



CONFINDUSTRIA RADIO TELEVISIONI

Radio Tv News

22 DICEMBRE 2016 - NUMERO 105

02

L'Editoriale
di Franco Angelo Siddi

05

Speciale
Mercato Nazionale
TV & RADIO
2015-2016

06

I nostri auguri



Fine anno, tempo di bilanci e progetti. Con l'ultimo numero dell'anno della newsletter cogliamo l'occasione, da un lato, per fare un punto della situazione del settore radiotelevisivo, partendo da dati e informazioni elaborati nel corso dell'anno e sintetizzati nel documento allegato; dall'altro, per guardare al futuro, alle tante questioni aperte e in divenire, di cui molte prioritarie se non urgenti, su cui lavoreremo in collaborazione con le istituzioni, i regolatori e gli altri "stakeholder" del sistema nazionale e europeo.

LA LENTA RIPRESA DALLA CRISI ECONOMICA FRA LUCI E OMBRE.

Il 2016 si chiude consolidando i segnali di timida ripresa che già si erano manifestati nel 2015: il quadro macroeconomico registra per il terzo trimestre 2016 uno 0,9% di crescita del PIL rispetto allo stesso periodo del 2015: salgono i consumi, scende la propensione al risparmio delle famiglie, sale l'export, ma in misura maggiore l'import. Crescono, per il settore di nostro interesse, le spese in consumi culturali, che però di norma sono un segnale anticiclico. Secondo le previsioni del Centro Studi di Confindustria, la ripresa avrà un leggero rallentamento nel 2017

con una crescita più contenuta del PIL (+0,8%), e un recupero nel 2018 (+1%), una revisione al rialzo delle previsioni precedenti. La crisi è a un "punto di snodo", ma i problemi strutturali del sistema Italia vanno affrontati, aggiunge Confindustria, "un eventuale traccheggiamento non inciderebbe solo sul prossimo biennio. La crescita rimarrebbe troppo bassa per far fronte ai bisogni e le sfide" (Scenari Economici N.28, dicembre 2016).

PUBBLICITA' E IMPATTO STRUTTURALE DI INTERNET.

Gli andamenti macroeconomici, come noto, influenzano fortemente gli investimenti pubblicitari: dal 2015 in Italia





si registra un'inversione di tendenza per il totale mezzi (+2,2% rispetto al 2014), la resilienza della radio, primo fra i mezzi tradizionali a recuperare dalla crisi (+8,8%). Nei primi 10 mesi del 2016 la radio rallenta (+0,2% sul periodo analogo del 2015), la televisione viceversa segna addirittura un +6,4%: ma è un anno pari, di Olimpiadi e Europei, il consuntivo potrebbe presentare valori più contenuti. Soprattutto, gli investimenti pubblicitari sono ben lontani dai livelli pre-crisi (tra il 2008 e il 2015 -19,5%, mancano circa 1 miliardo 850 milioni di euro, e ci riferiamo al perimetro "esteso" di Nielsen). E la crescita avviene principalmente ad opera dell'online, secondo mezzo in Italia con circa il 30% degli investimenti pubblicitari nel 2016, quota raggiunta in meno di un decennio a scapito dei mezzi tradizionali. Internet è il primo mezzo per investimenti attratti complessivamente nella UE dei 27, già dal 2015. È questo un elemento strutturale del sistema dei media con cui gli operatori fanno i conti da anni, a valle di una crisi economica protratta, e che la normativa rincorre segnando il passo.

