



## LA PUBBLICITÀ PENALIZZA LA RADIOTV SEGNALI POSITIVI NEL III TRIMESTRE 2020 CRESCERE LO STREAMING

Sky è il principale operatore in Italia per fatturato, ma la Rai è l'unica a crescere nel 2019

Ridimensionata la TV a pagamento, si conferma l'ascesa degli OTT

Milano, 3 febbraio 2021

L'Area Studi Mediobanca presenta la nuova edizione del **Report Media & Entertainment, con l'analisi del settore a livello mondiale e italiano, prima e durante la crisi**. Il report estende per la prima volta l'indagine ai maggiori player privati mondiali del settore. Comprende inoltre un focus sulla diffusione in streaming e un confronto fra i maggiori gruppi televisivi europei pubblici. Viene fornito, infine, un approfondimento delle dinamiche più recenti e prospettive del settore a livello mondiale e nazionale.

La presentazione è disponibile per il download sul sito [www.mbres.it](http://www.mbres.it)

\*\*\*\*\*

### Il settore radiotelevisivo italiano<sup>1</sup> nel 2019 e con uno sguardo al 2020

**Nel 2019** il settore radiotelevisivo in Italia, che ha un'incidenza sul **PIL nazionale dello 0,5%**, ha registrato un **giro d'affari di €8,7 mld**, in contrazione del 3,1% sul 2018. Il calo riguarda sia la TV in chiaro (€4,8 mld; -0,5%), sia soprattutto la TV a pagamento (€3,2 mld; -8,1%); cresce invece la radio (€0,7 mld; +4,1%).

Il mercato italiano si conferma concentrato, con i tre principali operatori televisivi (Rai, Mediaset e Sky Italia) che detengono quasi l'85% dei ricavi televisivi nazionali. Considerando i ricavi complessivi **dei 7 principali operatori televisivi con sede in Italia**, inclusivi delle attività sia in Italia sia all'estero, i valori salgono a **€9,5 mld**, in calo del -5% sul 2018. Il segno negativo è influenzato dai **minori introiti della Pay Tv** (-13,6%) e dal **calo dei ricavi da pubblicità** (-4,9%), compensati dall'**incremento del canone** (+2,3%). Tra gli operatori, in crescita solo la Rai (+2,9%) e Discovery (+0,8%).

Gran parte **dei ricavi della TV** sono realizzati da **Sky** (€3,1 mld), seguita, se si includono anche le attività estere, da **Mediaset** (€2,9 mld) e **Rai** (€2,6 mld). La situazione cambia se si considerano i soli ricavi nazionali: Sky mantiene il primato, ma la Rai con i suoi €2,6 mld supera Mediaset, in terza posizione con €1,9 mld. Mediaset, infatti, è l'unico gruppo italiano a respiro internazionale, realizzando un terzo dei propri ricavi all'estero.

Sono numerosi i player italiani controllati da **gruppi statunitensi**: il loro fatturato aggregato è di €3,9 mld (-3% sul 2018), mentre **gli operatori italiani del comparto segnano un giro d'affari di €3 mld** (-13%). Tra i gruppi americani il maggiore operatore è sempre **Sky** seguito da **Disney** con €412 mln. Il calo nel 2019 della **TV a pagamento** è dovuto all'ingente diminuzione degli introiti pubblicitari (-24,5% a/a) e alla riduzione dei ricavi sugli abbonamenti (-6,6%). Questi dati nascondono però dinamiche contrapposte: mentre i ricavi pubblicitari e da

---

<sup>1</sup> Dati AGCOM, Nielsen, Mediobanca Securities, Area Studi



abbonamento della TV tradizionale calano per effetto della cessazione dei servizi di Mediaset Premium, quelli dello streaming crescono (+39,6%).

**Sky** guida la classifica per **offerta di canali TV** con 3 canali in chiaro e 40 a pagamento, posizionandosi davanti a **Mediaset** (15 in chiaro e 7 a pagamento). **La competizione oramai si è trasferita sulle piattaforme streaming**, dove tutti i principali operatori italiani possiedono almeno una piattaforma Vod per la fruizione dei contenuti in broadband.

In generale, nel periodo 2015-19 è diminuita la redditività industriale (dal 4% al 2,5%), ma alcune società continuano a brillare per ebit margin: **Discovery** (14,8%), **Mediaset** (12,3%) e **ViacomCBS** (5,9%). Migliorano in modo evidente **Discovery** (+10,4 p.p.), **ViacomCBS** (+9,2 p.p.), **La7** (+7,0 p.p.) e **Mediaset** (+5,5 p.p.).

In termini occupazionali nel 2019 il settore resiste mantenendo praticamente invariata la forza lavoro rispetto al 2018. Nel 2015-2019 Sky registra il maggiore incremento dell'organico.

I dati del **primo semestre del 2020** confermano il trend del settore con un calo dei ricavi (**€3,9 mld**) del 10,7% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente. La riduzione dei ricavi colpisce principalmente il settore radiofonico (-29,4% sul 1H2019) seguito dalla Tv in chiaro (-14,8%) e dalla TV a pagamento (-0,8%). E' l'effetto dei mancati proventi derivanti dalla pubblicità che segnano un calo del 24,4% sul 1H 2019.

Non mancano però alcuni segnali positivi: **la raccolta pubblicitaria** nel novembre 2020 è in **ripresa**, (+3,5%), anche se la variazione annua attesa è del -12% sul 2019.

Sempre nel novembre 2020 i ricavi pubblicitari sono cresciuti rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente dell'8,8% per La7, del 7,3% per Rai, del 5,1% per Mediaset e del 5% per Discovery, mentre Sky è l'unica ancora con segno negativo (-8%), seppur in miglioramento. Si conferma la crescita del comparto Digital (OTT e altri settori), con un +8,4%.

