



### COMUNICATO STAMPA

Sintesi dello "Studio economico del settore televisivo privato" – XX edizione  
Confindustria Radio Televisioni - Osservatorio Nazionale delle Imprese Radiotelevisive Private

#### **TV LOCALI : GLI EDITORI INVESTONO, MA IL COMPARTO SOFFRE**

*Rodolfo De Laurentiis (Presidente CRTV): "Dopo un 2013 ancora in sofferenza, è indilazionabile un provvedimento di riassetto del sistema che accompagni - nell'attuale fase di consolidamento - le emittenti meritevoli per patrimonializzazione, qualità dell'informazione, professionalità dei dipendenti."*

Roma, 25 luglio 2014 - L'editoria televisiva locale attira ancora investimenti. E' quanto emerge dallo 'Studio economico del settore televisivo privato' (dati 2012), giunto al 20° anno, secondo cui la **somma dei patrimoni netti** delle 339 società prese in esame è pari a 746.521.030 euro (569.522.769 nel 2011) registrando in termini assoluti una **variazione in aumento di 177 milioni di euro**. Si tratta di un'importante immissione di capitali da parte degli editori in particolare in Lombardia e Veneto, le regioni più ricche per quanto riguarda l'emittenza locale. Pubblicato nell'ambito dell'Osservatorio nazionale delle imprese radiotelevisive private in collaborazione con i sindacati SCL CGIL, FISTel CISL e UILCOM UIL, lo 'Studio' curato da FRT fin dal 1994, ha monitorato negli anni il settore televisivo privato nella sua componente nazionale e locale, con particolare accento su quest'ultima. Confindustria Radio Televisioni, in continuità con quanto prodotto fino ad oggi, ne ripercorre gli indicatori tradizionali aggiornando la radiografia del settore in modo ancor più sistematico. Il focus principale e il valore aggiunto, che rende l'indagine un 'unicum', è il dimensionamento economico del settore delle TV locali costituendo per il relativo comparto un imprescindibile riferimento.

#### **IL MERCATO TELEVISIVO ITALIANO**

##### **I ricavi**

Nel 2012 il valore complessivo dei ricavi generati dalle principali società o gruppi societari operanti nel settore televisivo italiano ammonta a circa **9,5 miliardi di euro**. Di questi, 3,4 miliardi provengono dalla raccolta pubblicitaria e 6,1 miliardi dai servizi pay TV, dal canone Rai e dagli altri ricavi. I ricavi del solo comparto televisivo privato, al netto di quelli della Rai, superano i 6,7 mld di euro e sono suddivisi in ricavi pubblicitari per 2,7 mld e altri ricavi (pay, ecc) per 4 mld. I ricavi delle società private rappresentano il 71,2% del mercato nazionale. Il totale dei ricavi dei gruppi privati è costituito per il 40% (47,3% nel 2011) dai ricavi pubblicitari e per 60% (52,7% nel 2011) dal mercato pay e dagli altri ricavi. Rispetto agli scorsi anni aumenta il divario tra le entrate pubblicitarie e quelle da attività a pagamento a vantaggio di queste ultime. **A differenza delle TV nazionali, le TV Locali presentano una percentuale di ricavi pubblicitari preponderante rispetto al totale delle risorse.**

##### **I ricavi per operatore**

Mediaset e Sky si confermano i principali operatori privati con 5,6 mld di euro di ricavi su 6,7 mld realizzati con quote di mercato sostanzialmente equivalenti (41,9% e 41,6%) e che nel loro insieme costituiscono l'83,6% dell'intero comparto privato. **Le TV locali rappresentano**





**complessivamente la terza forza del dell'intero comparto televisivo, la quarta se si considera anche la Rai. La quota di mercato detenuta dalle TV Locali è pari al 7,1%, in calo rispetto al 2011 (8,3%).**

### La redditività

La somma del **Risultato Operativo** delle imprese analizzate è pari a -509,3 milioni di euro. Le perdite d'esercizio totali ammontano invece a **-540,2 milioni di euro**. Il Risultato operativo evidenzia il risultato della gestione ordinaria e fornisce la rappresentazione dell'andamento della gestione "industriale" al netto della gestione straordinaria e fiscale. Nel 2012 il dato del settore è influenzato dai risultati del gruppo Mediaset e del gruppo TlMedia, e dalla forte contrazione dei ricavi pubblicitari che emerge anche dai risultati dell'operatore pubblico. Salvo qualche eccezione, **le imprese nazionali "medio piccole" presentano dati reddituali positivi a dimostrazione che loro struttura dei costi, probabilmente più flessibile rispetto a quella dei grandi gruppi, consente di fronteggiare in modo più adeguato le fasi di crisi**. Nel 2012 tale dato per il settore televisivo privato è negativo ed è pari a -7,5% (incluso nel perimetro la Rai l'indice scende a -7,1%). Il dato aggregato del sistema relativo alla redditività risente dell'andamento negativo dell'economia in generale e quello degli investimenti pubblicitari in particolare (-15% 2012 su 2011, dati Nielsen). **Le TV Locali, con redditività media del - 14,3%, presentano un dato peggiore rispetto alla media del settore televisivo**. Ciò è dovuto principalmente al sensibile calo nella raccolta pubblicitaria passata da 390 milioni di euro nel 2011 a 329,7 nel 2012.

