

## LE TV: COME RESISTONO E CAMBIANO PELLE

*Le Top5 controllano il settore: è loro oltre il 90% del mercato  
Fatturato aggregato e occupazione pressoché stabili. Crescono redditività, solidità e investimenti  
Mediaset (compresa la Spagna) è prima per ricavi, gli utili premiano Sky, ma la Rai è la più vista  
L'Italia ha il canone televisivo più basso tra i maggiori paesi europei e l'unico in diminuzione nel 2017*

Milano, 6 marzo 2019

L'**Area Studi Mediobanca** presenta la nuova edizione del **Focus TV** in cui vengono analizzate le dinamiche dei **cinque principali operatori televisivi italiani** nel periodo 2013-2017, inclusi alcuni aggiornamenti relativi al 2018. L'analisi comprende anche il confronto fra il Gruppo Rai e i principali operatori pubblici europei.

L'indagine completa è disponibile per il download sul sito [www.mbres.it](http://www.mbres.it)

\*\*\*\*\*

### Il settore radiotelevisivo in Italia (dati AGCOM)

Nel 2017 il settore «**televisione e radio**» ha subito una lieve contrazione, con il giro d'affari che si attesta a quota **€8,8 mld, l'1,1% in meno rispetto al 2016**. Il leggero calo non impatta sull'incidenza del comparto sull'economia nazionale: lo **0,5% del Pil**, invariato rispetto all'anno precedente.

Il mercato si conferma fortemente concentrato, con i tre operatori principali (**Rai, Mediaset e Sky Italia**) che detengono congiuntamente circa il 90% dei ricavi televisivi totali.

La **TV in chiaro**, nonostante un giro d'affari in calo del -2,9% rispetto al 2016, continua a costituire la porzione più ampia del settore (54%). La sola **Rai** vale quasi la metà di questo comparto (48,4%), superando **Mediaset** (34%), **Discovery Italia** (4,4%), **La7** (2,4%) e **Sky Italia** (1,7%). La **TV a pagamento** si attesta, invece, sui €3,4 mld nel 2017 (+1,4% sul 2016) ed è dominata da **Sky Italia** (con una quota del 77%), seguita da **Mediaset** (19,8%).

La televisione rimane il **mezzo di comunicazione per eccellenza** sia per gli introiti generati che per il pubblico raggiunto. A testimoniarlo sono i dati relativi al **consumo medio** (circa 245 minuti al giorno a persona) e al numero di **giornalisti impiegati** (ormai più della metà di quelli dell'editoria). Nello specifico, se la TV in chiaro raggiunge la totalità del pubblico televisivo, la TV a pagamento è accessibile invece a circa un terzo di esso.

### I principali Gruppi televisivi italiani

I **cinque principali Gruppi televisivi italiani** (Mediaset, Sky Italia, Rai, Discovery Italia e La7) hanno chiuso il 2017 con un fatturato aggregato di €9,4 mld (€1,1 mld realizzato all'estero). Il dato è in calo dell'1,4% rispetto al 2016, ma in aumento rispetto al 2013 (+3,5%). La contrazione è imputabile a due fattori: la diminuzione del canone unitario Rai, passato da €100,0 a €90,0 nel 2017 e il calo della **raccolta pubblicitaria** (-0,5% sul 2016). Bene invece i **servizi a pagamento** (abbonamenti e pay per view) che segnano un +2%.

A livello di fatturato **Mediaset**, con €3,6 mld nel 2017, è il primo operatore, nonostante il calo dello 0,8% sul 2016. L'azienda milanese, unico gruppo italiano a respiro internazionale, fattura all'estero (essenzialmente in Spagna) circa €1,1 mld. Il mercato spagnolo permette a **Mediaset** di posizionarsi davanti a **Sky Italia** (€2,8 mld, +2,1%) che, però, considerando solo i ricavi nazionali, scalzerebbe il competitor dal primo posto. Sull'ultimo gradino del podio **Rai** (€2,6 mld), in calo del -6,6%, complice proprio la riduzione del canone, seguita da **Discovery Italia** (€244 mln, +9,9%) e **La7** (€99 mln, -3,9%).

