

Principali operatori televisivi italiani 2012-2016 e primi nove mesi 2017

⇒ Confronto fra i **principali cinque operatori televisivi italiani** nel quinquennio 2012-2016 (per Sky al 30 giugno 2013-2017) e ultimi aggiornamenti al 2017

⇒ Confronto fra il Gruppo Rai e i principali *peers* europei

Quadro del settore nazionale¹

Nel 2016 il settore “televisione e radio” ha rappresentato lo 0,5% del PIL (come nel 2015), per un giro d'affari complessivo pari a 9 miliardi di euro (+6,5% rispetto al 2015); i tre operatori principali (Sky Italia², Rai e Mediaset) continuano a detenere congiuntamente quasi il 90% dei ricavi totali televisivi nazionali. Distinguendo tra TV in chiaro e TV a pagamento, la prima costituisce ancora la porzione più ampia del settore (55%) raggiungendo i 5 miliardi di euro nel 2016 e presentando, peraltro, un deciso aumento rispetto al 2015 (+9,8%); la TV a pagamento si attesta sui 3,4 miliardi di euro nel 2016, con un incremento più contenuto (+2,6%).

Nella TV in chiaro, la quota di mercato maggiore è stabilmente detenuta dalla Rai (49,9% nel 2016), davanti a Mediaset (32,8%), Discovery Italia (3,9%), La7-Cairo (2,8%) e Sky (1,4%); nella TV a pagamento, Sky, che propone offerte fruibili attraverso la piattaforma satellitare e online (Now Tv), si conferma di gran lunga il primo operatore con una quota del 77,1% nel 2016, seguito da Mediaset (20,6%) che offre contenuti sulla piattaforma digitale terrestre e sul web (Infinity).

Dal lato della domanda, la televisione, all'interno del sistema dell'informazione, mantiene ancora stabilmente un ruolo di primaria importanza (sia per la massa di fruitori non ancora raggiunta da nessun altro dei media, sia per gli introiti generati dal settore) e rappresenta tuttora il mezzo con la maggiore valenza comunicativa. La TV in chiaro raggiunge la totalità del pubblico televisivo (circa 25 milioni di famiglie), mentre la TV a pagamento è accessibile da poco più di un terzo della popolazione italiana (circa 9 milioni di famiglie). Il diverso grado di penetrazione della televisione in chiaro e di quella a pagamento è indice di una distinzione del target dei consumatori delle due tipologie di servizi audiovisivi. La televisione in chiaro continua a distinguersi come l'unico mezzo in grado di raggiungere tutte le fasce della popolazione, indipendentemente dalla connotazione sociale, economica e culturale. Viceversa, la TV a pagamento è focalizzata su profili specifici di cittadini, raggiungendo principalmente individui con una disponibilità di spesa più elevata e che soddisfano per lo più la propria domanda di contenuti premium (quali, in particolare, film in prima visione, serie TV, eventi e manifestazioni sportive). I fruitori accedono al mezzo attraverso le varie piattaforme (digitale terrestre, tuttora la più diffusa, satellite e web) e i diversi dispositivi (dai televisori tradizionali con decoder digitale terrestre e satellitare alle smart TV e altri device dotati di connessione a Internet quali computer, smartphone e tablet). Il mezzo televisivo viene utilizzato anche allo scopo di informarsi; al riguardo si riscontra che la quota parte di giornalisti italiani impiegati nel comparto televisivo è pari a poco più della metà dei giornalisti assorbita dalle testate quotidiane, unico mezzo a veicolare contenuti quasi interamente dedicati all'informazione.

Dal lato dell'offerta televisiva, la TV in chiaro e quella a pagamento sono due tipologie di offerte televisive sostenute da modelli di business differenti: la TV in chiaro viene finanziata dalla raccolta pubblicitaria e dal canone, la TV a pagamento viene finanziata in misura largamente prevalente dalla vendita di abbonamenti (inclusi i servizi di pay per view), nonché, in modo decisamente più contenuto, dalla raccolta pubblicitaria. Conseguentemente, per gli operatori della televisione a pagamento, la principale leva competitiva è costituita dall'acquisizione di contenuti di particolare pregio, in grado di suscitare l'interesse dei consumatori e motivare la loro disponibilità a pagare. Tra le offerte televisive a pagamento rientrano, oltre a quelle disponibili sulle piattaforme satellitare e digitale terrestre, anche quelle fruibili attraverso il web, inclusi i contenuti audiovisivi veicolati soltanto online (Netflix e Chili insieme con Now Tv di Sky e Infinity di Mediaset).

Sotto il profilo degli ascolti, si evidenzia nel tempo una contrazione di audience delle TV generaliste e una crescita degli altri operatori, nonostante Rai e Mediaset continuino a raggiungere quote ampiamente superiori a qualsiasi altro operatore del settore (congiuntamente la quota di share dei due Gruppi è ancora superiore ai due terzi). Tra gli altri

¹ Fonte: AGCOM Relazione annuale 2017. Discovery trasmette in chiaro i canali Nove, Real Time, K2, Frisbee, Dmax, Focus e Giallo. Cairo Communication è editore dei canali La7 e La7d.

² Nel dicembre 2017 The Walt Disney Co. ha raggiunto un accordo con Rupert Murdoch per l'acquisizione della 21st Century Fox Inc. (che include il Gruppo Sky) per un controvalore di 52,4 miliardi di USD.

operatori, Sky e Discovery detengono le quote maggiori di ascolto (pari rispettivamente al 7,9% e al 6,7%), mentre la quota di Cairo Communication rimane prossima al 4%.

Ricavi

I ricavi aggregati dei **cinque principali Gruppi televisivi italiani** (Mediaset, Sky Italia, Rai, Discovery Italia e La7)³ si attestano a 9,5 miliardi di euro nel 2016 (di cui 1 mld all'estero, essenzialmente in Spagna), +6,8% sul 2015 e +1,1% sul 2012. Il settore sembra quindi aver assorbito i colpi della crisi congiunturale degli anni passati e manifesta segnali di ripresa, intravisti già nel 2015: dopo anni di contrazione nei ricavi (-6,9% nel 2011-12, -3,9% nel 2012-13, -2,9% nel 2013-14), dal 2015 si rilevano i primi segnali di crescita (+1,4% nel 2014-15 e +6,8% nel 2015-16). La ripresa è trainata essenzialmente dai maggiori introiti derivanti dal canone Rai (+16,7% sul 2015) per effetto dell'introduzione a partire dal mese di luglio 2016 del pagamento del canone nelle bollette dell'energia elettrica.⁴ La raccolta pubblicitaria (+4,2% sul 2015) e i servizi a pagamento (abbonamenti e pay per view) (+2,8%) hanno subito un aumento più morbido (Tab.1). Nell'arco temporale 2012-2016 il fatturato aggregato è salito dell'1,1%, saldo risultante dall'incremento del canone Rai (+10,5% sul 2012) e dalla flessione della raccolta pubblicitaria (-2,1%). Il fatturato aggregato nel 2016 è derivato per il 40,2% dalla pubblicità (41,5% nel 2012), per il 31,5% dai servizi a pagamento (31,3%) e per il 20,1% dal canone Rai (18,4%). Nonostante l'incremento degli introiti da canone, la pubblicità rappresenta ancora la maggiore fonte di finanziamento per il mezzo televisivo; di poco inferiore è l'incidenza delle offerte a pagamento la cui quota sul totale ricavi è rimasta sostanzialmente stabile nel quinquennio.

