dei dati di esercizio 2002

La metodologia adottata ha permesso di acquisire i dati di bilancio dell'esercizio 2002, controllare la posizione delle società i cui bilanci non erano presenti in archivio e infine verificare gli eventuali cambiamenti avvenuti durante il periodo 2000-2001-2002.

Società	Anno 2000	Anno 2001	Anno 2002
NON INDIVIDUATE	5	4	2
CHE HANNO CESSATO L'ATTIVITA'	0	6	12
IN LIQUIDAZIONE/FALLITE	0	8	12
INATTIVE	10	0	5
ATTIVE I CUI BILANCI NON SONO PRESENTI IN ARCHIVIO (*)	45	55	67
ATTIVE CON BILANCI PRESENTI IN ARCHIVIO	393	380	355
	<b>453</b>	<b>453</b>	<b>453</b>

(\*) 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.

Le società effettivamente operanti nel periodo 2002 sono quindi 422 e le emittenti da esse amministrate 453 a cui si aggiungono le 143 emittenti comunitarie per un totale di 596 emittenti.

Delle 422 società di capitale concessionarie sono stati analizzati i bilanci di **355 società** che gestiscono **385 tv locali** pari al 84% delle società di capitale attive e al 85% delle tv locali commerciali operanti e al 64% 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) 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:** 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

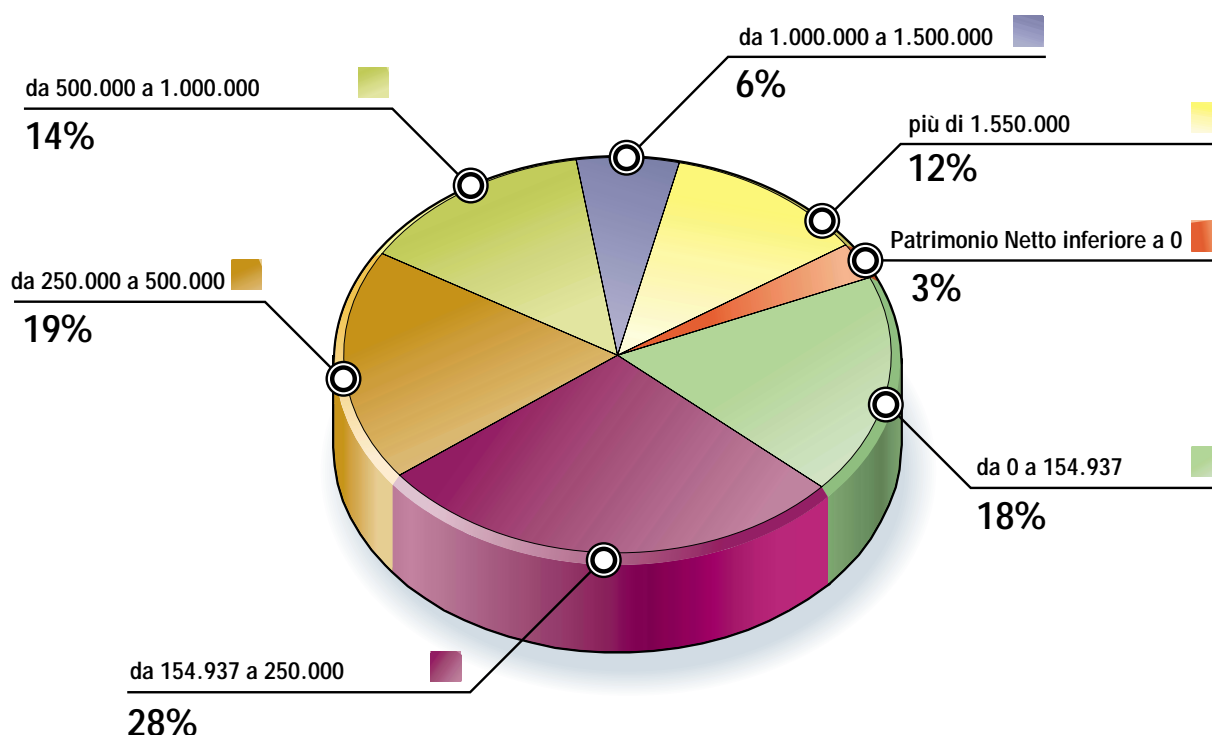
# IL PATRIMONIO NETTO

## A) CLASSI DI PATRIMONIO NETTO

La somma di tutti i patrimoni netti è pari a Euro 241.885.375. Dall'analisi dei dati emerge che 10 società di capitale hanno un patrimonio netto inferiore a 0, 64 inferiori a **euro 154.937** (tale importo corrisponde al requisito minimo previsto dalla legge per il rilascio della concessione), 167 fra euro 154.937 e 500.000 e 114 superiore a euro 500.000 e più precisamente:

Classi di Patrimonio Netto (in euro)	Società
Patrimonio Netto inferiore a 0	10
da 0 a 154.937	64
da 154.937 a 250.000	101
da 250.000 a 500.000	66
da 500.000 a 1.000.000	50
da 1.000.000 a 1.500.000	22
più di 1.550.000	42
	<b>355</b>