Capitolo **occupazione**: nel 2017 la forza lavoro è leggermente diminuita (-1,2% sul 2016) attestandosi a 21.964 unità; contrazione che diventa marginale nel confronto sui cinque anni (-0,3% sul 2013).

Nel quinquennio 2013-2017, i cinque grandi gruppi hanno accumulato **perdite nette** per €321 mln chiudendo in utile solo il 2017. Gli unici operatori ad aver chiuso in positivo l'intero periodo considerato sono **Sky** (€118 mln) e **Discovery** (€31 mln). La **Rai** ha totalizzato tra il 2013 e il 2017 perdite nette per €214 mln, chiudendo in utile solo il 2013 e il 2016.

Per quanto riguarda la **redditività industriale** il quadro d'insieme segnala una ripresa, con tutti gli operatori in miglioramento nel 2013-2017. Si distingue **Discovery Italia** che ha registrato nel 2017 l'**ebit margin** più elevato (14,2%, in aumento di +1,9 p.p. sul 2013), seguono **Mediaset** (9%, +1,5 p.p.), **Sky Italia** (6%, +4,8 p.p.) e **Rai** (3,4%, +0,3 p.p.); **La7** presenta ancora un'incidenza negativa, ma in forte miglioramento nel 2013-2017 (+42,9 p.p.).

Sul fronte patrimoniale, nel quinquennio, si segnala un progressivo miglioramento nella **solidità finanziaria aggregata**. Il **rapporto debiti finanziari/capitale netto** scende, infatti, dal 74,1% del 2013 al 70,9% del 2017. Tra i tre maggiori operatori televisivi italiani **Mediaset** registra la migliore solidità finanziaria (67,1% nel 2017). Seguono **Sky Italia** (89,9%) e **Rai** (92,5%). Meglio di tutti **La7** e **Discovery Italia** che non hanno debiti finanziari nel 2017.

**Sky** brilla, infine, per **tasso d'investimento** (+1,9 p.p. sul 2013), un indicatore che si conferma generalmente positivo anche per gli altri operatori. Nel 2013-2017 sono stati investiti €1,3 mld; gli investimenti nel 2017 sono stati superiori di €54 mln rispetto a quelli del 2013.

## La televisione pubblica in Europa

Il **giro d'affari** complessivo del mercato televisivo in Europa Occidentale ha raggiunto i **€98,7 mld** nel 2017, in crescita dello 0,5% sull'anno precedente, trainato dall'incremento dei ricavi della TV a pagamento (+2,7% sul 2016, a €46,3 mld)(dati ITMedia Consulting).

Mettendo a confronto il **giro d'affari** del 2017 nel **servizio pubblico** dei maggiori Paesi europei, a primeggiare è la **Germania** (€8,5 mld, di cui €6,4 mld generati dall'**ARD** e €2,1 mld dalla **ZDF**), seguita dal **Regno Unito** (€6,8 mld, di cui €5,7 mld realizzati dalla **BBC** e €1,1 mld da **Channel 4 Television**). Più indietro la **Francia** con **France Télévisions** (€3,1 mld), l'**Italia** con la **Rai** (€2,6 mld) e la **spagnola RTVE** (€979 mln). Germania e Francia sono, inoltre, capofila per **crescita del giro d'affari**: +3,2% e +1,7% sul 2016.

**Regno Unito** e **Italia** si distinguono per **redditività industriale** rispettivamente con ebit margin pari a 3,6% (la sola **BBC** è al 4,8%) e 3,4%, seguiti dalla **Spagna** (RTVE al 2,3%). Positivi, ma risicati, anche gli indici di **Germania** e **Francia** (0,1% entrambe).

