

Focus R&S sul settore TV (2010-2015)

Elaborato dalla R&S-Ricerche e Studi S.p.A. (Area Studi Mediobanca)

Analisi sui maggiori operatori del settore televisivo italiano

Liberamente scaricabile da www.mbres.it



MEDIOBANCA

Milano, 22 dicembre 2015

Premessa

Caratteristiche del focus

- ◆ Analisi delle dinamiche dei **principali cinque operatori televisivi italiani** attraverso i loro conti nel periodo 2010-2014, incluso il primo semestre 2015
- ◆ **Mercato concentrato:** I primi tre Gruppi detengono congiuntamente quasi il 90% dei ricavi totali televisivi nazionali
- ◆ **Azionariato:** a parte la **RAI**, a controllo statale, **Mediaset** e **LA7** sono parte di Gruppi italiani quotati in Borsa (rispettivamente Fininvest e Cairo Communication), mentre **Sky Italia** e **Discovery Italia** fanno capo a due multinazionali (rispettivamente Sky Plc. -il cui 39% del capitale è detenuto dalla *global media company* americana 21st Century Fox- e Discovery Communications Inc.)
- ◆ **Share:** nel loro insieme i cinque operatori considerati raggiungono oltre l'86% delle quote di ascolto nel giorno medio
- ◆ **Oltre confine:** confronto fra il Gruppo Rai e i principali *peers* europei



Sommario

1. Quadro generale e protagonisti del settore televisivo italiano
2. Principali dati economico-patrimoniali
3. Quote di ascolto
4. I maggiori operatori europei nel servizio pubblico radiotelevisivo
5. Aggiornamento al primo semestre 2015

Quadro generale e protagonisti del settore televisivo italiano

Sezione 1



MEDIOBANCA

Il settore radio televisivo italiano

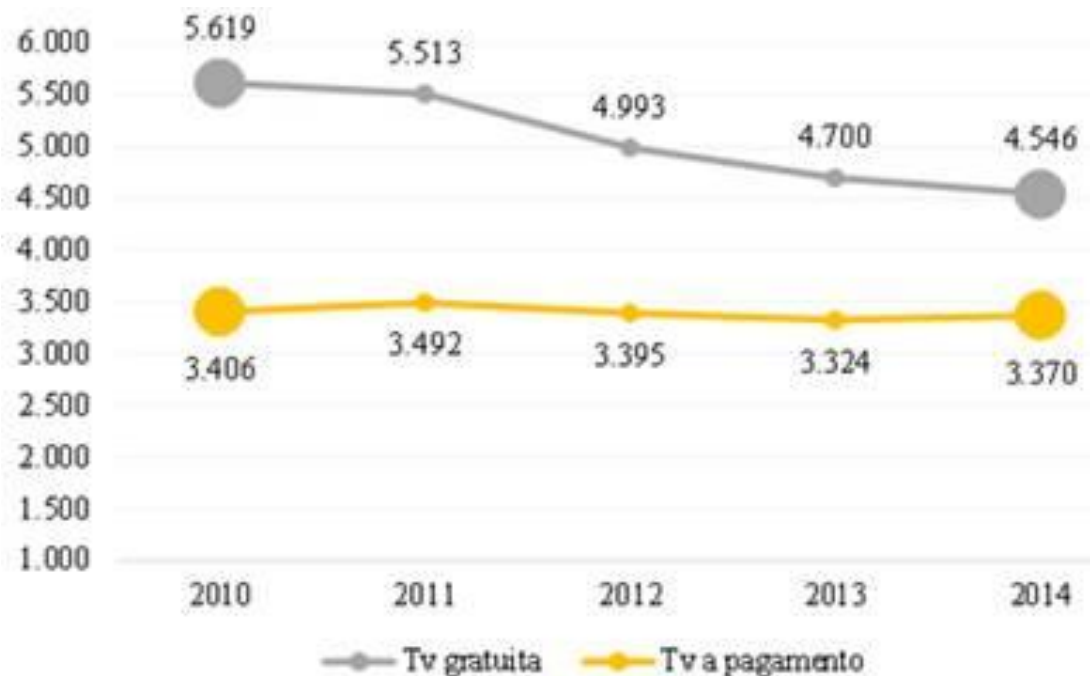
AGCOM – Autorità per le garanzie nelle comunicazioni