Nel 2016 il Gruppo Rai segna un +12,9% sul 2015 di incremento del giro d'affari (in gran parte conseguenti al già citato aumento del canone); il Gruppo Mediaset ha aumentato i ricavi rispetto all'anno precedente del 5,2%, segnando +7% in Italia e +3,2% in Spagna; anche Sky (bilancio al 30 giugno 2017) registra un aumento di fatturato (+2,6%), ma è sempre Discovery ad emergere con un +22,1%; sono in lieve aumento pure i ricavi di La7 (1%). Mediaset è l'unico Gruppo a respiro internazionale:⁵ nel 2016 ha realizzato quasi il 30% dei propri ricavi all'estero, essenzialmente in Spagna dove Mediaset España Comunicación si colloca al primo posto per quota di ascolto nel 2016 (30,2% share medio intera giornata). Nel 2012-2016, limitatamente ai tre maggiori operatori, Sky ha segnato una flessione dei ricavi del -2,7%, Mediaset del -1,9%. Il calo pubblicitario subito da Sky è stato superiore a quello di Rai e Mediaset (-12,4% contro -6,3% e -4,7%). Scorporando la raccolta pubblicitaria radiofonica da quella televisiva in Rai, la pubblicità TV segna nell'ultimo quinquennio un calo del -3,8%, quella radiofonica del -33,9%. Mediaset ha beneficiato dello sviluppo della pay per view, con introiti passati da 521 a 607 milioni tra il 2012 e il 2016 (+16,5%). In leggero calo i ricavi da abbonamento di Sky (-0,9% sul 2012). Le principali voci dei ricavi dei gruppi televisivi sono diverse: la raccolta pubblicitaria per Mediaset (71,7% del totale nel 2016), Discovery (85,7%) e La7 (95,1%), il canone per la Rai (arrivato al 68,7% del totale nel 2016 dal 64,6% del 2012) e gli abbonamenti per Sky (84,7%).

Occupazione

Le maggiori vendite nel 2016 hanno parzialmente inciso sull'occupazione che segnala un leggero aumento (+0,7%), attestandosi a 22.220 unità, sebbene nel 2012-2016 sia in calo dell'1,1%, pari a -250 unità (Tab.2), così ripartite: -

³ Ai tre gruppi censiti nell'Annuario R&S sono state aggiunte Discovery Italia s.r.l. e La7 s.r.l. La Discovery Italia s.r.l. (Gruppo americano Discovery Communications, leader mondiale per contenuti non fiction), operativa dal maggio 2011, a fine dicembre 2012 ha rilevato la Switchover Media s.r.l. (incorporata nel 2013) divenendo il terzo operatore italiano in termini di ascolti nei canali specializzati dopo Rai e Mediaset. Nel gennaio 2015 la Discovery Italia s.r.l. ha rilevato dal Gruppo Espresso la All Music, editrice del canale DeeJay TV. La7 s.r.l. fino al 2012 era inclusa nella divisione Telecom Italia Media-La7 che comprendeva le attività delle emittenti televisive La7 e La7d (quest'ultima da marzo 2010) e dell'area internet (LA7.it e LA7.tv). In data 1-9-2012 ha avuto efficacia il conferimento delle attività televisive (canali La7 e La7d) e internet (La7.it e La7.tv) di Telecom Italia Media in LA7 s.r.l., società di nuova costituzione. In data 30-4-2013 la Telecom Italia Media ha ceduto l'intera partecipazione della La7 s.r.l. alla Cairo Communication per 1 milione di euro, dopo aver ricapitalizzato la società per circa 100 milioni di euro. Dal 30-4-2013 La7 s.r.l. è controllata e integralmente consolidata dalla Cairo Communication; nel 2016 il fatturato netto della La7 s.r.l. corrisponde al 15% del fatturato (al lordo delle voci infragruppo) del Gruppo Cairo Communications (48,9% Gruppo RCS, 21,6% concessionaria pubblicità, 14,2% editoria e 0,3% internet). Nel settembre 2013 inoltre la Telecom Italia Media ha ceduto il 51% che deteneva in MTV Italia s.r.l. al Gruppo Viacom International Media Networks che ha quindi aumentato la propria quota in MTV Italia s.r.l. al 100%; a fine luglio 2015 il Gruppo Viacom International Media Networks ha ceduto la stessa MTV Italia s.r.l. (ridenominata Nuova Società Televisiva Italiana s.r.l.) alla Sky Italian Holdings (che detiene anche il 100% della Sky Italia s.r.l.); Nuova Società Televisiva Italiana s.r.l. risulta quindi consociata di Sky Italia s.r.l.

⁴ La legge di stabilità 2016 ha incluso automaticamente il canone ordinario Rai nelle bollette dell'energia elettrica, il cui pagamento (pari a 100 euro nel 2016 e 90 euro nel 2017) è stato rateizzato in una voce apposita.

⁵ Nel 2010 il Gruppo Mediaset ha rilevato in Spagna il Gruppo Cuatro.

592 Mediaset (di cui -507 in Italia e -85 in Spagna), -148 Rai e -5 La7, ma +349 Sky e +146 Discovery. Quindi, nel periodo 2012-2016, limitatamente ai tre maggiori operatori, solo Sky Italia ha aumentato la forza lavoro (+13,9%, pari a 349 unità), mentre la contrazione degli organici è stata del 9,5% per Mediaset (ripartiti in -10,4% in Italia e -6,3% in Spagna) e più contenuta (-1,1%) per Rai. La caduta della forza lavoro ha coinvolto in misura più intensa i giornalisti Mediaset (-6,3%, di cui -18% in Spagna e -0,6% in Italia) e meno quelli di Rai (-5,8%), mentre sono in aumento quelli di altri operatori (+28,1% i giornalisti di La7 e +10,1% quelli di Sky). Nell'ultimo anno solo Mediaset registra una riduzione della forza lavoro (-0,4%, di cui -0,4% in Italia e -0,2% in Spagna); in aumento invece per La7 (+6,1%), Sky (+4,2%) e soprattutto Discovery (+10,8%). Sostanzialmente stabile la forza lavoro di Rai (+0,1%).

Quanto alla composizione dei dipendenti, nel 2016 La7 segna la maggiore incidenza di giornalisti (26,3% contro il 14% della Rai, il 12,2% di Sky e l'8,7% di Mediaset) e Discovery quella di dirigenti (13% contro il 7,1% di Mediaset, il 4,9% di Sky, il 2,6% di Rai e l'1,5% di La7), il che parzialmente giustifica il costo del lavoro pro capite più elevato in Discovery. Rai registra una maggiore incidenza di operai (7,8% contro l'1,2% di Mediaset), mentre la quota impiegatizia è massima in Discovery (87%) e minima in La7 (72,2%).

Margini e risultato netto

Per quanto riguarda la redditività industriale, a livello aggregato, il quadro d'insieme segnala una ripresa tornando in positivo nell'arco temporale 2012-16 (Tab.3). Si distingue Discovery che ha registrato anche nel 2016 l'indice di MON sul fatturato più elevato (10,6%, in aumento dall'8,6% del 2015 e dal 6,2% del 2012), segue Rai con il 3,8% (in aumento dal -7,4% del 2012); Sky e Mediaset si stanziano su livelli simili, rispettivamente il 2,4% e 2,3%. L'unica incidenza negativa è registrata da La7 (-15,7%), sempre negativa nel quinquennio, ma in miglioramento (+34,1 p.p.).

Generale ripresa del ROI (rendimento del capitale investito) e del ROE (Tab.4). In particolare, Rai migliora entrambi gli indici nel 2016 (rispettivamente +6,7 p.p. e +8,9 p.p. sul 2015) e Mediaset peggiora il ROE di -13,4 p.p. Nel 2016 il ROI migliore è stato realizzato da Discovery (16,6%), davanti a Rai (9,6%), Sky (5,7%) e Mediaset (2,4%); negativo quello de La7.

Quanto alla *bottom line* dei conti economici, l'aggregato chiude il quinquennio con perdite cumulate per 1.334 milioni, sempre in rosso a partire dal 2012. Il Gruppo Mediaset ha registrato tra il 2012 e il 2016 perdite nette pari a 545 milioni di euro, segnando utili solo dal 2013 al 2015 (rispettivamente 9, 24 e 4 milioni).⁶ Il Gruppo Rai ha mostrato perdite nel quinquennio, chiudendo in nero nel 2013 e nel 2016; La7 ha sommato nei cinque anni perdite nette (-325 milioni), chiudendo sempre in rosso; lieve perdita nello stesso periodo anche per Sky Italia. Nel 2012-16 utili netti cumulati solo per Discovery (23 milioni).

Negli anni considerati nessuna società ha corrisposto **dividendi**, con l'eccezione di Mediaset che li ha distribuiti negli esercizi 2014 e 2015 (23 milioni in entrambi gli anni); la Rai ha staccato l'ultimo dividendo con il bilancio 2004, TI Media con quello del 2005, Sky Italia con quello del 2008.