## B) COMPOSIZIONE PERCENTUALE DELLE 355 SOCIETÀ PER CLASSI DI PATRIMONIO NETTO



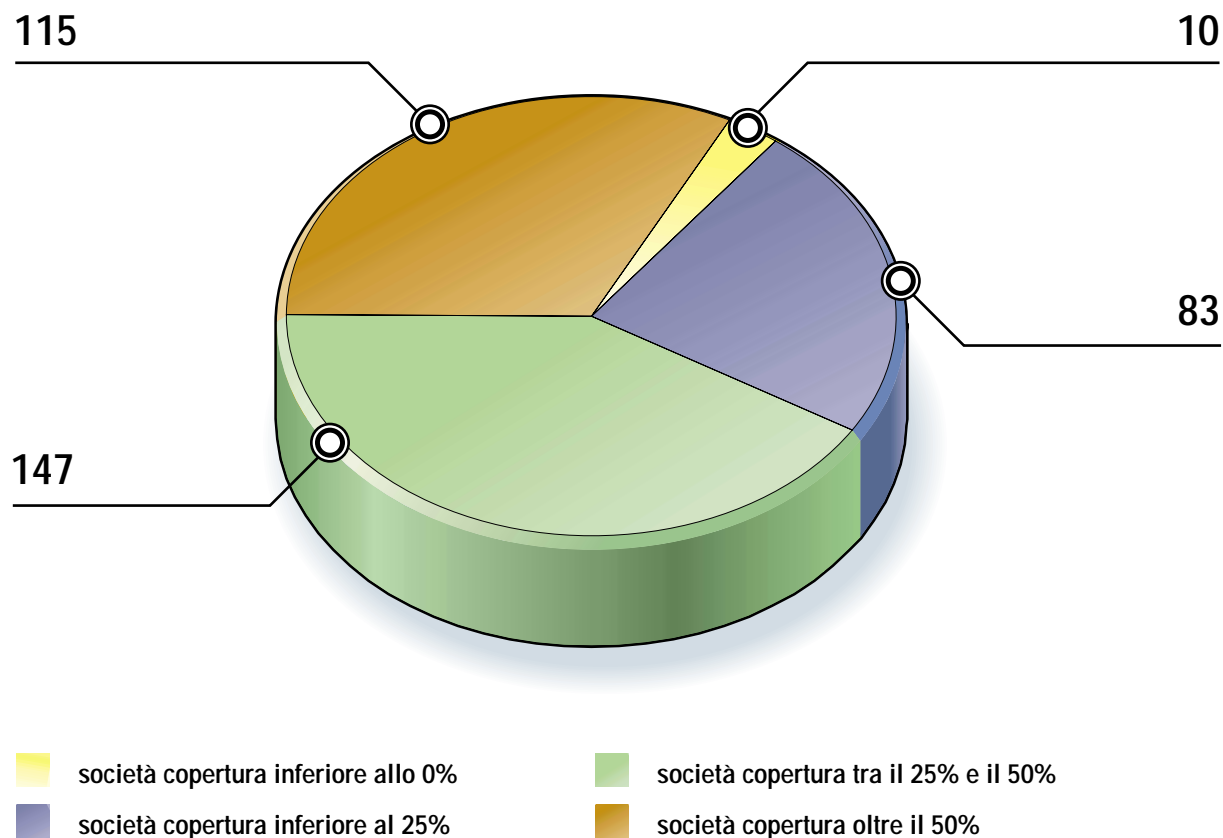


### C) COPERTURA ATTIVO DA PATRIMONIO NETTO

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 355 società di capitale analizzate 115 hanno un rapporto di copertura degli investimenti e delle altre attività maggiore del 50%, più precisamente:

Copertura attivo/netto	Società
società copertura inferiore allo 0%	10
società copertura inferiore al 25%	83
società copertura tra il 25% e il 50%	147
società copertura oltre il 50%	115
	<b>355</b>