- ◆ In Italia il giro d'affari del settore radio televisivo è stimato in 8,5 miliardi di euro nel 2014, in calo dell'1,5% rispetto al 2013. Così suddiviso: -3,3% TV gratuita (4,5 mld nel 201), +1,4% TV a pagamento (3,4 mld) e -2,8% radio (0,6 mld)
- ◆ Il settore radio televisivo incide, nel suo insieme, per lo 0,5% del PIL nazionale nel 2014
- ◆ Negli ultimi anni il settore TV è stato interessato da importanti trasformazioni tecnologiche, connesse al potenziamento del processo di digitalizzazione, che hanno favorito la nascita di nuovi operatori e l'arricchimento dell'offerta di contenuti audiovisivi. Anche nel 2014 è proseguito, pur se con un'intensità leggermente inferiore rispetto agli anni precedenti, il trend di redistribuzione delle quote di ascolto: le reti generaliste hanno continuato a perdere quote di ascolto a vantaggio soprattutto dei canali specializzati
- ◆ Internet si sta progressivamente sostituendo alla TV come protagonista nella fornitura di contenuti di intrattenimento e informazione

Secondo l'AGCOM, permane la congiuntura negativa: “le imprese del settore, oltre ad essere colpite dalla crisi economica e finanziaria, sono nel complesso attraversate da una crisi strutturale, poiché si chiudono spazi di crescita nella fornitura di servizi maturi, mentre si affermano nuove opportunità di sviluppo connesse alla diffusione di Internet.”

Dinamica dei ricavi: si riduce il divario TV gratuita e a pagamento

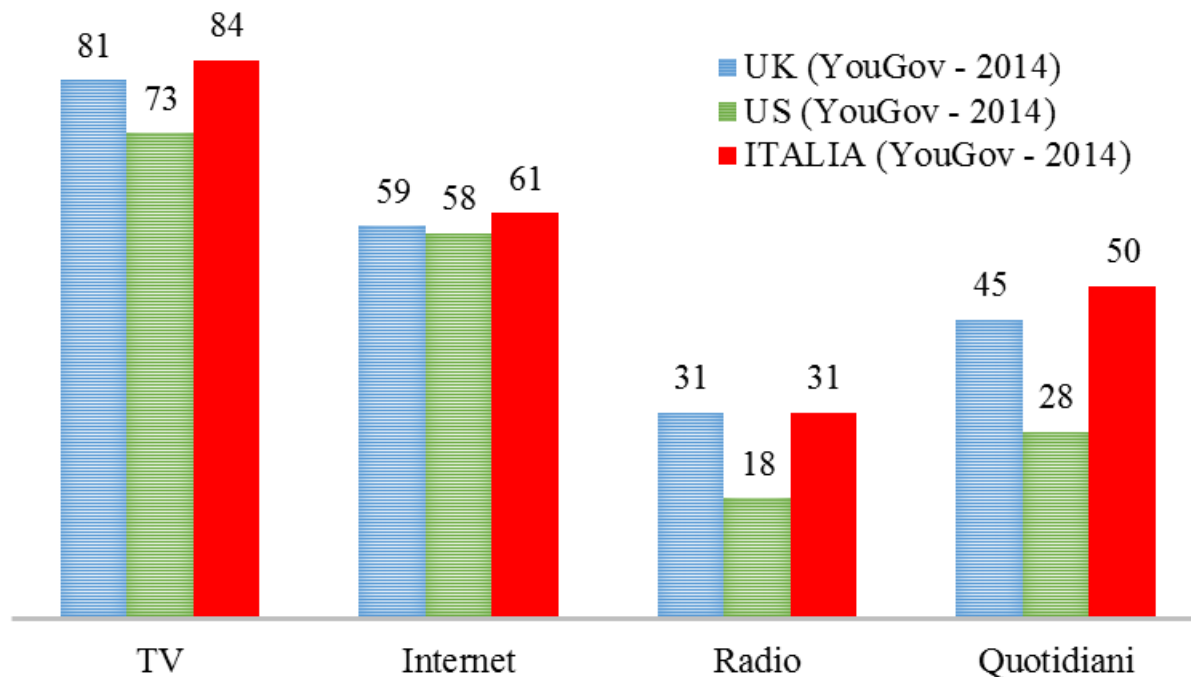
AGCOM – Autorità per le garanzie nelle comunicazioni



“Distinguendo i due ambiti di mercato della televisione gratuita e a pagamento, si osserva come la TV in chiaro produca tuttora la parte più consistente degli introiti (4,5 miliardi di euro), anche se il divario rispetto alla *payTv* è andato riducendosi negli ultimi anni (da una differenza di 2,2 mld nel 2010 a una di 1,1 mld nel 2014), soprattutto a causa dell’andamento fortemente negativo registrato dalla TV gratuita.”