La televisione continua a rappresentare una delle principali fonti d'informazione nel nostro Paese, sebbene il processo di digitalizzazione e la distribuzione dei contenuti attraverso internet abbia portato alla diffusione di nuovi modelli di fruizione dei media.

Rai e Mediaset si confermano i principali operatori, rispettivamente con il 35,2% e il 32,1% di share nel giorno medio nel 2020, con la distanza tra i due che continua a ridursi scendendo dai 4,1 p.p. del 2019 ai 3,1 p.p. del 2020. Rai1 resta il canale più seguito dagli italiani nel giorno medio (16,4% nel 2020), davanti a Canale 5 (15%), così come il TG1 delle 20:00 supera il TG5.

Nel comparto radiofonico il Gruppo Mediaset conferma la propria leadership detenendo con le sue 5 emittenti quasi un quinto del mercato (17,5% share nel quarto d'ora medio 2020). Seguono il Gruppo GEDI (11,4%) e Rai (11,1%).

## I principali operatori M&E internazionali

Nel 2019 il **giro d'affari** dei principali **operatori internazionali privati** è pari a **€277,8 mld**, di cui circa l'85% è generato da operatori statunitensi.

**Nel periodo 2015-2019**, i colossi privati del settore televisivo sono cresciuti in media del 3,3% grazie al continuo sviluppo delle piattaforme di streaming. Si evidenzia la performance dei principali operatori Over-The-Top, con Netflix (+31,3%) che segna un **CAGR di circa dieci volte superiore alla media dei broadcaster tradizionali**; tra i primi cinque operatori per crescita dei ricavi quattro sono statunitensi e uno solo è europeo, la tedesca ProSiebenSat (+6,1%).

Qual è l'impatto del Covid? La pandemia ha rappresentato un vero stress test per la tenuta del settore, che ha fatto registrare una ponderosa **crescita del pubblico**, soprattutto tra i sottoscrittori dei servizi Video on Demand.



**Nei primi 9 mesi del 2020, le principali M&E companies internazionali hanno fatto registrare un calo del fatturato del 9,9% (€185 mld)** rispetto allo stesso periodo del 2019, **generato per l'86,5%** dagli **operatori statunitensi**; tra i broadcaster tradizionali in crescita solamente Fox (+8,1%), un dato comunque inferiore rispetto a quanto fatto da Netflix che ha continuato a guadagnare terreno con un +24,9%.

La crisi provocata dalla **pandemia** ha influenzato in maniera diversificata i ricavi dei primi **9 mesi del 2020 delle M&E companies**, penalizzate dalla chiusura dei parchi a tema (-66,2% rispetto allo stesso periodo del 2019). In riduzione del 16,3% i ricavi dalla distribuzione di contenuti e del 12,2% la pubblicità (che insieme rappresentavano oltre il 40% dei ricavi complessivi). Segno positivo invece per gli abbonamenti TV (+7,9%) ma con tendenze opposte tra streaming (in crescita a doppia cifra) e pay TV, in calo anche a fronte della cancellazione e/o riprogrammazione di eventi sportivi.

A livello di **redditività industriale**, i primi 9 mesi del 2020 registrano un ebit margin al 14,3%, in diminuzione di 4,4 p.p. sul 2019; la redditività più elevata è stata segnata da **Fox** (30,3%), **Discovery** (27,5%) e **AMC Networks** (24,8%) ed è risultata in crescita solamente per **Fox** (+3,3 p.p.) e per il gruppo messicano **Televisa** (+0,2 p.p.), mentre si è ridotta per tutti gli altri operatori, con Walt Disney in calo a doppia cifra (-13,3 p.p.). Nello stesso periodo l'ebit margin di Netflix è si è attestato al 19,8% (in crescita di 5,2 p.p.), la migliore performance tra tutti gli operatori internazionali.

## Il mercato televisivo pubblico europeo e il canone

La **Germania** rappresenta il servizio radiotelevisivo pubblico col maggior fatturato (€8,7 mld nel 2019), tre volte superiore rispetto a quello italiano (€2,6 mld). Completano il podio **Gran Bretagna** (€7 mld) e **Francia** (€3,7 mld). L'Italia ha il primato per incremento del giro d'affari (+2,9% sul 2018), pur mostrando i ricavi pro-capite più bassi della TV pubblica nel confronto europeo: 44 euro per ogni residente contro i 105 euro nel Regno Unito, 104 euro in Germania e 55 euro in Francia.

L'Italia (Rai) si distingue anche per **redditività industriale**: nel 2019 la TV pubblica italiana è l'unica col segno positivo in Europa, con un ebit margin del 2,9%.

Capitolo **canone**: l'**Italia** presenta il **canone più basso** fra i maggiori Paesi europei, inferiore anche alla media europea (€0,25 al giorno per abbonato contro una media europea di €0,33). Molto più costose per i contribuenti la TV pubblica tedesca (€0,58 giornalieri), quella britannica (€0,50) e la francese (€0,38). **Dal 2015 al 2019, fra i maggiori Paesi europei, solo l'Italia ha ridotto il canone pro-capite**; la Gran Bretagna l'ha incrementato dell'8,2% e la Francia del 2,2%, stabile quello tedesco. Nel 2019 €74,3 dei €90,0 (l'83%) pagati annualmente da ogni abbonato sono stati incassati dalla Rai, una quota inferiore alla media europea (89,1%).

### Media Relations

Tel. +39-02-8829 914/766

media.relations@mediobanca.com