#### PATRIMONIO NETTO/TOTALE ATTIVO

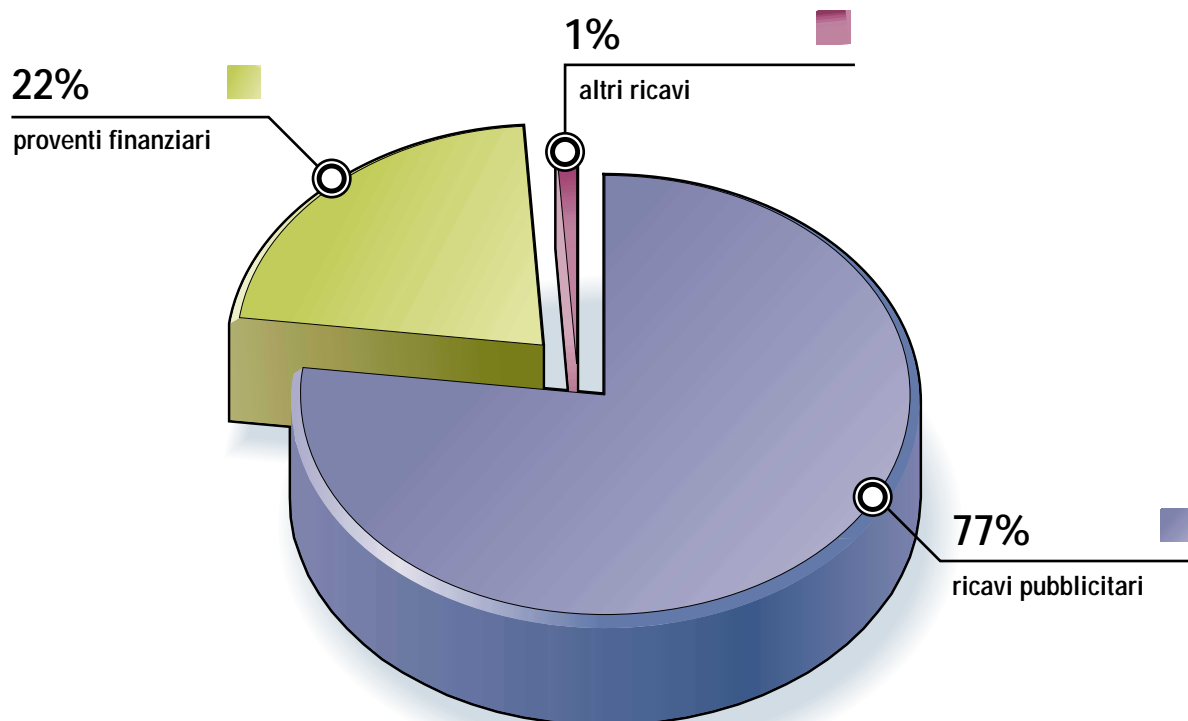


# I RICAVI DELLE EMITTENTI TELEVISIVE LOCALI COMMERCIALI

## A) RICAVI COMPLESSIVI

Il totale dei ricavi delle 355 società prese in esame nell'anno 2002 è stato di euro 399.930.006 di cui euro 311.588.289 provenienti dalla pubblicità, euro 86.340.297 provenienti da altre attività e contributi statali e euro 2.001.420 di proventi finanziari. I relativi costi ammontano a euro 392.894.593.

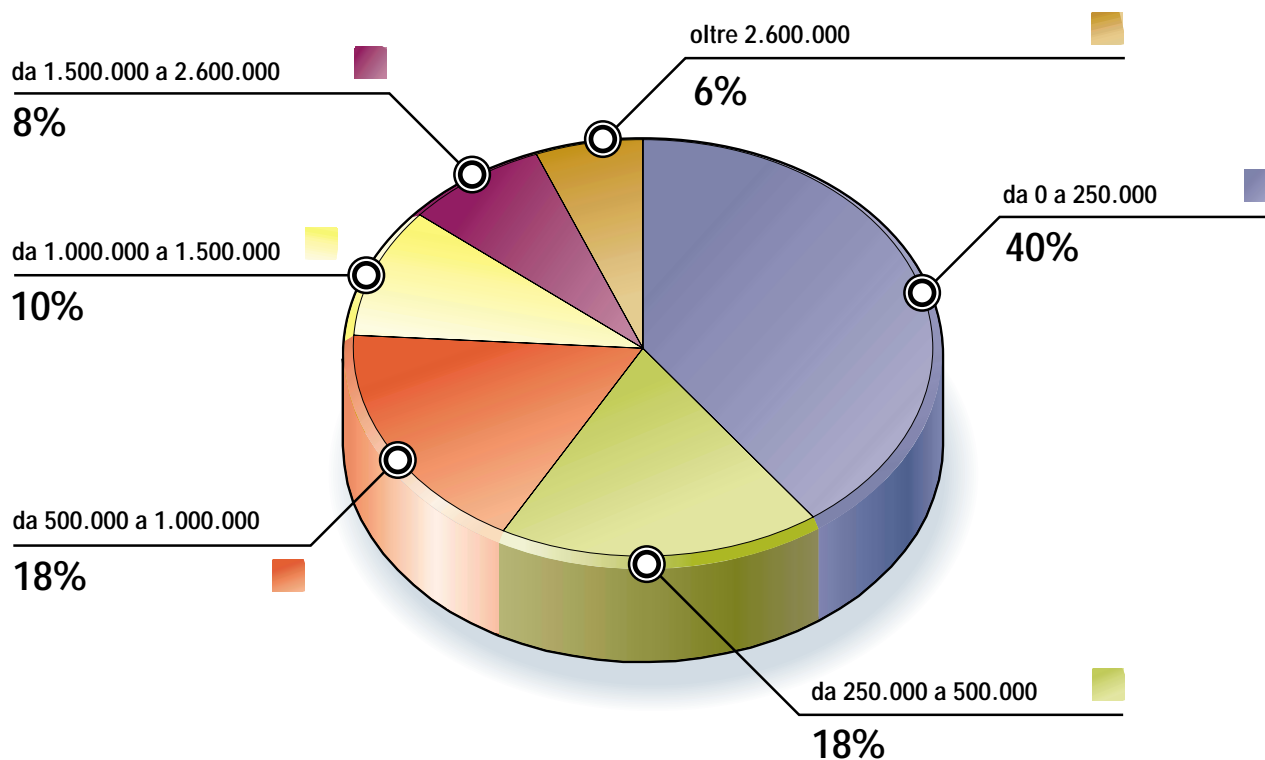
### COMPOSIZIONE DEI RICAVI DELLE 355 SOCIETÀ



## B) COMPOSIZIONE PERCENTUALE DELLE SOCIETÀ PER CLASSI DI FATTURATO PUBBLICITARIO

Il fatturato pubblicitario medio per società è di circa 877.713 euro e, come si può dedurre dalla divisione per classi di fatturato, 152 società superano i 500.000 euro, mentre 203 società (il 57,18% delle aziende esaminate) hanno degli introiti pubblicitari inferiori a 500.000 euro.