TV versus altri mezzi informativi

Mezzi per informarsi (%): Italia, USA e UK

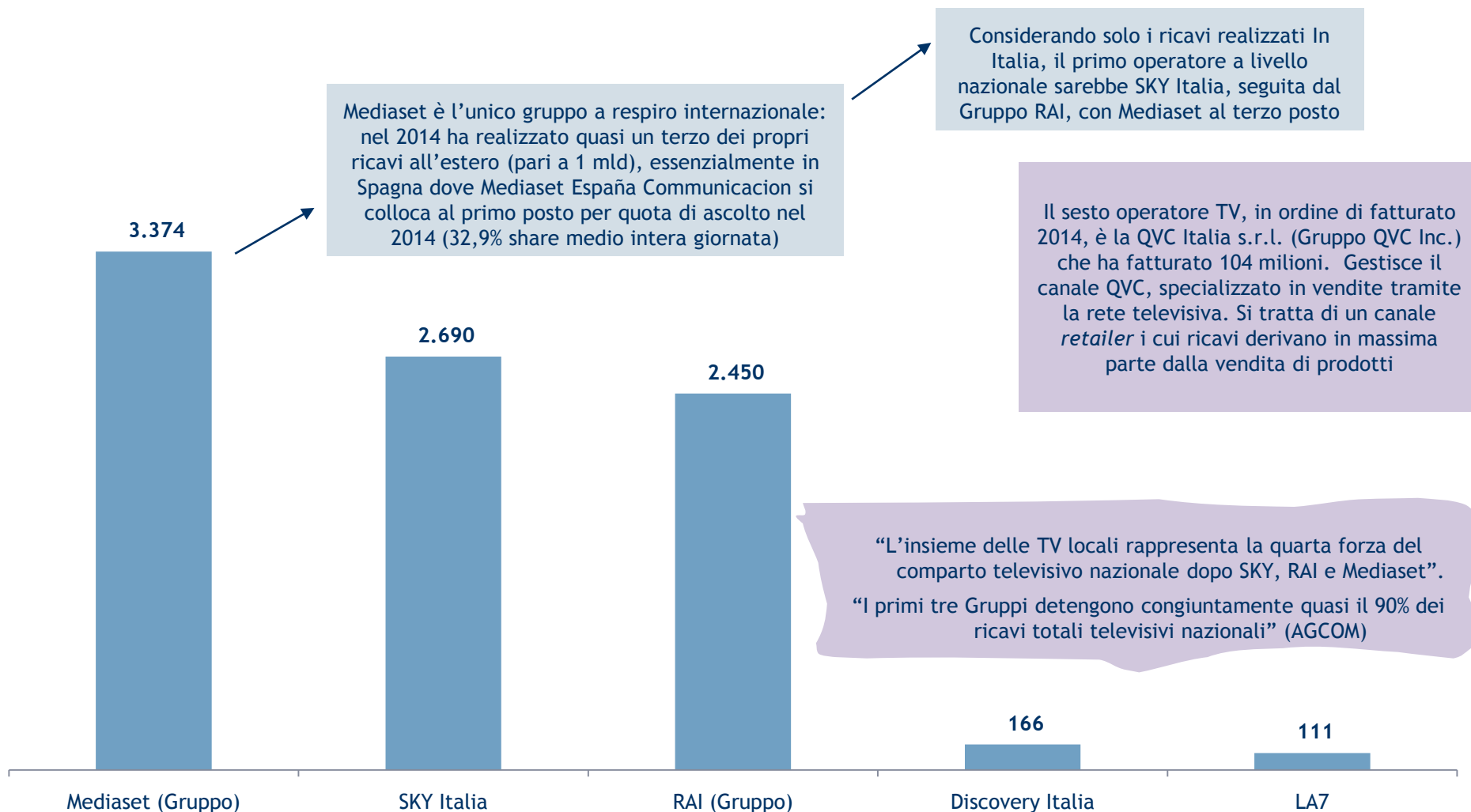


“In Italia, come all’estero, la televisione risulta ancora, di gran lunga, il mezzo più utilizzato dai cittadini per informarsi; crescente è il ruolo di Internet, oramai seconda fonte di informazione, avendo scavalcato i quotidiani.”