Il **tasso di investimento** in immobilizzazioni materiali è stato mediamente pari al 7,5% nel 2012-16 per Sky, al 3,3% per Mediaset, al 2,9% per Rai e all'1,3% per La7. Nel 2016 Mediaset, Rai e La7 hanno diminuito il loro tasso di investimento rispetto all'anno precedente; Sky si conferma saldamente al primo posto (7,4% nel 2016), in aumento di 0,8 p.p. rispetto all'anno precedente. Nel quinquennio tutti i Gruppi hanno però ridimensionato gli investimenti (Sky ha segnato il calo minore: -1,3 p.p.) per un totale di -99 milioni in meno investiti nel 2016 rispetto al 2012. Il peso delle immobilizzazioni materiali sul totale attivo della Discovery è irrilevante (0,6% nel 2016), non avendo studi televisivi per la produzione in proprio di programmi.

Profilo patrimoniale

Sul fronte patrimoniale, nel quinquennio, si segnala un progressivo miglioramento nella solidità finanziaria aggregata: il rapporto debiti finanziari/capitale netto scende dal 91,1% del 2012 al 72% del 2016. Tra i tre maggiori operatori televisivi italiani Mediaset è il Gruppo che registra la maggior solidità finanziaria (60,5% nel 2016); seguono Sky (95,6%) e Rai (134,8%) (Tab.4). Quest'ultima, nel 2012-16, ha aumentato il capitale netto

⁶ Nel 2016 la perdita netta del Gruppo Mediaset è stata pari a -295 milioni, gravati da -311 milioni di oneri straordinari relativi all'impatto negativo complessivo della "mancata esecuzione, da parte di Vivendi, del contratto vincolante" firmato con Mediaset nell'aprile 2016 in relazione alla vendita di Mediaset Premium.

proporzionalmente meno rispetto all'aumento dell'indebitamento: i debiti finanziari restano superiori ai mezzi propri. SKY Italia ha assottigliato l'esposizione finanziaria e ha rafforzato la dotazione patrimoniale, migliorando la propria solidità nel 2012-16. Il patrimonio netto di Telecom Italia Media nel 2012 registrava una posizione negativa per 32 milioni, ma nel 2013 Telecom Italia Media, prima di cedere l'intera partecipazione de La7 s.r.l. alla Cairo Communication, ha ricapitalizzato la società, permettendole di chiudere il 2013 con un capitale netto di nuovo positivo (122 milioni), in calo nel 2016 (94 milioni), ma a fronte di un'assenza di debiti finanziari. Oltre a La7, anche Discovery non ha debiti finanziari nel 2016.

Mediaset e Rai hanno una liquidità rispettivamente pari al 21,4% e al 13,4% dei debiti finanziari nel 2016, superiore a quella di Sky (3,1% dell'indebitamento). In valori assoluti la liquidità di Mediaset è pari a 329 milioni; seguono La7 e Rai con rispettivamente 96 e 86 milioni.

Audience e share

Prosegue il trend di redistribuzione delle quote di ascolto dalle reti generaliste ai canali tematici: nel quinquennio 2012-2016, da una parte è in crescita costante il numero dei telespettatori che seguono programmi televisivi trasmessi sia dai canali di nuovi operatori (es: +3,9 p.p. Discovery), sia dai canali specializzati digitali di Rai e Mediaset (rispettivamente +0,7 p.p. e +1,4 p.p.), dall'altra sono in calo le quote di ascolto delle reti generaliste (-3,7 p.p. per Mediaset e -3,8 p.p. per Rai). Sempre nel 2012-2016 continua a ridursi progressivamente il distacco fra la quota di ascolto complessiva (reti generaliste e canali specializzati) dei due maggiori operatori e quella degli altri player considerati nel loro insieme (-3,1 p.p. Rai e -2,3 p.p. Mediaset, +5,2 p.p. altri tre operatori): i primi due scendono al 68,3% di share nel 2016 (36,7% Rai, che mantiene la leadership, e 31,6% Mediaset) contro il 73,7% di cinque anni prima (39,8% Rai e 33,9% Mediaset). Sono seguiti da Sky (7,9%, +1,5 p.p. rispetto al 2012), Discovery (6,7%, +3,9 p.p. sul 2012) e La7 (3,7%, -0,2 p.p. sul 2012). Nel loro insieme i cinque operatori considerati raggiungono l'86,6% delle quote di ascolto nel giorno medio.⁷

Nel 2016 Rai 1 si conferma il canale più seguito dagli italiani nel giorno medio (16,6%, -0,4 punti rispetto al 2015), davanti a Canale 5 (15,5%, +0,1 punti).

La classifica dei canali specializzati più visti nel 2016 vede in testa Real Time di Discovery (1,45%) e TV8 di Sky (1,37%) che sale al secondo posto (occupato lo scorso anno da Rai YoYo). Nella Top10 dei canali specializzati, Rai ne posiziona tre (Rai YoYo, Rai Movie e Rai 4) insieme ai tre di Discovery (Real Time, Dmax e TV Nove), contro i due di Mediaset (Iris, Top Crime) e di Sky (TV8 e Cielo). Rai si distingue per essere l'editore con l'offerta gratuita di canali digitali più ampia in Italia (14 canali), mentre nel segmento pay del digitale terrestre il primo operatore è Mediaset. Simili le classifiche se si guarda al dato di ascolto in prima serata nel 2016: Rai al primo posto con il 38,6% di share (+0,3 punti rispetto al 2015), davanti al 31,6% di Mediaset (-2,3 punti); seguono Sky (8,8%, +1,4 punti), Discovery (5,2%, +0,5 punti) e La7 (4,4%, +0,1 punto).

Con specifico riguardo alla domanda d'informazione da parte dei telespettatori, la televisione in chiaro rappresenta la fonte principale dalla quale i cittadini reperiscono le notizie; diversamente, la televisione a pagamento si configura come una fonte d'informazione di nicchia. Tale evidenza è suffragata dai dati di ascolto relativi ai principali telegiornali trasmessi: Sky TG24, il principale telegiornale dell'offerta televisiva a pagamento, raggiunge valori di ascolto decisamente inferiori rispetto ai TG diffusi sui principali canali in chiaro, con una quota di ascolto che, in tutte le fasce orarie considerate, rimane al di sotto dell'1%. Rai, in prima battuta, e Mediaset rappresentano ancora i due principali editori a informare i cittadini sull'attualità: nel 2016 i quattro telegiornali serali del Gruppo Rai (incluso il TGR) sono stati seguiti complessivamente dal 53,5% della popolazione, i tre del Gruppo Mediaset dal 27,1%; segue TG La7 con il 5,4%. Al primo posto per ascolti si conferma anche nel 2016 il TG1 della sera (24%, in diminuzione dal 24,7% del 2015), seguito dal TG5 con il 18,5% (in aumento dal 18,2% del 2015).

⁷ Oltre a Discovery Italia s.r.l., tra gli operatori più "giovani" del mercato, è operativa la QVC Italia s.r.l. (Gruppo QVC Inc.) che gestisce il canale QVC, specializzato in vendite tramite la rete televisiva. Si tratta quindi di un canale *retailer* i cui ricavi derivano dalla vendita di prodotti, realizzata interamente sul territorio nazionale. Il fatturato 2016 della QVC Italia s.r.l. è stato pari a 127 milioni (110 nel 2015), con una perdita di 8,7 milioni (-20,3 nel 2015) e una forza lavoro media nel 2016 di 624 dipendenti (632 nel 2015). Nel 2016, in base al fatturato, sarebbe il quinto operatore italiano, davanti a La7. Al 30-6-2016 anche la Fox Networks Group Italy S.r.l. registrava un fatturato rilevante, pari a 188 milioni di euro (con una perdita di 13,4 milioni e 147 dipendenti), ma in buona parte costituito dalle *fee* riconosciute da Sky Italia s.r.l. (costi operativi per Sky Italia s.r.l.) riguardanti il numero di abbonati che possono accedere ai canali Fox tramite la "piattaforma" Sky che li distribuisce in esclusiva; anche i ricavi pubblicitari sono ricavi da pubblicità fatturata a Sky Italia s.r.l. Sia Sky Italia s.r.l. che Fox Network Italy s.r.l. fanno capo al Gruppo 21st Century Fox (cfr precedente nota 2). Le quote di share di Sky riportate includono quindi i canali Sky e Fox.