Classi di fatturato pubblicitario (in euro)	Società
da 0 a 250.000	140
da 250.000 a 500.000	63
da 500.000 a 1.000.000	63
da 1.000.000 a 1.500.000	37
da 1.500.000 a 2.600.000	29
oltre 2.600.000	23
	<b>355</b>



## C) DISTRIBUZIONE GEOGRAFICA

La distribuzione geografica delle società secondo le classi di fatturato mostra che al sud (Campania, e Sicilia) la maggior parte delle imprese fatturano meno di 250.000 euro, 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 2.600.000 euro.

<i>(Valori espressi in euro)</i>	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	8	3	2	0	0	0	13
Basilicata	2	0	0	0	0	0	2
Calabria	7	3	3	0	0	1	14
Campania	22	9	3	4	3	0	41
E. Romagna	6	0	5	5	3	2	21
Friuli Ven. G.	4	0	1	2	0	0	7
Lazio	11	9	5	2	4	1	32
Liguria	2	3	1	1	1	1	9
Lombardia	7	7	6	4	6	6	36
Marche	4	1	1	2	0	0	8
Molise	1	0	1	0	0	0	2
Piemonte	4	6	5	5	3	1	24
Puglia	11	4	4	3	2	1	25
Sardegna	5	1	1	1	0	1	9
Sicilia	28	8	5	1	2	3	47
Toscana	11	3	14	3	1	0	32
Trentino A.A.	2	0	0	2	0	0	4
Umbria	2	3	2	0	0	0	7
Veneto	3	3	4	2	4	6	22
	<b>140</b>	<b>63</b>	<b>63</b>	<b>37</b>	<b>29</b>	<b>23</b>	<b>355</b>

# IL LAVORO DIPENDENTE

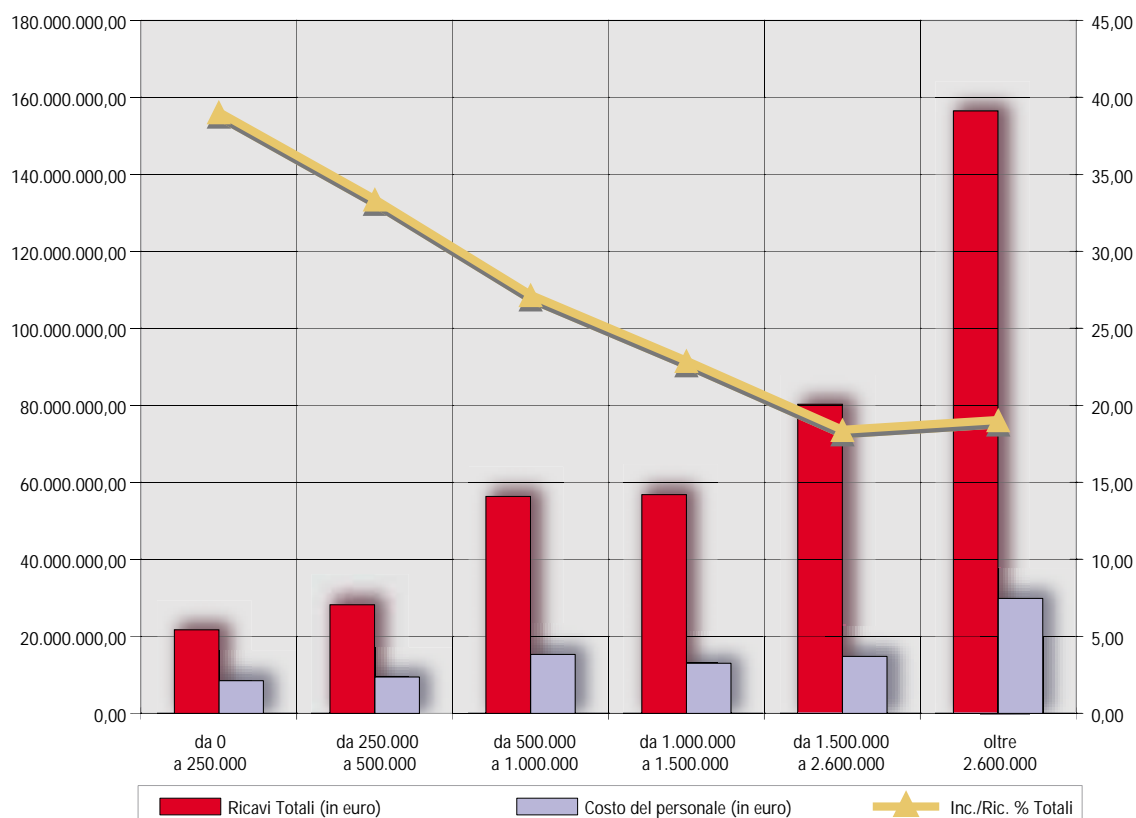
## A) COSTO TOTALE ED INCIDENZA SUI RICAVI

Nel 2002 le 355 società esaminate hanno speso per il personale dipendente 90.839.007 Euro, pari al 22,71% del totale dei ricavi e al 23,12% dei costi totali.

Il costo del lavoro dipendente pesa in misura percentuale maggiore nelle 203 società con fatturato pubblicitario inferiore ai 500.000 euro, con una incidenza percentuale dal 33% al 40% sul totale dei ricavi. Diversamente, per le società che fatturano più di 500.000 euro, la spesa per il personale dipendente ha un'incidenza dal 18% al 27%.