### Il capitale investito e il patrimonio netto

**Il grado medio di "patrimonializzazione" del settore televisivo privato nel 2012 risulta essere pari al 40,6%**. Ciò significa che le imprese per finanziare i propri asset ricorrono ai mezzi propri (capitale sociale + riserve) per 2/5 e all'indebitamento esterno per 3/5. **Le TV locali presentano un indice di patrimonializzazione (49,6%) superiore alla media del settore**. In entrambi i casi il dato risulta essere più alto rispetto al panorama nazionale delle imprese operanti nei vari settori produttivi, commerciali e di servizi.

### Numero dipendenti e costo del personale

Nel 2012 gli occupati alle dipendenze delle imprese televisive prese in esame ammontano a circa **26.500** unità di cui circa 15 mila nel settore privato. **Circa un terzo dei dipendenti del settore privato trova occupazione nelle TV Locali (4.388 su 14.812)**. Si stima che, tra occupati diretti e indotto, la forza lavoro utilizzata nella filiera che alimenta il settore televisivo privato ammonti a circa 45/50 mila addetti. **Con la Rai e il relativo indotto, il valore stimato si aggira sui 90 mila addetti**. Il costo del personale del settore privato, risultante dai bilanci analizzati, ammonta a oltre 1,8 miliardi di euro con un'incidenza media sui ricavi del 20,5%. **Il comparto delle TV Locali presenta un rapporto costo medio/ricavi superiore a quello del settore (31,9%)**.

## LE TV LOCALI

### Universo di riferimento

L'individuazione dei soggetti operanti nel comparto dell'emittenza televisiva locale è avvenuta tramite la consultazione degli elenchi relativi all'assegnazione della numerazione





automatica dei canali (LCN – Logical Channel Numbering; fonte: MISE) completata nel corso del 2012. La lettura di tali elenchi ha permesso di individuare: **405 società di capitali e 93 società a carattere comunitario che trasmettono a livello locale, provinciale, regionale e pluriregionale** per conto proprio o di terzi rispettivamente **3.126 e 275 marchi di canali** (non necessariamente diversi fra loro, inclusi i canali +1). Si tratta di un effetto della digitalizzazione che ha permesso di trasmettere un maggior numero di programmi. **L'analisi dei dati riguarda solo le società commerciali operative gestite da società di capitali, che presentano il bilancio: 339 per il 2012, pari all'84% delle società di capitali e al 68% di tutto il settore televisivo locale (emittenti comunitarie incluse).**

### I ricavi totali

I ricavi totali (pubblicitari e altri ricavi) delle 339 società prese in esame nell'anno 2012 ammontano a **€ 480.951.103 di cui 329.752.250 euro provenienti dalla pubblicità, 148.371.903 euro costituiti da altri introiti**, inclusi i contributi statali e 2.826.949 da proventi finanziari. La suddivisione per classi di ricavi evidenzia come 53 società, rappresentanti il 15,6% del totale complessivo, producano 279 milioni di euro, pari al 58,1%, dei ricavi totali. Si tratta di società con ricavi medi superiori a 5,2 milioni di euro. 97 società con ricavi superiori a 1,5 milioni di euro pur rappresentando il 29% delle TV Locali, fatturano oltre il 75% dei ricavi totali. I ricavi medi relativi a tali società ammontano a 1,25 milioni di euro. **I ricavi medi di tutte le emittenti televisive locali si attestano a 1,418 milioni di euro (1,465 mln nel 2011).** Veneto e Lombardia si confermano le regioni leader con volumi di ricavi di gran lunga superiori al resto delle altre regioni. Le prime tre regioni, Veneto, Lombardia e Puglia rappresentano da sole quasi la metà del totale nazionale, con il 46% dei ricavi complessivi. **Dopo una costante fase di crescita del mercato, che aveva trovato un consolidamento negli anni immediatamente precedenti alla digitalizzazione, negli ultimi cinque anni le TV Locali hanno perso 95 milioni di euro di ricavi ritornando sotto quota 500 milioni e riportando il comparto indietro di ben 8 anni.** Pur essendo dati riferibili a un numero di emittenti variabili, sono significativi dell'andamento generale del settore.