Fonte: AGCOM -Autorità per le garanzie nelle comunicazioni - dati YouGov per il Reuters Institute for the Study of Journalism

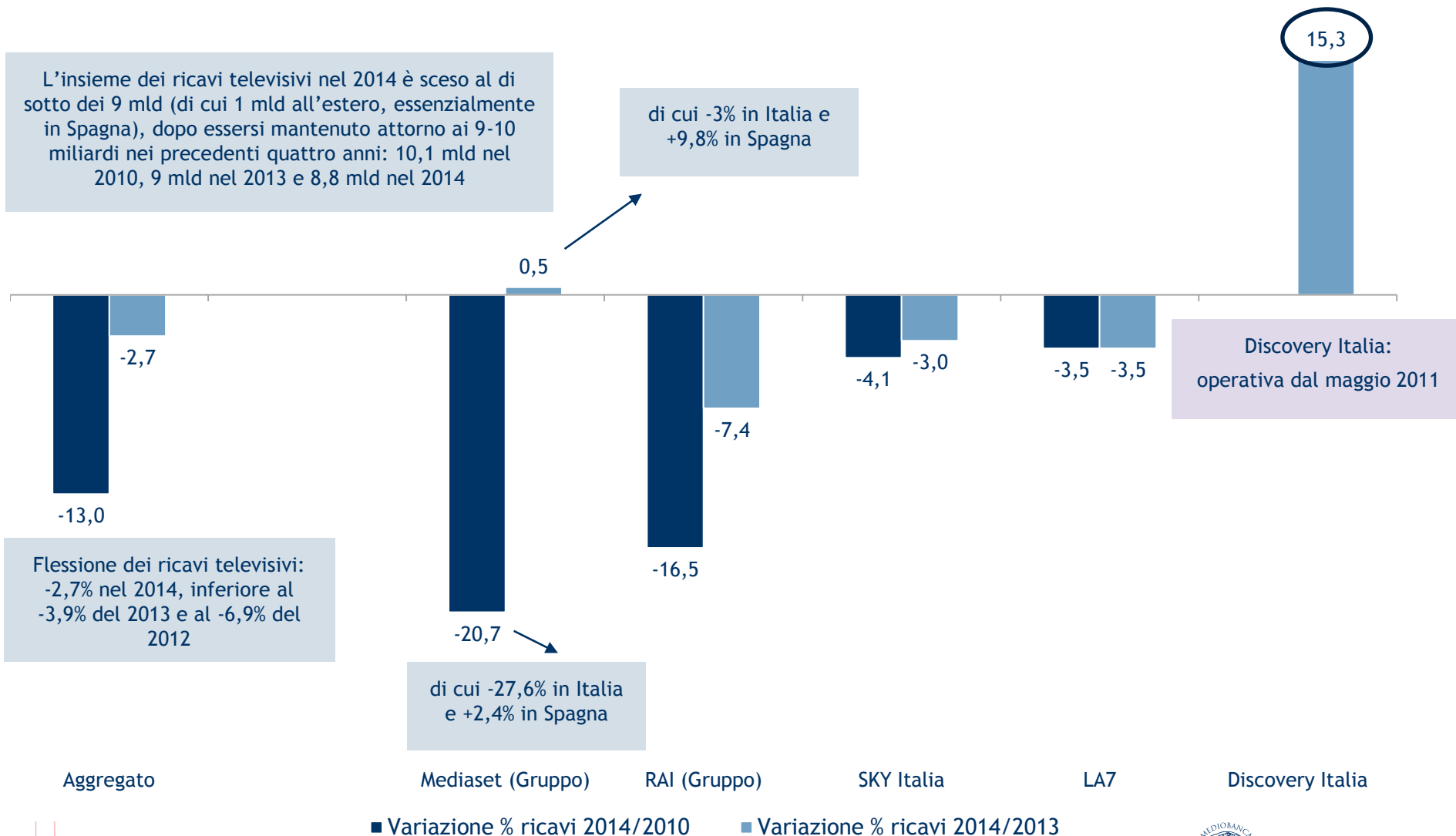
I maggiori operatori del settore televisivo italiano

Fatturato 2014 (milioni di euro)



Rallenta ma prosegue la flessione generale dei ricavi...