Classi di fatturato pubblicitario (in Euro)	N. Società	Ricavi pubblicitari (in Euro)	Ricavi totali (in Euro)	Costo del personale (in Euro)	Inc./ric. Totali
da 0 a 250.000	140	15.852.664,00	21.680.675,00	8.465.879,00	39,05
da 250.000 a 500.000	63	22.987.701,00	28.224.851,00	9.422.575,00	33,38
da 500.000 a 1.000.000	63	44.610.532,00	56.391.933,00	15.327.831,00	27,18
da 1.000.000 a 1.500.000	37	46.488.306,00	56.759.202,00	13.000.694,00	22,90
da 1.500.000 a 2.600.000	29	60.128.321,00	80.267.565,00	14.776.910,00	18,41
oltre 2.600.000	23	121.520.765,00	156.605.780,00	29.845.118,00	19,06
	<b>355</b>	<b>311.588.289,00</b>	<b>399.930.006,00</b>	<b>90.839.007,00</b>	<b>22,71</b>

### 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 90.839.007, e valutato il costo medio teorico di euro 27.000 per dipendente, risulterebbero 3.364 lavoratori con una spesa media per ciascuna società di 255.884 euro, pari a 9 dipendenti per ogni società. Tuttavia, solo le aziende che fatturano più di 1.000.000 di euro hanno più dipendenti della media. Le società che hanno un fatturato superiore ai 2.600.000 euro raggiungono la spesa di euro 1.267.838 con una media di 48 dipendenti ciascuna. In sintesi il 62% del totale dei dipendenti (2134) è alle dipendenze delle prime 89 società che fatturano più di 1.000.000 di euro.

Classi di fatturato pubblicitario	N. Società	Ricavi pubblicitari (in euro)	Ricavi totali (in euro)	Costo del personale (in euro)	Costo medio dipendente (in euro)	Tot. Dipendenti	Costo medio società (in euro)	Media Dipendenti
da 0 a 250.000	140	15.852.664,00	21.680.675,00	8.465.879,00	27.000,00	314	60.471	2
da 250.000 a 500.000	63	22.987.701,00	28.224.851,00	9.422.575,00	27.000,00	349	149.565	6
da 500.000 a 1.000.000	63	44.610.532,00	56.391.933,00	15.327.831,00	27.000,00	568	243.299	9
da 1.000.000 a 1.500.000	37	46.488.306,00	56.759.202,00	13.000.694,00	27.000,00	482	351.370	13
da 1.500.000 a 2.600.000	29	60.128.321,00	80.267.565,00	14.776.910,00	27.000,00	547	509.549	19
oltre 2.600.000	23	121.520.765,00	156.605.780,00	29.845.118,00	27.000,00	1105	1.297.614	48
	<b>355</b>	<b>311.588.289,00</b>	<b>399.930.006,00</b>	<b>90.839.007,00</b>		<b>3364</b>		

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 <i>(in euro)</i>	Costo del Personale <i>(in euro)</i>	Inc. % Costo del Personale	Tot. Dipendenti
13	Abruzzo	5.073.586,00	1.467.540,00	28,93	54
2	Basilicata	289.784,00	114.792,00	39,61	4
14	Calabria	10.928.074,00	3.058.062,00	27,98	113
41	Campania	21.686.189,00	5.810.361,00	26,79	215
21	E. Romagna	28.199.562,00	6.552.096,00	23,23	243
7	Friuli	4.884.710,00	1.556.380,00	31,86	58
32	Lazio	26.661.899,00	7.652.344,00	28,70	283
9	Liguria	11.707.485,00	2.207.979,00	18,86	82
36	Lombardia	87.914.701,00	19.248.475,00	21,89	713
8	Marche	5.095.290,00	1.066.813,00	20,94	40
2	Molise	1.206.101,00	326.673,00	27,09	12
24	Piemonte	28.765.714,00	4.382.661,00	15,24	162
25	Puglia	35.596.865,00	6.451.149,00	18,12	239
9	Sardegna	13.937.254,00	4.671.892,00	33,52	173
47	Sicilia	39.894.990,00	10.297.059,00	25,81	381
32	Toscana	24.251.422,00	5.903.182,00	24,34	219
4	Trentino A.A.	3.670.708,00	929.817,00	25,33	34
7	Umbria	3.560.200,00	1.215.115,00	34,13	45
22	Veneto	46.605.472,00	7.926.617,00	17,01	294
<b>355</b>		<b>399.930.006,00</b>	<b>90.839.007,00</b>	<b>22,71</b>	<b>3.364</b>