### Ricavi pubblicitari

**I ricavi pubblicitari delle 339 società analizzate ammontano a € 329.752.250.** La suddivisione degli stessi in classi dimensionali consente di individuare la reale "consistenza aziendale" delle imprese operanti nel comparto. Le 28 società con ricavi pubblicitari superiori a 2.600.000 di euro pur rappresentando l'8% per numero realizzano il 45% dei ricavi totali. Si tratta di aziende strutturate sia in termini di mezzi investiti, sia in termini di governance e organizzazione aziendale, come dimostra il dato sui ricavi medi (oltre 5 milioni).

### Lavoro dipendente

**Nel 2012 le 339 società esaminate hanno speso per il personale dipendente € 153.622.987.** Considerato il costo totale e valutato il costo medio teorico di € 35.000 per dipendente nel comparto risulterebbero quindi occupati **4.388** addetti diretti, con un costo medio di € 453.165 e 13 dipendenti per ogni società. Si tratta di una stima teorica - esistono realtà aziendali e occupazionali molto diverse sul territorio - che tuttavia rivela come **anche sul fronte occupazionale le TV Locali registrino una battuta di arresto significativa. Dopo la crescita costante dell'ultimo decennio (con l'eccezione del 2010), rispetto al 2011 il**





**comparto registra un calo dell'occupazione del 13,8% pari a 705 unità lavorative in meno. Il costo del personale ha una incidenza media sui ricavi totali del 31,9%** e pesa in misura percentuale maggiore nelle società con ricavi inferiori ai 500 mila euro dove ha un'incidenza di **oltre il 50%**, un altro segnale dei problemi di sostenibilità delle imprese più piccole presenti sul territorio. **Le 53 società con ricavi superiori i 1,5 milioni di euro**, grazie alla razionalizzazione dei costi derivanti dai maggiori volumi di fatturato sviluppato, **presentano un rapporto tra costo del personale e ricavi decisamente più sostenibile**. L'incidenza per queste imprese va dal 25,3% al 35,6%. Se si considerano i soli proventi da pubblicità (al netto quindi dei contributi e delle altre attività) come ricavi caratteristici dell'attività televisiva locale, l'incidenza del costo del lavoro passerebbe dal 31,9% al 46,6%. **Da questi indicatori appare evidente come senza il sostegno dei contributi dello Stato le TV Locali non possano mantenere gli attuali livelli occupazionali e, di conseguenza, non possano offrire i servizi di informazione sul territorio approntati dalle redazioni giornalistiche locali in virtù dei quali tali contributi vengono erogati.**

#### La redditività e il risultato d'esercizio

Il metodo utilizzato per il calcolo della redditività del comparto è lo stesso del mercato televisivo nazionale ed espresso dal rapporto tra Risultato operativo e ricavi totali. Ma relativamente alle TV Locali nell'analisi dei bilanci del 2012 si deve tener conto di alcuni fatti straordinari, come la **cassa integrazione guadagni in deroga**, alla quale hanno fatto ricorso molte aziende con l'obiettivo di contenere i costi del personale al fine di salvaguardare il livello occupazionale e **"l'indennità di esproprio" per il rilascio volontario delle frequenze della banda 800 MHz** e erogato proprio tra il 2012 e il 2013. Si tratta di voci che, rispettivamente, contenendo i costi di produzione e integrando i ricavi, hanno permesso al comparto di limitare le perdite. **A livello complessivo il totale settore evidenzia infatti come da un Risultato Operativo di -68 milioni di euro si passi a una perdita di -45 milioni**. Fino all'anno 2007 i dati erano positivi con un saldo di + 108,6 milioni di euro. Nell'ultimo quinquennio, a partire dal 2008, le perdite sono state considerevoli, -201,3 milioni di euro di cui 45,8 nel 2012. **Nell'arco di 12 anni il comparto delle TV Locali ha registrato una perdita di 92,6 milioni di euro**. Le perdite dell'ultimo quinquennio denunciano come alla crisi generale del settore pubblicitario che ha colpito l'intero sistema televisivo, l'emittenza locale abbia sofferto in maniera particolare l'impatto della digitalizzazione che ha portato alla perdita di visibilità del comparto (per effetto della multicanalità e, non ultima, per l'incertezza nella regolamentazione della numerazione automatica dei canali). A fronte della situazione sopra descritta **la somma dei patrimoni netti delle 339 società prese in esame è pari a 746.521.030 euro (569.522.769 nel 2011)**, il valore medio è pari a 2,2 milioni (1,6 milioni nel 2011). **In termini assoluti si registra una variazione in aumento di 177 milioni di euro: è questo un dato molto significativo che evidenzia una importante immissione di capitali da parte degli editori, verosimilmente coincidente con gli investimenti che le imprese hanno dovuto effettuare per la digitalizzazione delle reti**. Fra gli investitori più impegnati si segnalano, nuovamente quelli nelle regioni più ricche dell'emittenza locale.