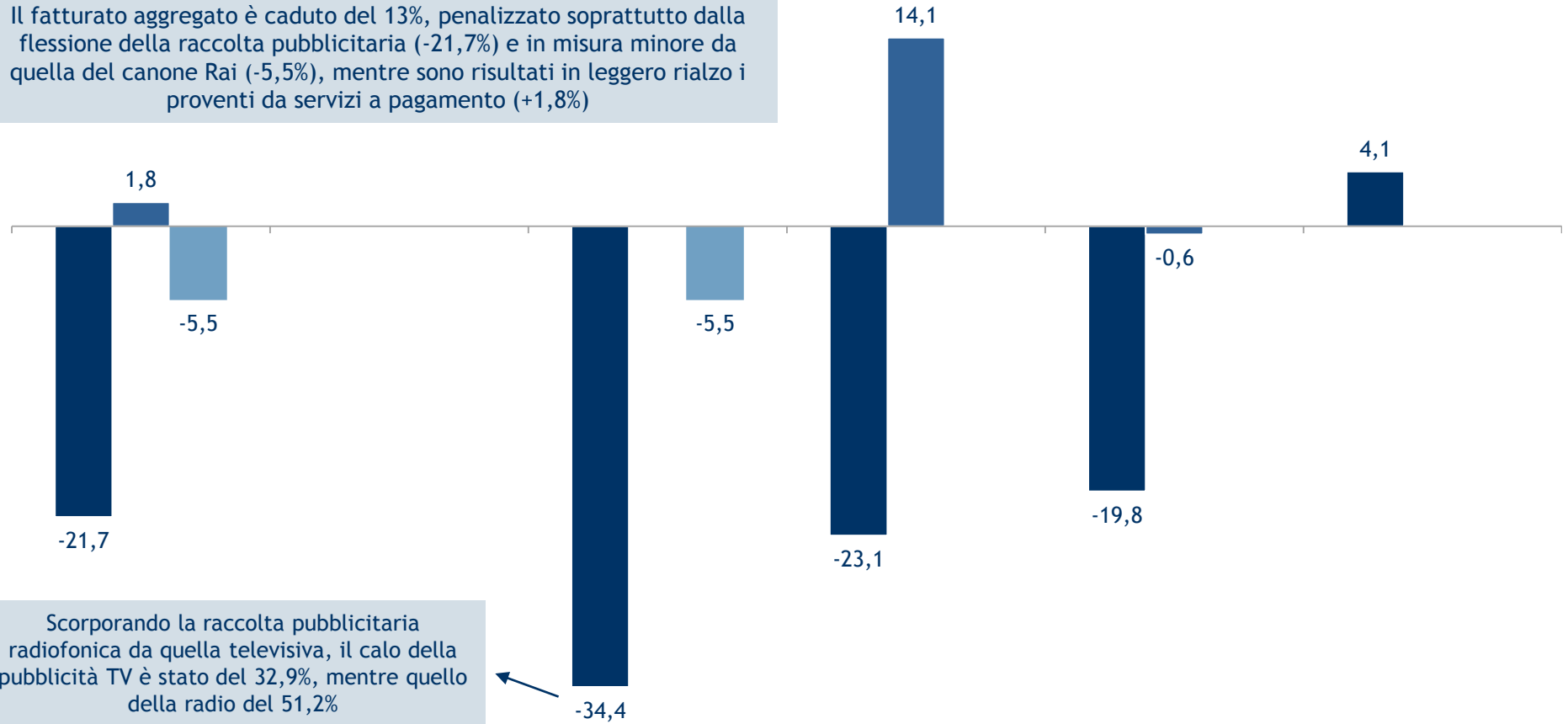
Variazione % 2014/10 e 2014/13 – Maggiori cinque operatori televisivi italiani



...i ricavi pubblicitari calano più di quelli da canone nel 2014/10...