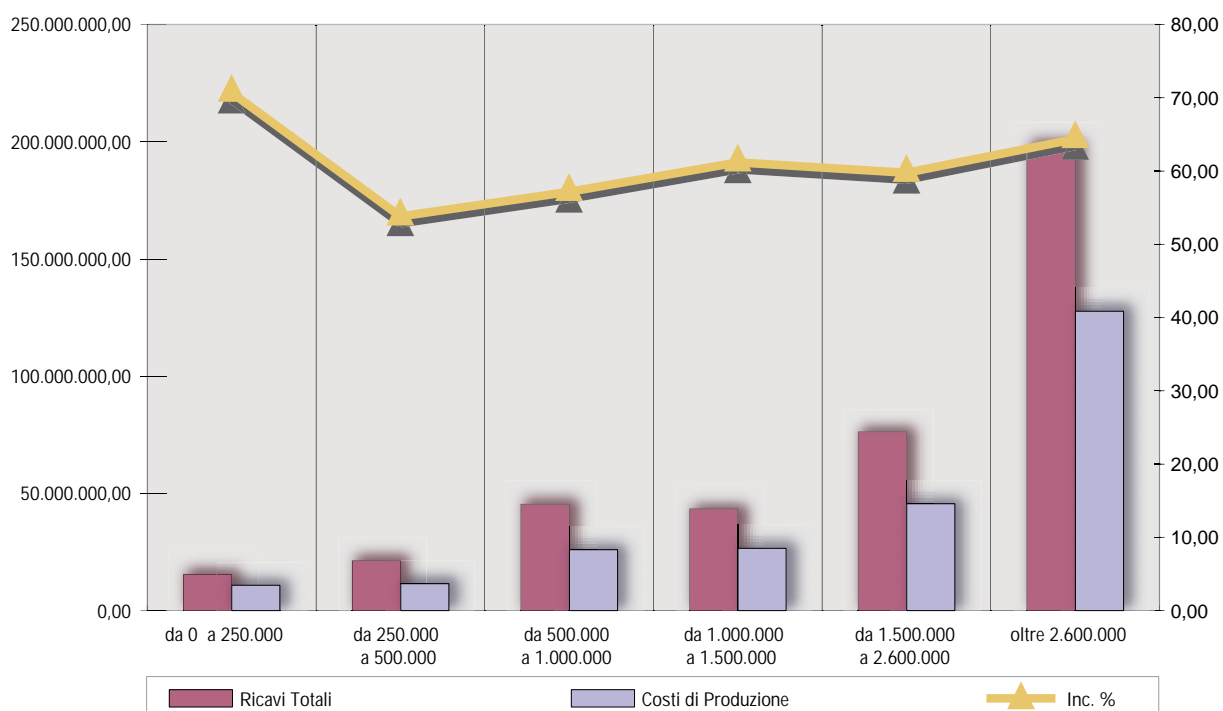
Prendendo in considerazione il costo del lavoro dipendente nelle diverse regioni è possibile riscontrare una maggior incidenza percentuale della spesa del personale sui ricavi totali in Basilicata, Friuli, Sardegna, e Umbria.

## 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 247.988.556 e rappresentano il 62,01% dei ricavi totali e il 63,11% dei costi delle 355 società oggetto della ricerca.

La maggior incidenza percentuale dei costi sui ricavi totali riguarda le società con introiti inferiori ai 250.000 euro (il 70%) e superiori ai 2.600.000 euro (il 64%). L'incidenza dei costi è minore nelle società che fatturano da euro 250.000 a 500.000.

N. Società	Classi di Ricavi Totali <i>(in euro)</i>	Ricavi Totali <i>(in euro)</i>	Costi di Produzione <i>(in euro)</i>	Inc. %
125	da 0 a 250.000	15.323.141,00	10.832.134,00	70,69
59	da 250.000 a 500.000	21.274.162,00	11.447.788,00	53,81
61	da 500.000 a 1.000.000	45.392.788,00	25.941.082,00	57,15
35	da 1.000.000 a 1.500.000	43.387.582,00	26.541.169,00	61,17
40	da 1.500.000 a 2.600.000	76.226.653,00	45.556.001,00	59,76
35	oltre 2.600.000	198.325.680,00	127.670.382,00	64,37
<b>355</b>		<b>399.930.006,00</b>	<b>247.988.556,00</b>	<b>62,01</b>