I Gruppi Rai e Mediaset sono presenti anche nella radiofonia.⁸ Il Gruppo Rai, storicamente presente nel settore radio, si colloca al secondo posto del mercato nel 2016 con l'11,7% (di cui 5% Radio 1, 4,1% Radio 2 e 2,2% Radio 3) di ascolto nel quarto d'ora medio dietro al 17,3% del Gruppo Mediaset (R101, Radio 105, Virgin Radio e partnership con Radio Monte Carlo) e davanti al Gruppo Editoriale L'Espresso (Radio DeeJay, Radio Capital e m2o) con l'11,1%. La rete radio più ascoltata nel 2016 risulta essere RTL 102.5, seguita da Radio DeeJay, Radio 105, RDS, Radio Italia e Radio 1. Nel *peak time* dalle 6.00 alle 9.00 del mattino il Gruppo Rai si colloca al primo posto con il 18,6% seguito dal Gruppo Mediaset con il 18,3%.

Rai: il bilancio "separato" del servizio pubblico

Rai, in quanto concessionaria del servizio pubblico radiotelevisivo nazionale, secondo quanto previsto dalla legge n.112-2004, dal 2005 deve indicare in una contabilità separata i ricavi derivanti dal gettito del canone e gli oneri sostenuti per la fornitura del servizio pubblico. Dalla **contabilità separata Rai** nel 2016 emerge un pareggio, quale differenza tra introiti da abbonamento e costi di servizio pubblico; dal 2005 al 2016 si evidenzia un deficit cumulato che ammonta a circa 2,5 miliardi di euro.

Aggiornamento al 2017 (Tab.5)

Relativamente all'andamento del primo semestre 2017 (al 30-6-2017) è possibile valutare i dati dei Gruppi Mediaset e Rai e quelli del settore editoria televisiva del Gruppo Cairo Communication (La7); Sky Italia, come già segnalato, ha chiuso l'ultimo esercizio annuale a fine giugno 2017. Nel primo scorcio 2017 si registra una leggera flessione dei ricavi contrariamente all'anno precedente, con vendite in diminuzione per tutti gli operatori (-4,8% Rai, -3,6% editoria televisiva Cairo e -1,3% Mediaset). Più diversificato risulta il quadro a livello di margini operativi e netti. E' in aumento il MON di Mediaset che chiude la *bottom line* con un utile netto (a differenza della perdita 2016), riconducibile principalmente ai minori ammortamenti dei diritti televisivi per effetto delle svalutazioni effettuate in sede di bilancio al 31 dicembre 2016; diminuisce il MON di Rai e passa da positivo a negativo l'utile netto; migliora il MON di La7, pur rimanendo negativo.

Relativamente ai ricavi del Gruppo Rai nel primo semestre 2017, il canone diminuisce da 931 milioni a 895 milioni (-3,9%, di cui -7,2% da utenze private e +5% da utenze speciali ovvero esercizi commerciali quali bar, ristoranti, hotel e uffici pubblici).⁹

Canone Rai

Il tema del canone Rai è tornato d'attualità con la Legge di Stabilità 2016 (Legge n. 208 del 28 dicembre 2015) che ha introdotto, a partire dall'1 gennaio 2016, la nuova modalità di riscossione del canone TV per uso privato attraverso l'addebito, con apposita voce, sulle fatture emesse dalle imprese elettriche. E' stato anche ridotto l'importo del canone annuo unitario da 113,5 euro nel 2015 a 100,0 euro nel 2016 e a 90,00 euro nel 2017.¹⁰ Questa innovazione legislativa è stata disposta per contrastare l'elevata dimensione dell'evasione che ha storicamente contraddistinto questo tributo: è stato introdotto il meccanismo in base al quale la detenzione di un apparecchio TV si presume nel caso in cui esista un'utenza per la fornitura di energia elettrica nel luogo in cui un soggetto ha la sua residenza anagrafica. Le somme complessivamente ricevute per il canone da parte delle aziende elettriche devono essere riversate all'Erario entro il 20 dicembre di ogni anno. Con riferimento alle eventuali maggiori entrate (discendenti dalle nuove modalità di pagamento del canone) rispetto alle somme già iscritte nel bilancio di previsione dello Stato, l'extra-gettito sarà riservato all'Erario per una quota pari al 33% del suo ammontare per l'anno 2016 e del 50% per gli anni 2017 e 2018.

Il 2016 è quindi il primo esercizio di applicazione della nuova modalità di riscossione del canone. L'incremento dei ricavi da canone evidenziato nei conti del Gruppo Rai nel 2016 (+16,7% sul 2015, pari a 1,9 miliardi) è quindi la conseguenza delle mutate modalità di riscossione dello stesso. L'inserimento di tale importo all'interno della bolletta per la fornitura di energia elettrica ha drasticamente ridotto il fenomeno dell'evasione contributiva, pur fissando la

⁸ Il Gruppo Mediaset è entrato nella radiofonia nel settembre 2015 acquisendo il controllo della Monradio (emittente di R101) dalla Mondadori e quello del Gruppo Finelco dalla famiglia Hazan.

⁹ Canone primo semestre 2016: 883 milioni da utenze private, 40 da utenze speciali, 8 da riscossione coattiva/restituzione. Canone primo semestre 2017: 819 milioni da utenze private, 42 da utenze speciali, 34 da riscossione coattiva/restituzione.

¹⁰ A partire dalla prima bolletta dell'energia elettrica emessa dopo l'1 luglio 2016, si trova una nuova voce di costo "canone RAI". L'importo comprende tutte le rate già scadute fino a quel momento; le restanti rate del canone (non ancora scadute) vengono addebitate nelle successive bollette. Dal 2017 il canone viene suddiviso in rate mensili.

misura del canone inferiore rispetto agli ultimi anni. I suddetti 1,9 miliardi di ricavi da canone iscritti a bilancio del Gruppo Rai sono la risultante degli introiti recepiti dall’Agenzia delle Entrate nel 2016, deducendo il 5% trattenuto dallo stato (la Legge 190/2014 impone una riduzione del 5% delle somme da riversare alla Rai per canoni), il 33% dell’extra-gettito, la tassa di concessione governativa e l’IVA.

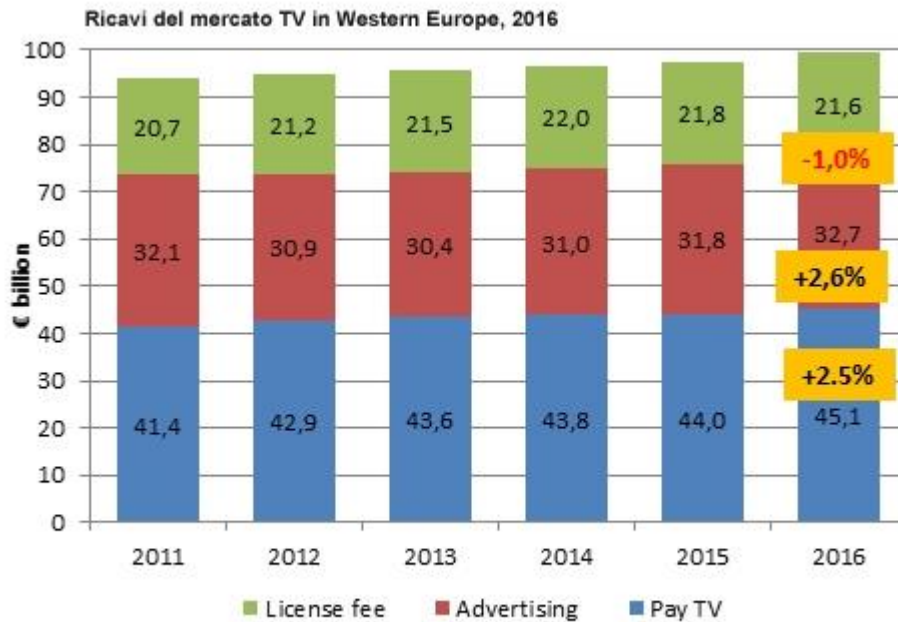
Per il 2017, con il canone ordinario diminuito a 90,00 euro e la quota a favore Rai dei maggiori importi derivanti dalla riscossione del canone in bolletta (c.d. extra-gettito) ridotta al 50% (67% nel 2016), in base alle risultante del semestre al 30-6-2017, si stima che il canone di competenza Rai si ridurrà a 1,8 miliardi.