Variazione % 2014/10 ricavi – Maggiori cinque operatori televisivi italiani

Il fatturato aggregato è caduto del 13%, penalizzato soprattutto dalla flessione della raccolta pubblicitaria (-21,7%) e in misura minore da quella del canone Rai (-5,5%), mentre sono risultati in leggero rialzo i proventi da servizi a pagamento (+1,8%)

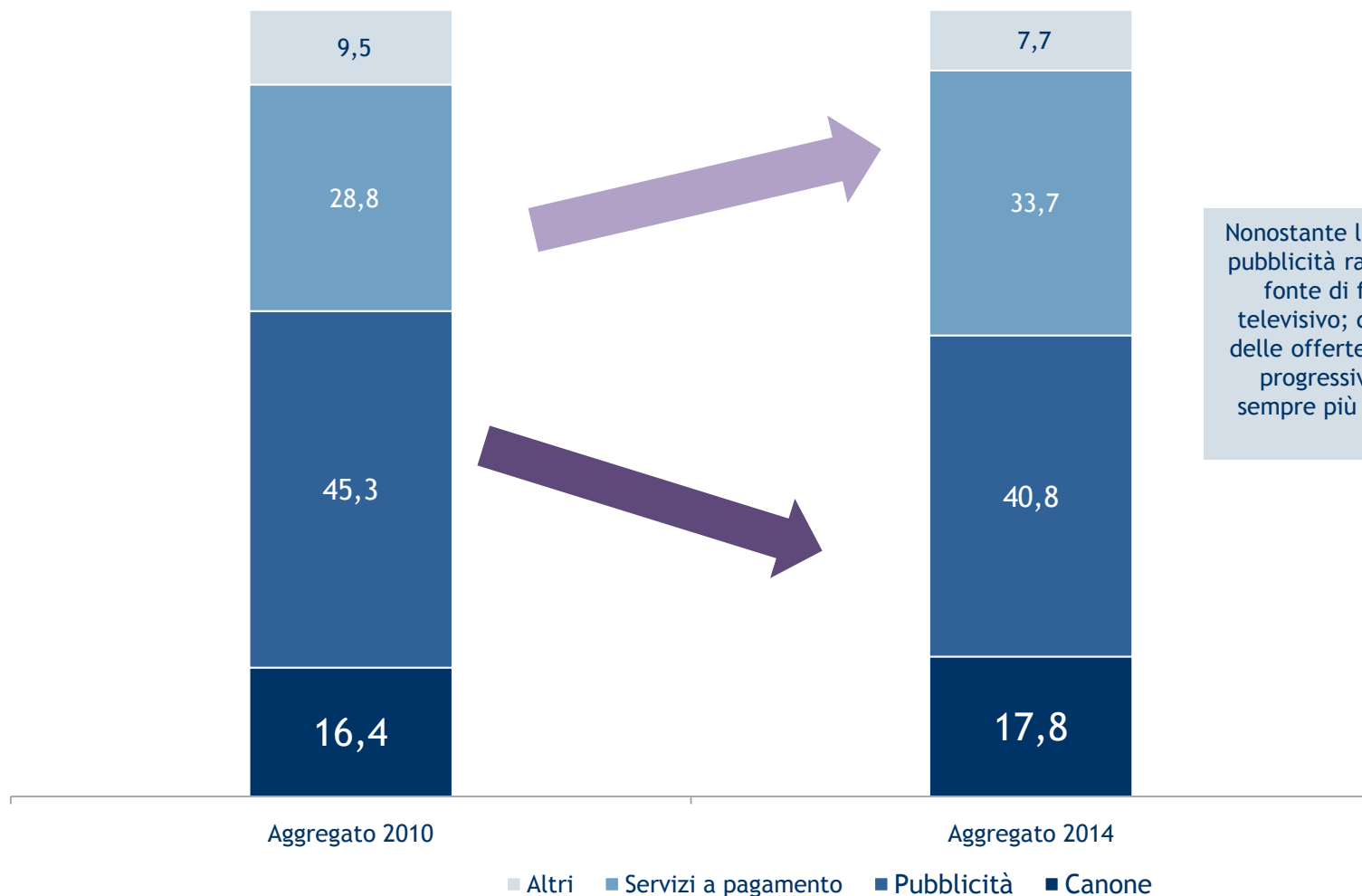


Scorporando la raccolta pubblicitaria radiofonica da quella televisiva, il calo della pubblicità TV è stato del 32,9%, mentre quello della radio del 51,2%

■ Variazione % ricavi pubblicitari 2014/2010 ■ Variazione % servizi a pagamento 2014/2010 ■ Variazione % ricavi da canone 2014/2010

...cala il peso dei ricavi pubblicitari, sale quello dei servizi a pagamento e del canone

Composizione % del fatturato aggregato – Maggiori cinque operatori televisivi italiani