LE IMPRESE RADIOTV: RIPRESA A LIVELLO NAZIONALE, SOFFRE IL LOCALE. L'elaborazione dei dati di bilancio effettuata dal nostro ufficio studi (solo ricavi TV, per tutti i maggiori operatori nazionali) permette di approfondire gli andamenti a livello di imprese del settore radiotelevisivo (broadcaster e operatori TV). Anche i conti delle aziende televisive a consuntivo 2015 registrano una timida ripresa (+2% dei ricavi totali nel 2015) trainata dalla maggiore risorsa, la pubblicità (33% dei ricavi totali), mentre i ricavi pay appaiono stabili e il canone del servizio pubblico in aumento: per quest'ultimo tuttavia si attendono risultati certi dal nuovo sistema di riscossione avviato la scorsa estate. Anche dai bilanci quindi risulta un sistema complessivamente in leggera ripresa, ma ben al di sotto dei livelli pre-crisi (-8,4% dal 2011 i ricavi tv totali, -24% i ricavi pubblicitari). L'analisi dei bilanci indica inoltre una redistribuzione delle risorse pubblicitarie alla nuova offerta multichannel (sul DTT ha raggiunto la quota del 18% dei ricavi pubblicitari complessivi delle società) e sostenuti livelli occupazionali nonostante la crisi (-2%

negli ultimi 5 anni). Questo il quadro a livello nazionale. Per il comparto locale, radio e TV, si contraggono i ricavi complessivi, ma in misura minore i ricavi medi per impresa. Soprattutto, si contrae il numero degli operatori e dei livelli occupazionali e a soffrire sono soprattutto le imprese più strutturate. Le difficoltà dell'emittenza locale richiedono un intervento sistematico di riforma che premi le imprese che realmente fanno informazione, intrattenimento e occupazione sul territorio, come più volte sottolineato da CRTV.

LA CENTRALITA' DELLA PIATTAFORMA DTT. Gli ultimi due anni hanno visto molte manovre intorno alla piattaforma digitale terrestre e soprattutto all'offerta gratuita: lancio di nuovi canali, differenziazione dei modelli di business degli operatori, emersione di nuovi editori multicanale. Un segnale da tenere presente nel momento in cui la piattaforma viene spinta ad una migrazione a tempi accelerati (dalla banda 700 Mhz, per liberare le frequenze per il 5G). Una migrazione che potrebbe penalizzare il pubblico, prima delle aziende, qualora non sia tempestivamente programmata, comunicata, accompagnata.

CRESCE L'OFFERTA GRATUITA, AD ALTA RISOLUZIONE, ONLINE. Sono 125 i canali accessibili gratuitamente via DTT e DTH (Tivùsat). Crescono i contenuti HD nativi, sono 95 i canali in alta risoluzione, di cui 7 in versione esclusiva HD. L'ultra HD avanza con i grandi eventi sportivi, con canali dedicati sia gratuiti (free-to-view, su Tivùsat, il canale di Rai dedicato agli Europei), che a pagamento (il Super HD di Sky). Nell'ottobre 2015 Netflix arriva anche sul mercato italiano, è di questi ultimi giorni il lancio di Amazon Prime Video. In definitiva l'offerta non lineare si è popolata di nuovi servizi, prodotti da operatori televisivi, OTT, telco, indipendenti in modalità gratuita o a consumo / su abbonamento (T-VOD / S-VOD): questi ultimi, secondo nostre stime, incontrano complessivamente il favore di circa 2 milioni di utenti abbonati. La televisione, in definitiva, conferma di essere viva e al centro di un sistema di produzione e distribuzione di contenuti sempre più ricco, vario, personalizzato, multiplatforma.





RADIO IN CRESCITA NELL'INTERESSE DEL PUBBLICO E DEI GRUPPI EDITORIALI. La radiofonia ha visto i molti cambiamenti, con un'accelerazione negli ultimi due anni, delle acquisizioni e gli accorpamenti, nel comparto editoriale e delle concessionarie. Più resiliente degli altri mezzi rispetto alla crisi, la radio gode del favore del pubblico e degli investitori, analogica nelle strutture ma già in rete, social e mobile nella fruizione del pubblico. La radio vara un organismo ufficiale di rilevazione degli ascolti, il Tavolo Editori Radio - TER, che produrrà i primi risultati ufficiali il prossimo anno. Ma per il vero rilancio della radio è necessario che si programmi e sostenga il percorso intrapreso di migrazione alla tecnologia digitale. I nodi sono tanti, procedere con l'assegnazione delle frequenze e dei diritti d'uso, indurre i consumi e l'acquisto dei terminali digitali, accompagnare il comparto locale: è quest'ultimo un tema cruciale anche negli altri Paesi europei che stanno effettuando la transizione.