Quadro del settore in Europa¹¹

Il giro d’affari del mercato televisivo in Europa Occidentale ha raggiunto i 99,4 miliardi di euro nel 2016, in crescita dell’1,8% sull’anno precedente, disegnando un quadro europeo di mercato televisivo in ripresa.

La TV a pagamento, con un giro d’affari pari a 45,1 miliardi di euro nel 2016, è risultata in crescita mediamente del 2,5% sul 2015, in miglioramento rispetto al trend stagnante degli ultimi anni, grazie anche al contributo sempre maggiore dei servizi on demand. Escludendo la Germania, dove la crescita è stata più sostenuta, nel resto d’Europa la pay TV ha registrato mediamente risultati attorno al +2%. Spagna e Francia hanno fronteggiato un tasso di crescita medio più basso, rispettivamente, dell’1,8% e dell’1,1%. L’Italia è appena sopra la media (+2,6%).

I ricavi pubblicitari sono risultati in ripresa proseguendo nel trend di crescita degli ultimi due anni: nel 2016 il giro d’affari si è attestato sui 32,7 miliardi di euro, in aumento del 2,6% sul 2015.



Source © 2017 ITMedia Consulting

I maggiori operatori europei nel servizio pubblico radiotelevisivo

In Europa si possono distinguere due modelli di gestione del servizio pubblico radiotelevisivo: un modello integrato in cui gli operatori sono attivi su più piattaforme (tv, radio, web) e su diverse aree di mercato (nazionale, regionale e internazionale), adottato da Germania, Italia, Regno Unito e Spagna, e un modello specializzato, presente in Francia, in cui la gestione televisiva è distinta da quella radiofonica, in capo a due soggetti diversi.¹²

La **Rai** controlla al 100% Rai Cinema, Rai Com e Rai Pubblicità. Nel novembre 2014 la Rai ha collocato sul mercato con un’offerta globale di vendita il 34,9% del capitale sociale della Rai Way (con un introito complessivo di 280

¹¹ Fonte: XV Rapporto annuale di ITMedia Consulting.

¹² Fonte: I sistemi radiotelevisivi pubblici di Francia, Germania, Regno Unito e Spagna: quadro generale, *governance*, e meccanismi di finanziamento. Materiali di legislazione comparata, Camera dei deputati, XVII Legislatura, N.12 Luglio 2015.

milioni di euro), le cui azioni sono negoziate in Borsa dal 19-11-2014.¹³ L'offerta del Gruppo Rai comprende 14 reti televisive (tre generaliste, quattro semi-generaliste e sette tematiche) e dieci reti radio.¹⁴

Nel Regno Unito, il Gruppo **BBC** comprende PSB Group, che raccoglie i proventi da canone ed è responsabile delle attività del settore pubblico del Gruppo (contenuto e distribuzione) e BBC Worldwide che svolge attività commerciali. L'offerta del Gruppo BBC comprende nove reti televisive e 16 reti radio.

La principale emittente pubblica televisiva francese è **France Télévisions** che edita sei canali TV. Il servizio radio è gestito da **Radio France** con sette canali radio.

La radiotelevisione pubblica tedesca è costituita da due enti pubblici: **ARD** e **ZDF**. L'ARD (Arbeitsgemeinschaft der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten der Bundesrepublik Deutschland), nato al termine della seconda guerra mondiale su iniziativa degli alleati, è il consorzio delle televisioni pubbliche locali ovvero dei Länder della Repubblica Federale Tedesca. Esso si compone di nove società di diritto pubblico (cui fanno capo TV e canali radio regionali) che non corrispondono sempre ai Länder, ma a macro-regioni che originariamente riflettevano i territori di occupazione degli alleati (Baviera, Assia, Sud-Ovest, Ovest, Centro, Nord, Brema, Berlino-Brandeburgo, Saarland). Al consorzio fa capo anche la Deutsche Welle ("Onda tedesca", TV per l'estero) e la Radio nazionale **Deutschlandradio** (controllata pariteticamente da ARD e ZDF). Il Bilancio dell'ARD consolida tutte le nove realtà locali, ma non la DW e la Deutschlandradio (che gestisce tre canali radio nazionali: Deutschlandfunk, Deutschlandfunk Nova e Deutschlandfunk Kultur). L'offerta del consorzio ARD comprende: nove reti televisive delle macro-regioni, il canale generalista "Das Erste", sei reti televisive tematiche (4 delle quali in *joint venture* con ZDF) e una media di 6-7 canali radio per macro-regione. La ZDF (Zweites Deutsches Fernsehen) è un operatore TV fondato nel 1961 come ente pubblico; trasmette tre canali nazionali (ZDF, ZDFinfo, ZDFneo) e altri quattro canali tematici in *joint venture* con ARD.

Il servizio pubblico radiotelevisivo spagnolo vede coesistere la **RTVE** (CORPORACIÓN DE RADIO Y TELEVISIÓN ESPAÑOLA), che opera in modo integrato a livello nazionale e presenta un'articolazione e un'offerta diversificata sul territorio, e diverse entità radiotelevisive (**Radio y Televisión Públicos Autonómicos**), la maggior parte delle quali è riunita nella **Federazione FORTA** (Federación de Organismos de Radio y Televisión Autonómicos); quest'ultima conta 11 operatori che diffondono 27 canali TV (media di 2-3 canali per ente) e 21 canali radio (media di 2 per ente). La RTVE non è finanziata da un canone (abolito a causa dell'elevata evasione), ma da sovvenzioni governative e, in misura inferiore (circa il 21% nel 2016), da tasse sui ricavi delle compagnie telefoniche e delle televisioni private; gestisce sei canali tv e sei canali radio.

Canone e share

Canone → L'Italia ha il canone più basso fra i maggiori Paesi europei: nel 2016 è stato pari a 100,0 euro, contro i 136,0 euro in Francia, i 169,9 euro nel Regno Unito e i 215,8 euro in Germania. Rapportando il canone sul PIL pro-capite (Tab.6), l'indice risulta più alto in Germania, intermedio in Regno Unito e Francia e più basso in Italia.¹⁵ Il basso canone unitario italiano è parzialmente compensato dalla pubblicità che invece manca nella BBC e nella RTVE ed è limitata per quantità e fasce orarie in Francia e Germania.¹⁶ Dall'1-5-2016 Rai YoYo, canale televisivo dedicato ai bambini, non ha più interruzioni pubblicitarie. Per la Rai la trasmissione di messaggi pubblicitari non può eccedere il 4% dell'orario settimanale di programmazione (il che significa il non eccedere 60 minuti pubblicitari al

¹³ RAI WAY controlla e gestisce le infrastrutture di rete di trasmissione.

¹⁴ Canali TV generalisti: Rai 1, Rai 2 e Rai 3. Canali TV semi-generalisti: Rai 4, Rai 5, Rai Movie e Rai Premium. Canali TV tematici: Rai News 24, Rai Storia, Rai Scuola, Rai Sport 1, Rai Sport 2, Rai Gulp e Rai YoYo. Canali radio: Radio 1, Radio 2, Radio 3, GR Parlamento, Isoradio, Radio 4 Light, Radio 5 Classica, Radio 6 Teca, Radio 7 Live, Radio 8 Opera.

¹⁵ In Germania e in Francia, il pagamento del canone è basato sulla residenza, indipendentemente dal fatto di possedere o no un apparecchio televisivo. Nel Regno Unito il pagamento del canone (*licence fee*) è dovuto da chi guarda o registra trasmissioni televisive tramite un qualsiasi dispositivo (TV, video, computer, smartphone ecc.); non è dovuto da chi possiede la TV, ma non la usa per guardare le trasmissioni: "You don't need a TV Licence to own or possess a television set. However, if you use it to watch or record programmes as they are being shown on TV or live on an online TV service, or to download or watch BBC programmes on demand, including catch up TV, on BBC iPlayer, then you need a TV Licence in order to do so".