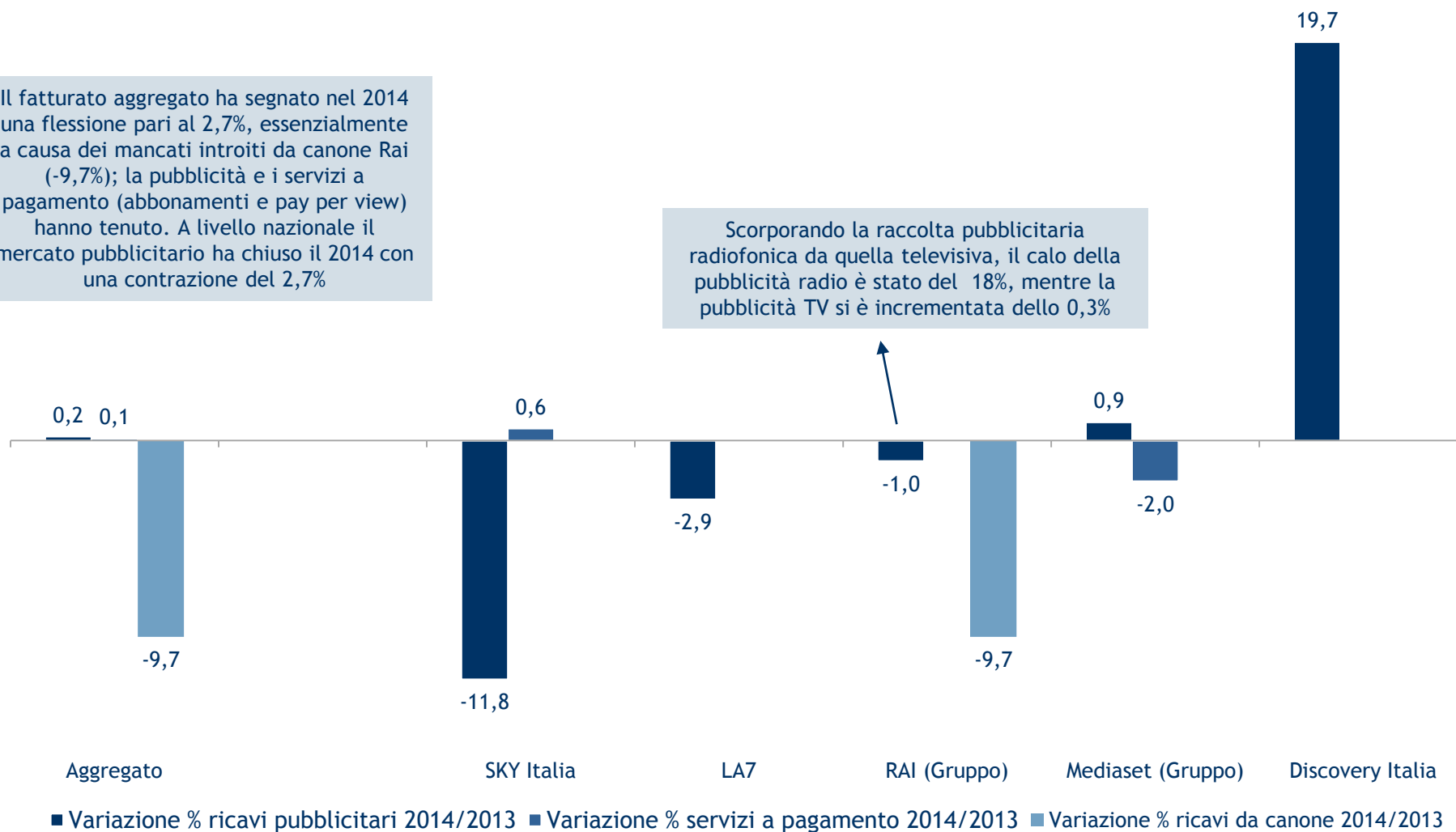
Nonostante la perdita di peso sul totale, la pubblicità rappresenta ancora la maggiore fonte di finanziamento per il mezzo televisivo; di poco inferiore è l'incidenza delle offerte a pagamento la cui quota, in progressiva crescita dal 2010, risulta sempre più vicina a quella della raccolta pubblicitaria