DOSSIER CHIUSI, QUESTIONI APERTE. Il 2016 ha visto operazioni di consolidamento anche infra-settoriali, e l'affacciarsi di nuovi operatori sul mercato italiano ed europeo. L'anno ha visto molti passaggi importanti a livello normativo: l'approvazione della legge cinema che riforma il sistema dei contributi per la produzione cinematografica e audiovisiva; la legge editoria, particolarmente importante per l'emittenza locale, con l'Istituzione del Fondo per il pluralismo e l'innovazione dell'informazione. Il 2016 è stato l'anno dell'applicazione in concreto dei decreti attuativi del Jobs Act, nonché del primo decreto modificativo: di tale evoluzione normativa CRTV sta tenendo conto nell'ambito delle trattative con le parti sociali per il rinnovo del contratto collettivo nazionale di settore. Il 2016 è anche l'anno del varo della riforma della riscossione del canone Rai, mentre si attende il rinnovo della Concessione. L'anno si chiude in questi giorni con il

decreto di recepimento della direttiva sulla gestione dei diritti d'autore e collettivi, un tema su cui si gioca la funzionalità e la trasparenza dei rapporti con i creatori delle opere, che ci è particolarmente a cuore. E' stato infine l'anno dell'Europa, non solo per il dibattito sulla Brexit, ma anche per il varo delle prime norme che fanno capo all'ambizioso progetto strategico racchiuso nella formula del Mercato Unico Digitale (DSM). Revisione delle norme relative al copyright, refit della direttiva sui servizi media audiovisivi, portabilità, big data, privacy, frequenze, fiscalità, sono solo alcuni dei temi su cui la UE intende intervenire per rilanciare lo sviluppo dell'industria europea. Il 2017 vedrà maturare questi ed altri dossier, anche a livello nazionale, come quelli relativi alla concorrenza e alla fiscalità, tutti temi cruciali per lo sviluppo di un (eco)sistema digitale sano.

Confindustria Radio Televisioni, a valle del recente rinnovo delle maggiori cariche associative, ribadisce il proprio impegno nel promuovere il settore radiotelevisivo nel suo insieme: pubblico e privato, free e pay, emittenti, gruppi, editori e operatori di rete, nazionali e locali. Un patrimonio imprenditoriale, occupazionale, di know how, talenti e asset centrali nella filiera dell'industria culturale per il quale l'Associazione richiede che siano garantite condizioni eque per competere e adeguate tutele ai diritti individuali e di impresa. CRTV conferma, soprattutto, la propria ottica industriale e di sistema mirata a fare, della varietà degli operatori e delle istanze rappresentate, una ricchezza.

Il prossimo sarà un anno impegnativo. Lo affronteremo, come sempre, con determinazione e serenità, in collaborazione con tutti gli Associati.

Con i migliori auguri

Franco Siddi

Presidente Confindustria Radio Televisioni

Speciale: Mercato Nazionale TV & Radio

2015 -2016



Clicca sul quadro per visualizzare in formato PDF il rapporto di fine anno
sul Mercato Nazionale Televisivo e Radiofonico



Con questo numero la Newsletter di Confindustria Radio Televisioni "Radio Tv News" sospende le pubblicazioni per le Festività Natalizie. Le pubblicazioni riprenderanno a Gennaio 2017.

A tutti i nostri lettori
BUONNATALE e **FELICE ANNO NUOVO**
La Redazione