¹⁶ Le emittenti televisive operanti in Unione Europea devono rispettare alcuni limiti quantitativi riguardanti la trasmissione di annunci pubblicitari. In particolare, la Direttiva 2010/13/EU (Audiovisual Media Services Directive) ha confermato, sulla falsariga di precedenti atti legislativi, che la pubblicità televisiva non può superare i 12 minuti per ora di orologio. La Direttiva europea non si applica alle trasmissioni radiofoniche, ma in Italia sono stati mantenuti limiti di affollamento pubblicitario anche in questo settore. Sulle reti RTVE la pubblicità è consentita solamente nelle competizioni sportive con contratto di sponsorizzazione.

giorno) e il 12% di ogni ora, il così detto “limite di affollamento pubblicitario”.¹⁷

Share→ La Rai conferma il primato dell’indice di ascolto, pari al 36,7%, contro il 32,8% della BBC, il 29,2% della France Télévisions, il 27,3% della ARD, il 17,7% della ZDF in Germania e il 16,7% della RTVE (dati esteri riferiti al 2015).¹⁸

Dati contabili di sintesi di Rai, BBC, France Télévisions, ARD e RTVE nel 2016

La Tab.7 riporta alcuni dati di sintesi dei principali operatori pubblici europei che forniscono l’aggiornamento al 2016. Per ricchezza d’informazione di bilancio si distinguono BBC e Rai, in misura minore France Télévisions e RTVE; non aggiornati i dati di ZDF e incompleti quelli di ARD.¹⁹ Quanto alla radio francese e a quella tedesca, nel 2016 Radio France ha realizzato un giro d’affari di 653 milioni con una perdita di 11 milioni, mentre Deutschlandradio ha registrato 230 milioni di giro d’affari con un utile di 1 milione.

Nel 2016, a livello di giro d’affari, BBC (5.786 milioni, +2,6% rispetto al 2015) è il Gruppo maggiore, seguito da ARD (5.611, -1,1%); circa la metà le dimensioni di France Télévisions (3.054 milioni, +1,1%) e Rai (2.781 milioni, +12,9%), seguite dalla più piccola RTVE (972 milioni, +11,6%).

Sul fronte della redditività industriale si distinguono Rai e ARD, rispettivamente con ebit margin pari a 3,8% e 2,3%, seguiti da France Télévisions (0,3%); negativi gli indici di BBC e RTVE (-0,4% entrambe). Scendendo alla *bottom line*, è solo la BBC a chiudere in negativo nel 2016 (-2,6% sul fatturato, pari a 151 milioni di euro di perdita), ARD registra un utile (61 milioni, 1,1% sul fatturato), mentre sono sostanzialmente in pareggio tutti gli altri operatori.

Sul fronte patrimoniale, nel 2016 RTVE e France Télévisions appaiono finanziariamente più solide con debiti finanziari in rapporto al capitale netto pari, rispettivamente, all’8,2% e al 31,2%. Rai e BBC registrano invece un indebitamento finanziario superiore ai mezzi propri: 134,8% per Rai e 288,6% per BBC.

Nel 2016 il tasso di investimento di France Télévisions (5,6%) e BBC (5,2%) è più del doppio rispetto a quello della Rai (2,3%), cui segue la spagnola RTVE con il più basso tasso di investimento (1,3%).

¹⁷ Per le altre emittenti televisive italiane il limite è fissato al 15% dell’orario giornaliero di programmazione e al 18% di ogni ora.

¹⁸ Fonte: EBU (European Broadcasting Union) da bilancio RAI.

¹⁹ ZDF non pubblica un bilancio completo; da comunicati finanziari il giro d’affari dell’esercizio chiuso a fine marzo 2017 ammonta a 1.934 milioni di euro. Nel 2016 la ARD non ha pubblicato un bilancio; sono disponibili i bilanci delle società costituenti il consorzio ARD. Per la BBC, i dati di bilancio si riferiscono all’esercizio 1 aprile 2016-31 marzo 2017.

Tabella 1 - Composizione dei ricavi

Fatturato netto in milioni di euro	2012		2013		2014		2015		2016		Var % 2016-	Var %
		in % del totale		in % del totale		in % del totale		in % del totale		in % del totale	2015	2016-2012
Mediaset (Gruppo)												
Pubblicità	2.717	73,8	2.430	72,4	2.452	72,7	2.498	72,7	2.590	71,7	3,7	-4,7
Pay per view	521	14,1	552	16,4	541	16,0	559	16,3	607	16,8	8,6	16,5
Altri	445	12,1	376	11,2	381	11,3	379	11,0	417	11,5	10,0	-6,3
TOTALE	3.683	100,0	3.358	100,0	3.374	100,0	3.436	100,0	3.614	100,0	5,2	-1,9
di cui all'estero	971	26,4	916	27,3	1.006	29,8	1.034	30,1	1.036	28,7	0,2	6,7
RAI (Gruppo) (1)												
Canone	1.729	64,6	1.737	65,6	1.588	65,3	1.637	66,4	1.910	68,7	16,7	10,5
Pubblicità	745	27,8	682	25,8	673	27,7	659	26,8	698	25,1	5,9	-6,3
Altri	203	7,6	228	8,6	170	7,0	168	6,8	173	6,2	3,0	-14,8
TOTALE	2.677	100,0	2.647	100,0	2.431	100,0	2.464	100,0	2.781	100,0	12,9	3,9
SKY Italia s.r.l. (2)												
Abbonamenti	2.369	83,2	2.356	84,9	2.373	88,2	2.309	85,5	2.347	84,7	1,6	-0,9
Pubblicità	266	9,3	238	8,6	210	7,8	241	8,9	233	8,4	-3,3	-12,4
Pay per view	51	1,8	49	1,8	47	1,7	44	1,6	39	1,4	-11,4	-23,5
Altri	161	5,7	131	4,7	60	2,3	107	4,0	151	5,5	41,1	-6,2
TOTALE	2.847	100,0	2.774	100,0	2.690	100,0	2.701	100,0	2.770	100,0	2,6	-2,7
Discovery Italia s.r.l.												
Pubblicità	60	81,1	122	84,7	146	88,0	175	89,7	204	85,7	16,6	n.c.
Altri	14	18,9	22	15,3	20	12,0	20	10,3	34	14,3	70,0	n.c.
TOTALE	74	100,0	144	100,0	166	100,0	195	100,0	238	100,0	22,1	n.c.
La7 (3)												
Pubblicità	119	96,0	105	91,3	102	91,9	95	93,1	98	95,1	3,2	-17,6
Altri	5	4,0	10	8,7	9	8,1	7	6,9	5	4,9	-28,6	0,0
TOTALE	124	100,0	115	100,0	111	100,0	102	100,0	103	100,0	1,0	-16,9
Totale ricavi												
Pubblicità	3.907	41,5	3.577	39,6	3.583	40,8	3.668	41,2	3.823	40,2	4,2	-2,1
Abbonamenti e pay per view	2.941	31,3	2.957	32,7	2.961	33,8	2.912	32,7	2.993	31,5	2,8	1,8
Canone	1.729	18,4	1.737	19,2	1.588	18,1	1.637	18,4	1.910	20,1	16,7	10,5
Altri	828	8,8	767	8,5	640	7,3	681	7,7	780	8,2	14,5	-5,8
Totale	9.405	100,0	9.038	100,0	8.772	100,0	8.898	100,0	9.506	100,0	6,8	1,1

(1) Dal 2014 si tratta di dati predisposti sulla base dei principi contabili IAS/IFRS.

(2) Dati al 30 giugno dell'anno successivo a quello indicato.

(3) Nel 2012 si tratta della divisione Telecom Italia Media-La7 che comprende le attività delle emittenti televisive La7 e La7d e dell'area internet (La7.it e La7.tv). In data 1-9-2012 ha avuto efficacia il conferimento delle attività televisive (canali La7 e La7d) e internet (La7.it e La7.tv) di Telecom Italia Media in La7 s.r.l., società di nuova costituzione. In data 30-4-2013 la Telecom Italia Media ha ceduto l'intera partecipazione nella La7 s.r.l. alla Cairo Communication per 1 milione di euro, dopo aver ricapitalizzato la società per circa 100 milioni di euro. Nel settembre 2013 inoltre la Telecom Italia Media ha ceduto il 51% che deteneva in MTV Italia s.r.l. al Gruppo Viacom International Media Networks che ha quindi aumentato la propria quota in MTV Italia s.r.l. al 100%; nel luglio 2015 il Gruppo Viacom International Media Networks ha ceduto la stessa MTV Italia s.r.l. (ridenominata Nuova Società Televisiva Italiana s.r.l.) alla Sky Italian Holdings (che detiene anche il 100% della Sky Italia s.r.l.). Dal 30-4-2013 La7 s.r.l. è controllata e integralmente consolidata dalla Cairo Communication; nel 2016 il fatturato netto della La7 corrisponde al 15% del fatturato (al lordo delle voci infragruppo) del Gruppo Cairo Communication (48,9% RCS, 21,6% concessionaria pubblicità, 14,2% editoria e 0,3% internet).