La **Rai** chiude in negativo il 2017 (€5 mln di perdita, -0,2% sul fatturato), mentre **Regno Unito** (€163 mln, 2,7%) e **Germania** (€91 mln, 1,1%) registrano il maggiore utile. Sono sostanzialmente in pareggio tutti gli altri operatori.

Sul **fronte patrimoniale**, nel 2017 **Spagna**, **Francia** e **Regno Unito** appaiono finanziariamente più solide rispetto all'Italia che ha un indebitamento finanziario quasi pari ai mezzi propri.

Il **servizio pubblico italiano** pesa meno sulle tasche dei contribuenti. Nel 2018, a due anni dall'inserimento del canone in bolletta, il costo per abbonamento è pari a €90,0 (-20,7% sul 2013), molto meno rispetto a Germania (€210,0, -2,7% sul 2013), Regno Unito (€169,6, +3,4%) e Francia (€139,0, +6,1%). I mancati introiti dovuti dalla forte riduzione dell'imposta sono parzialmente compensati dalla pubblicità anche se con limiti di affollamento, non presente invece sulla britannica **BBC** e sulla spagnola **RTVE**, e limitata per quantità e fasce orarie in **Francia** e **Germania**.

La quota del canone ordinario incassata dalla Rai nel 2017 è stata pari a circa l'83% del totale, ovvero €74,73 degli €90,0 pagati per ogni abbonamento. Tale percentuale è di gran lunga inferiore a quella dei maggiori Paesi europei: Germania e UK (entrambi 98%) e Francia (96%). La quota del canone non allocata alla Rai viene trattenuta dallo Stato: €15,27 per abbonamento, equivalenti a €340 milioni in termini assoluti.

### Quote di ascolto in Italia (dati Auditel)

Il 2017 conferma il trend di redistribuzione delle quote di ascolto dalle reti generaliste ai canali specializzati già in atto negli ultimi anni. Se da una parte cresce lo share dei canali di **Sky Italia** e **Discovery Italia** (rispettivamente +2,2 p.p. e +1,3 p.p. sul 2013) e dei canali tematici di **Rai** e **Mediaset** (entrambe +0,8 p.p.), dall'altra sono in calo le quote di ascolto delle reti generaliste (-1,9 p.p. per Mediaset e -2,9 p.p. per Rai).

**Rai** è sempre l'emittente più seguita dagli italiani, raggiungendo il 36,5% di quote di ascolto nel giorno medio nel 2017. Seguono **Mediaset** (31,3%), **Sky Italia** (8,4%), **Discovery Italia** (6,9%) e **La7** (3,4%).

Nel 2017 **Rai 1** si conferma il canale più seguito dagli italiani nel giorno medio (16,7%, +0,1 p.p. sul 2016), davanti a **Canale 5** (15,6%, +0,1 p.p. sul 2016). **Rai 3** (6,3%) scalza **Rai 2** (6,1%) ai piedi del podio. Tra i canali specializzati brillano **Rai YoYo** (1,51%), **Rai 4** (1,47%) e **Real Time** della scuderia **Discovery** (1,42%).

Per quanto concerne i telegiornali della sera, gli italiani sono ancora affezionati al **TG1** (24,3%), sempre saldamente in testa. Secondo e terzo posto sono occupati invece da **TG5** (18,5%) e **TGR Regionali** (11,7%). Nel 2017 complessivamente i quattro telegiornali serali del Gruppo Rai (incluso il TGR) sono stati seguiti dal 54,1% della popolazione e i tre del Gruppo Mediaset dal 27,7%, confermando il ruolo primario dell'informazione televisiva.

La **Rai** detiene il primato dell'indice di ascolto anche a confronto con i maggiori operatori europei: 36,5% di share nel giorno medio, contro il 31,5% della BBC, il 28% della France Télévisions, il 26,1% della ARD e il 18,1% della ZDF in Germania.