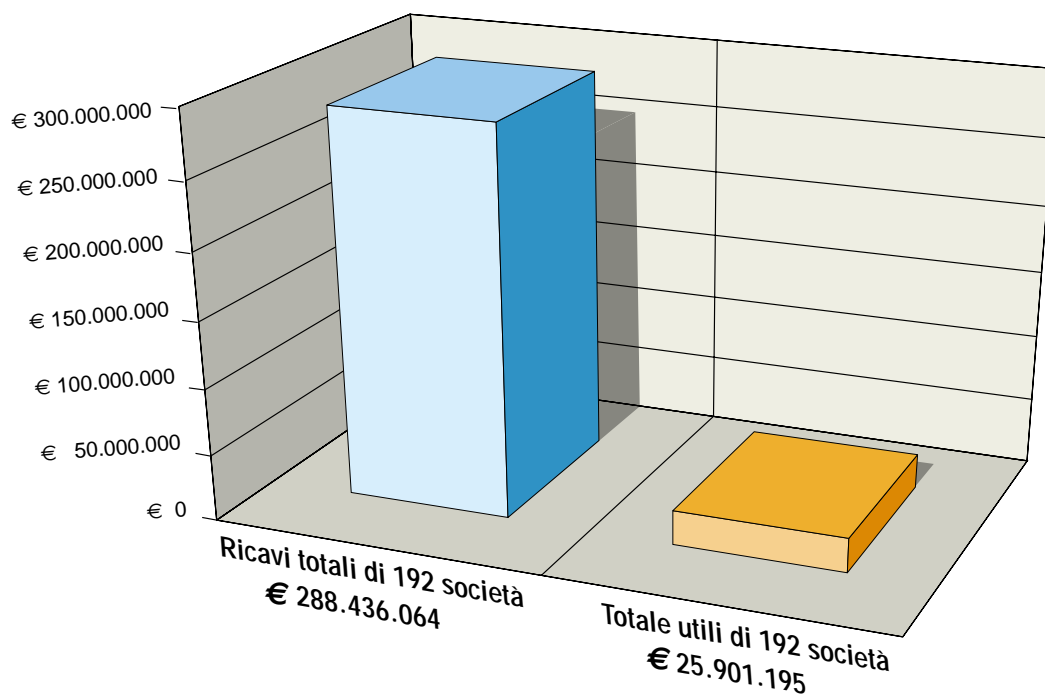




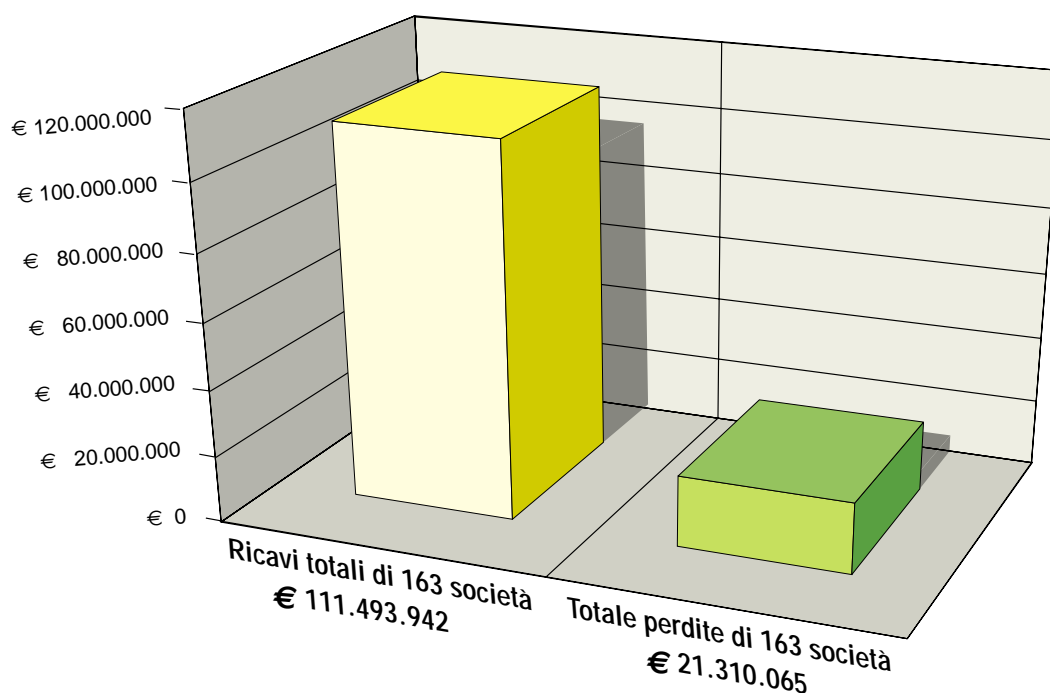
## RISULTATO DI ESERCIZIO

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 192 SOCIETÀ



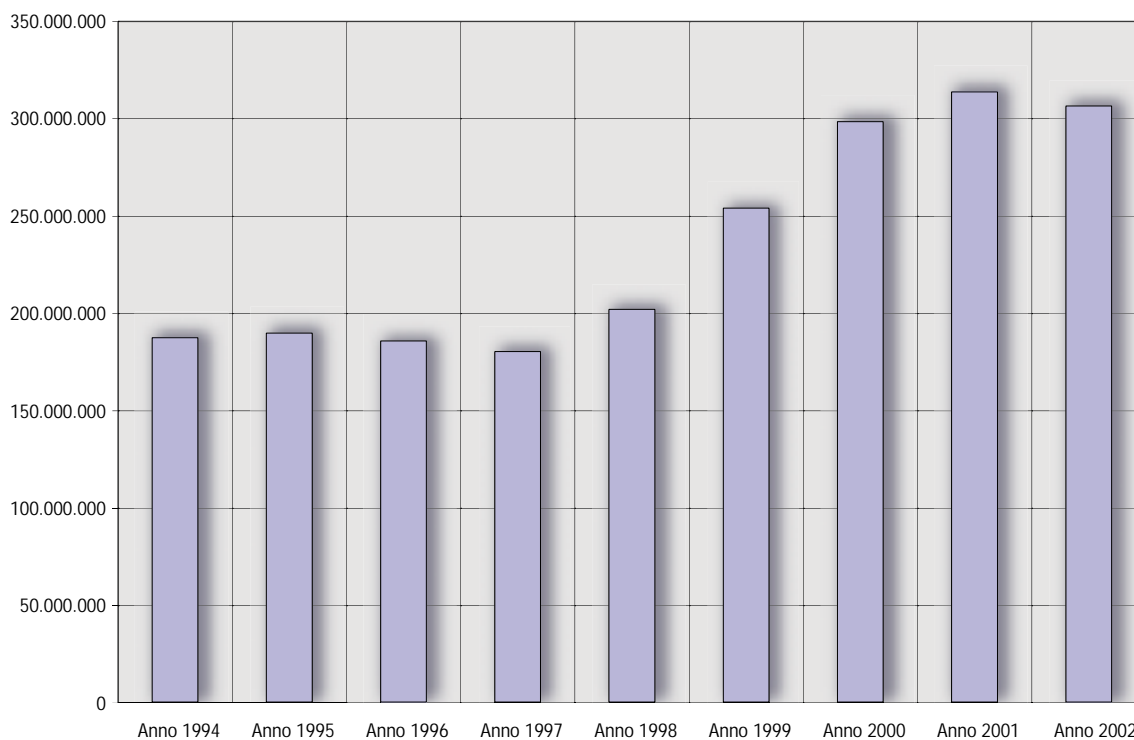
### RICAVI TOTALI E PERDITE DI 163 SOCIETÀ



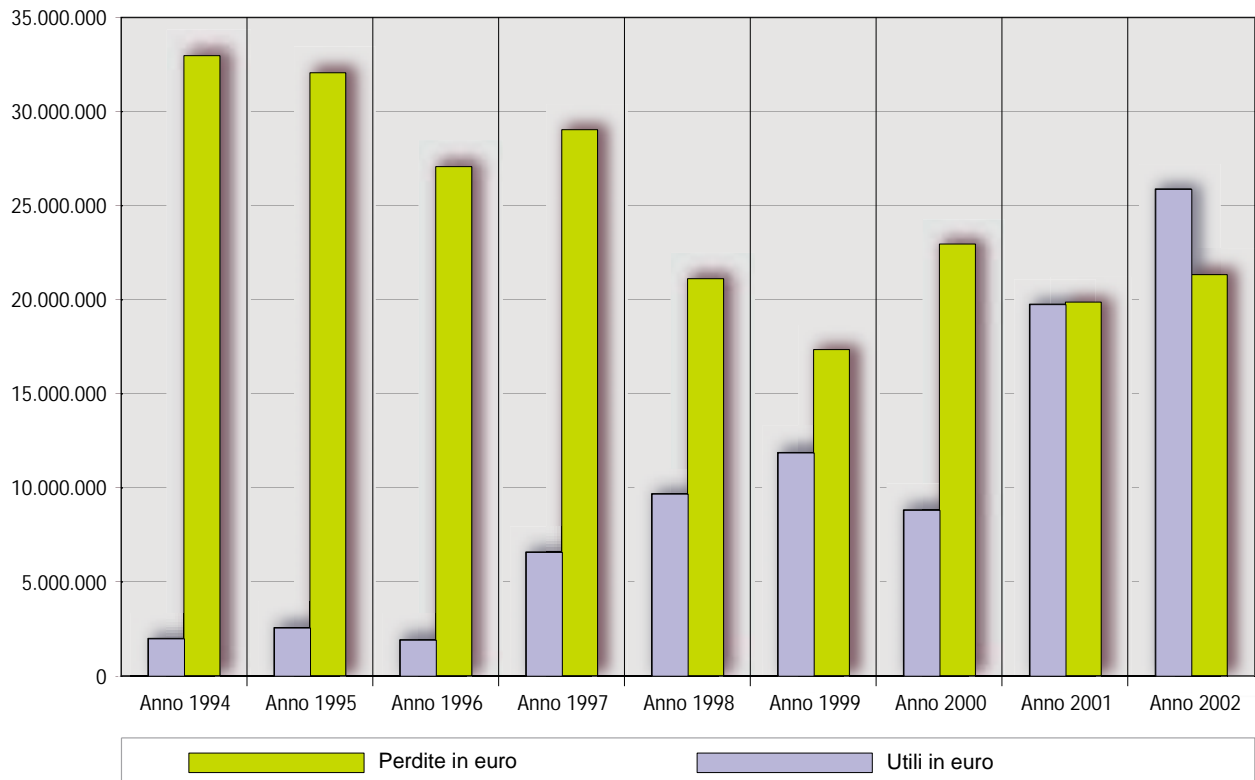
# RAFFRONTO ANNI 94-95-96-97-98-99-2000-2001-2002 PER FATTURATO PUBBLICITARIO E RISULTATI DI ESERCIZIO

Società rilevate		Fatturato Pubblicitario (in euro)	Utili (in euro)	Perdite (in euro)
322	Anno 1994	187.050.957,34	1.987.825,10	32.954.358,05
333	Anno 1995	189.400.885,15	2.563.738,76	32.050.430,62
333	Anno 1996	185.437.583,90	1.909.938,96	27.056.417,01
292	Anno 1997	179.997.306,75	6.577.109,15	29.020.343,07
294	Anno 1998	201.640.950,88	9.675.642,99	21.097.043,34
343	Anno 1999	253.585.291,88	11.865.813,48	17.327.228,45
395	Anno 2000	298.046.661,33	8.817.176,04	22.938.100,04
380	Anno 2001	313.282.183,26	19.748.984,05	19.851.238,89
355	Anno 2002	311.588.289,00	25.901.195,00	21.310.065,00

## FATTURATO PUBBLICITARIO (in euro)



## RISULTATI DI ESERCIZIO (in euro)



---



---



---



---



---



---



---



---



---



---



---



---



---



---



---



---



---



---



---



---



---



---



**Osservatorio delle Imprese Radiotelevisive Private**  
**c/o FRT**

Viale Regina Margherita, 286 - 00198 Roma

Tel. 06.4402104 - Fax 06.4402723

Sito Internet: [www.frt.it](http://www.frt.it) - E-mail: [frt@frt.it](mailto:frt@frt.it)

*Stampa:* Grafiche Parole Nuove - Via Garibaldi, 58 - 20047 Brugherio (Mi)