Fonte: R&S-Mediobanca

Tabella 2 - Dipendenti

Unità (n.medio)	2012	2013	2014	2015	2016	Var% 2016-2015	Var% 2016-2012
RAI (Gruppo)							
Operai	1.125 8,5	1.082 8,3	1.046 8,1	1.054 8,1	1.019 7,8	-3,3	-9,4
Impiegati e quadri	9.657 73,4	9.533 73,5	9.488 73,9	9.656 74,4	9.699 74,7	0,4	0,4
Dirigenti	311 2,4	326 2,5	321 2,5	319 2,4	343 2,6	7,5	10,3
Giornalisti	1.939 14,7	1.901 14,7	1.882 14,6	1.842 14,2	1.826 14,0	-0,9	-5,8
Orchestrale e coristi	126 1,0	123 1,0	120 0,9	124 0,9	123 0,9	-0,8	-2,4
Totale	13.158	12.965	12.857	12.995	13.010	0,1	-1,1
Mediaset (Gruppo)							
Operai	221 3,5	91 1,6	75 1,3	96 1,7	67 1,2	-30,2	-69,7
Impiegati e quadri	5.028 80,4	4.869 82,8	4.750 83,2	4.699 82,7	4.699 83,0	0,0	-6,5
Dirigenti	478 7,7	426 7,2	414 7,2	403 7,1	402 7,1	-0,2	-15,9
Giornalisti (1)	525 8,4	496 8,4	472 8,3	482 8,5	492 8,7	2,1	-6,3
Totale	6.252	5.882	5.711	5.680	5.660	-0,4	-9,5
	di cui all'estero						
	1.360	1.308	1.274	1.278	1.275	-0,2	-6,3
	in % del totale						
	21,8	22,2	22,3	22,5	22,5		
SKY Italia s.r.l. (2)							
Impiegati e quadri	2.057 81,7	2.143 81,8	2.187 81,6	2.261 82,2	2.377 82,9	5,1	15,6
Dirigenti	144 5,7	142 5,4	147 5,5	144 5,2	141 4,9	-2,1	-2,1
Giornalisti	317 12,6	334 12,8	345 12,9	347 12,6	349 12,2	0,6	10,1
Totale	2.518	2.619	2.679	2.752	2.867	4,2	13,9
La7 (3)							
Impiegati e quadri	376 79,7	326 75,1	325 75,3	323 73,5	337 72,2	4,3	-10,4
Dirigenti	10 2,3	7 1,6	6 1,3	7 1,5	16,7	...
Giornalisti	96 20,3	98 22,6	100 23,1	111 25,2	123 26,3	10,8	28,1
Totale	472	434	432	440	467	6,1	-1,1
Discovery Italia s.r.l.							
Impiegati e quadri	61 87,1	113 88,3	146 86,9	173 88,7	188 87,0	8,7	208,2
Dirigenti	9 12,9	15 11,7	22 13,1	22 11,3	28 13,0	27,3	211,1
Totale	70	128	168	195	216	10,8	208,6
Totale dipendenti							
Operai	1.346 6,0	1.173 5,3	1.121 5,2	1.150 5,2	1.086 5,0	-5,6	-19,3
Impiegati e quadri	17.179 76,4	16.984 77,1	16.896 77,3	17.112 77,6	17.300 77,9	1,1	0,7
Dirigenti	942 4,2	919 4,2	911 4,2	894 4,0	921 4,1	3,0	-2,2
Giornalisti	2.877 12,8	2.829 12,8	2.799 12,8	2.782 12,6	2.790 12,5	0,3	-3,0
Orchestrale e coristi	126 0,6	123 0,6	120 0,5	124 0,6	123 0,5	-0,8	-2,4
Totale	22.470	22.028	21.847	22.062	22.220	0,7	-1,1

(1) Di cui giornalisti in Spagna: 172 nel 2012, 145 nel 2015 e 141 nel 2016 (-18% nel 2016-12 e -2,8% nel 2016-15) e in Italia: 353 nel 2012, 337 nel 2015 e 351 nel 2016 (-0,6% nel 2016-12 e +4,2% nel 2016-15).

(2) Dati al 30 giugno dell'anno successivo a quello indicato.

(3) Telecom Italia Media nel 2012; i dirigenti sono inclusi fra i quadri.

NB: La RAI gestisce anche i canali radiofonici e le sedi televisive regionali che curano i relativi notiziari; Mediaset ha attività anche in Spagna.

Fonte: R&S-Mediobanca

Tabella 3 - Margini di conto economico

in %	<u>2012</u>	<u>2013</u>	<u>2014</u>	<u>2015</u>	<u>2016</u>	<u>Var. p.p.</u> <u>2016-2015</u>	<u>Var. p.p.</u> <u>2016-2012</u>
Mediaset (Gruppo)							
Valore aggiunto	52,1	54,2	54,8	54,5	50,7	-3,8	-1,4
- Costo del lavoro	16,9	15,9	15,9	15,1	14,9	-0,2	-2,0
Margine operativo lordo	35,2	38,3	38,9	39,4	35,8	-3,6	0,6
Margine operativo netto	1,0	7,5	7,6	6,8	2,3	-4,5	1,3
Risultato corrente	-0,5	4,7	5,2	5,4	1,3	-4,1	1,8
SKY Italia s.r.l. (1)							
Valore aggiunto	15,5	16,6	18,3	18,0	16,4	-1,6	0,9
- Costo del lavoro	6,2	7,1	7,4	7,9	8,1	0,2	1,9
Margine operativo lordo	9,3	9,5	10,9	10,1	8,3	-1,8	-1,0
Margine operativo netto	1,4	1,2	2,6	2,6	2,4	-0,2	1,0
Risultato corrente	1,1	1,2	2,1	3,1	2,9	-0,2	1,8
RAI (Gruppo) (2)							
Valore aggiunto	56,1	63,6	57,2	60,7	58,8	-1,9	2,7
- Costo del lavoro	40,5	38,1	41,2	39,7	37,1	-2,6	-3,4
Margine operativo lordo	15,6	25,5	16,0	21,0	21,7	0,7	6,1
Margine operativo netto	-7,4	3,1	-5,1	1,0	3,8	2,8	11,2
Risultato corrente	-7,8	2,6	-6,3	0,3	3,2	2,9	11,0
Discovery Italia s.r.l.							
Valore aggiunto	24,2	35,8	35,5	26,5	24,5	-2,0	0,3
- Costo del lavoro	12,6	9,9	10,7	10,2	9,9	-0,3	-2,7
Margine operativo lordo	11,6	25,9	24,8	16,3	14,5	-1,8	2,9
Margine operativo netto	6,2	12,3	11,5	8,6	10,6	2,0	4,4
Risultato corrente	6,1	9,4	9,3	8,7	10,7	2,0	4,6
La7 (3)							
Valore aggiunto	9,4	9,2	35,1	33,8	33,1	-0,7	23,7
- Costo del lavoro	30,5	34,2	31,2	33,3	35,3	2,0	4,8
Margine operativo lordo	-21,1	-25,0	3,9	0,5	-2,2	-2,7	18,9
Margine operativo netto	-49,8	-50,7	-15,0	-14,7	-15,7	-1,0	34,1
Risultato corrente	-53,1	-49,6	-13,5	-13,9	-15,2	-1,3	37,9
Media							
Valore aggiunto	31,5	35,9	40,2	38,7	36,7	-2,0	5,2
- Costo del lavoro	21,3	21,0	21,3	21,2	21,1	-0,1	-0,2
Margine operativo lordo	10,1	14,8	18,9	17,5	15,6	-1,9	5,5
Margine operativo netto	-9,7	-5,3	0,3	0,9	0,7	-0,2	10,4
Risultato corrente	-10,8	-6,3	-0,6	0,7	0,6	-0,1	11,4

(1) Dati al 30 giugno dell'anno successivo a quello indicato.

(2) Dal 2014 si tratta di dati predisposti sulla base dei principi contabili IAS/IFRS.

(3) Telecom Italia Media nel 2012.

Fonte: R&S-Mediobanca

Tabella 4 - Ratios economico-patrimoniali

In %	<u>2012</u>	<u>2013</u>	<u>2014</u>	<u>2015</u>	<u>2016</u>	<u>Var. p.p.</u> <u>2016-2015</u>	<u>Var. p.p.</u> <u>2016-2012</u>
Mediaset (Gruppo)							
DF/capitale netto	65,5	56,9	45,0	42,8	60,5		-5,0
Liquidità/DF	11,4	11,7	33,3	27,9	21,4		10,0
ROI	1,1	5,0	5,7	5,7	2,4	-3,3	1,3
ROE	-11,9	0,4	1,0	0,2	-13,2	-13,4	-1,3
SKY Italia s.r.l. (1)							
DF/capitale netto	130,1	112,4	94,7	98,7	95,6		-34,5
Liquidità/DF	3,0	2,1	1,7	2,1	3,1		0,1
ROI	2,9	2,7	5,1	5,8	5,7	-0,1	2,8
ROE	-7,5	-1,7	3,4	-5,2	6,1	11,3	13,6
RAI (Gruppo) (2)							
DF/capitale netto	129,6	151,4	88,4	106,1	134,8		5,2
Liquidità/DF	2,9	1,6	29,0	27,9	13,4		10,5
ROI	-29,3	11,6	-12,9	2,9	9,6	6,7	38,9
ROE	-45,7	1,7	-28,5	-8,2	0,7	8,9	46,4
Discovery Italia s.r.l. (3)							
DF/capitale netto	1.349,7	8.568,7	-	-	-		n.c.
Liquidità/DF	7,8	1,1	n.c.	n.c.	n.c.		n.c.
ROI	4,0	12,0	14,6	12,0	16,6	4,6	12,6
ROE	39,7	-81,5	4,1	6,5	9,2	2,7	-30,5
La7 (4)							
DF/capitale netto	n.c.	-	-	-	-		n.c.
Liquidità/DF	0,1	n.c.	n.c.	n.c.	n.c.		n.c.
ROI	-48,0	-46,3	-13,2	-13,7	-16,7	-3,0	31,3
ROE	-118,1	-31,0	-7,9	-6,9	-10,3	-3,4	107,8

DF=debiti finanziari

(1) Dati al 30 giugno dell'anno successivo a quello indicato.

(2) Dal 2014 si tratta di dati predisposti sulla base dei principi contabili IAS/IFRS.

(3) Dal 2014 DF pari a zero.

(4) Telecom Italia Media nel 2012. Dal 2013 DF pari a zero.

Fonte: R&S-Mediobanca

Tabella 5A - Dati del primo semestre 2017 (al 30 giugno 2017)

	<u>2016</u>	<u>in % sul fatturato</u>	<u>2017</u>	<u>in % sul fatturato</u>	<u>Var % 2017- 2016</u>
Mediaset (Gruppo)					
Fatturato (milioni di euro)	1.852		1.828		-1,3
MOL (milioni di euro)	714	38,6	744	40,7	4,2
MON (milioni di euro)	96	5,2	213	11,7	121,9
Risultato netto (milioni di euro)	-28	-1,5	75	4,1	n.c.
Numero dipendenti (fine periodo)	5.491		5.493		o
Editoria televisiva (Gruppo Cairo Communication)					
Fatturato (milioni di euro)	55		53		-3,6
MOL (milioni di euro)	o	o	4	7,5	n.c.
MON (milioni di euro)	-4	-7,3	-1	-1,9	n.c.
Risultato netto (milioni di euro)	o	n.c.	o	n.c.	n.c.
Numero dipendenti (medio)		
RAI (Gruppo)					
Fatturato (milioni di euro)*	1.396		1.329		-4,8
MOL (milioni di euro)	308	22,1	263	19,8	-14,6
MON (milioni di euro)	70	5,0	19	1,4	-72,9
Risultato netto (milioni di euro)	27	1,9	-12	-0,9	n.c.
Numero dipendenti (medio)	12.940		12.986		0,4

* Di cui canone: 931 milioni nel 2016 e 895 milioni nel 2017 (-3,9%).

Fonte: R&S-Mediobanca

Tabella 5B - Dati dei primi 9 mesi 2017 (al 30 settembre 2017)

	<u>2016</u>	<u>in % sul fatturato</u>	<u>2017</u>	<u>in % sul fatturato</u>	<u>Var % 2017- 2016</u>
Mediaset (Gruppo)					
Totale ricavi (milioni di euro)	2.564		2.533		-1,2
MOL (milioni di euro)	893	34,8	958	37,8	7,3
MON (milioni di euro)	30	1,2	195	7,7	550,0
Risultato netto (milioni di euro)	-118	-4,6	36	1,4	n.c.
Numero dipendenti (fine periodo)	5.650		5.575		-1,3
Editoria televisiva (Gruppo Cairo Communication)					
Fatturato (milioni di euro)	71		69		-2,8
MOL (milioni di euro)	-2	-2,8	3	4,3	n.c.
MON (milioni di euro)	-8	-11,3	-5	-7,2	n.c.
Risultato netto (milioni di euro)	-3	-4,2	-3	-4,3	0
Numero dipendenti (medio)	n.d.		n.d.		
Sky Italia (tre mesi chiusi al 30 settembre 2017)					
Fatturato (milioni di sterline)	591		605		2,4
MOL (milioni di sterline)
MON (milioni di sterline)	99	16,8	107	17,7	8,1
Risultato netto (milioni di sterline)
Numero dipendenti

Fonte: R&S-Mediobanca

Tabella 6 - Canone e PIL pro-capite nel 2016

	Italia	Francia	Regno Unito	Germania
Canone (euro per abbonamento)	100,0	136,0	169,9	215,8
PIL pro-capite (euro)	27.719	33.337	34.932	38.114
<i>canone in % del PIL pro-capite</i>	<i>0,36</i>	<i>0,41</i>	<i>0,49</i>	<i>0,57</i>

Tabella 7 - Dati 2016 maggiori operatori pubblici europei

	Gruppo BBC (UK)	Gruppo ARD (DE) (1)	Gruppo France Télévisions (FR)	Gruppo Rai (IT)	RTVE (ES) (2)
Giro d'affari (milioni di euro)	5.786	5.611	3.054	2.781	972
di cui canone	4.423	n.d.	2.510	1.910	917
canone in % del giro d'affari	76,4	n.d.	82,2	68,7	94,3
Var. % 2016-15 giro d'affari	2,6	-1,1	1,1	12,9	11,6
Margini di conto economico (% sul giro d'affari)					
Valore aggiunto	35,1	n.d.	37,4	58,8	43,5
- Costo del lavoro	28,0	37,2	32,6	37,1	39,0
Margine operativo lordo	7,1	n.d.	4,8	21,7	4,5
Margine operativo netto	-0,4	2,3	0,3	3,8	-0,4
Risultato corrente	-2,2	n.d.	0,1	3,2	-0,5
Risultato netto	-2,6	1,1	0,1	0,1	0,1
Dati per dipendente (migliaia di euro)					
Fatturato	272	n.d.	294	214	155
Valore aggiunto netto	75	n.d.	97	88	60
Costo del lavoro	73	n.d.	96	78	60
CLUP	97,3	n.d.	99,0	88,6	100,0
N. dipendenti (medio)	21.271	n.d.	10.405	13.010	6.290
Ratios economico-patrimoniali (%)					
ROI	-1,3	n.d.	1,7	9,6	-0,5
ROE	-29,5	n.d.	0,5	0,7	0,1
DF/capitale netto	288,6	n.d.	31,2	134,8	8,2
Tasso di investimento (3)	5,2	n.d.	5,6	2,3	1,3

DF=debiti finanziari

(1) Aggregato dei bilanci delle società costituenti il consorzio ARD.

(2) La RTVE non è finanziata da un canone (abolito a causa dell'alta evasione), ma da sovvenzioni governative e, per circa il 21% nel 2016, da tasse sui ricavi delle compagnie telefoniche e delle televisioni private.

(3) Investimenti in % delle immobilizzazioni materiali lorde iniziali.

Fonte: R&S-Mediobanca