Inversione di tendenza nell'ultimo anno

Variazione % 2014/13 ricavi – Maggiori cinque operatori televisivi italiani

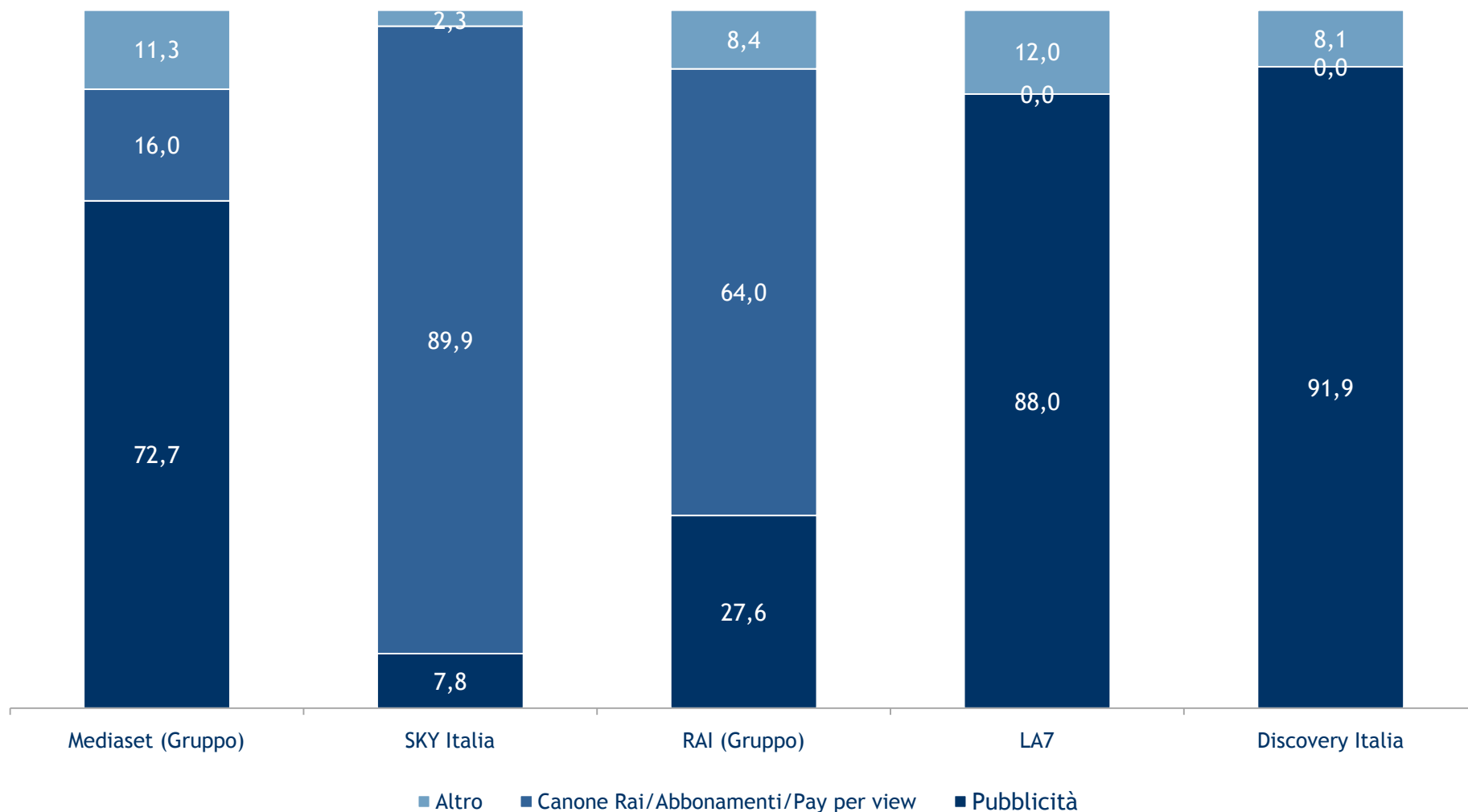
Il fatturato aggregato ha segnato nel 2014 una flessione pari al 2,7%, essenzialmente a causa dei mancati introiti da canone Rai (-9,7%); la pubblicità e i servizi a pagamento (abbonamenti e pay per view) hanno tenuto. A livello nazionale il mercato pubblicitario ha chiuso il 2014 con una contrazione del 2,7%

Scorporando la raccolta pubblicitaria radiofonica da quella televisiva, il calo della pubblicità radio è stato del 18%, mentre la pubblicità TV si è incrementata dello 0,3%



Composizione dei ricavi televisivi

Composizione % dei ricavi nel 2014 – Maggiori cinque operatori televisivi italiani



Principali dati economico-patrimoniali

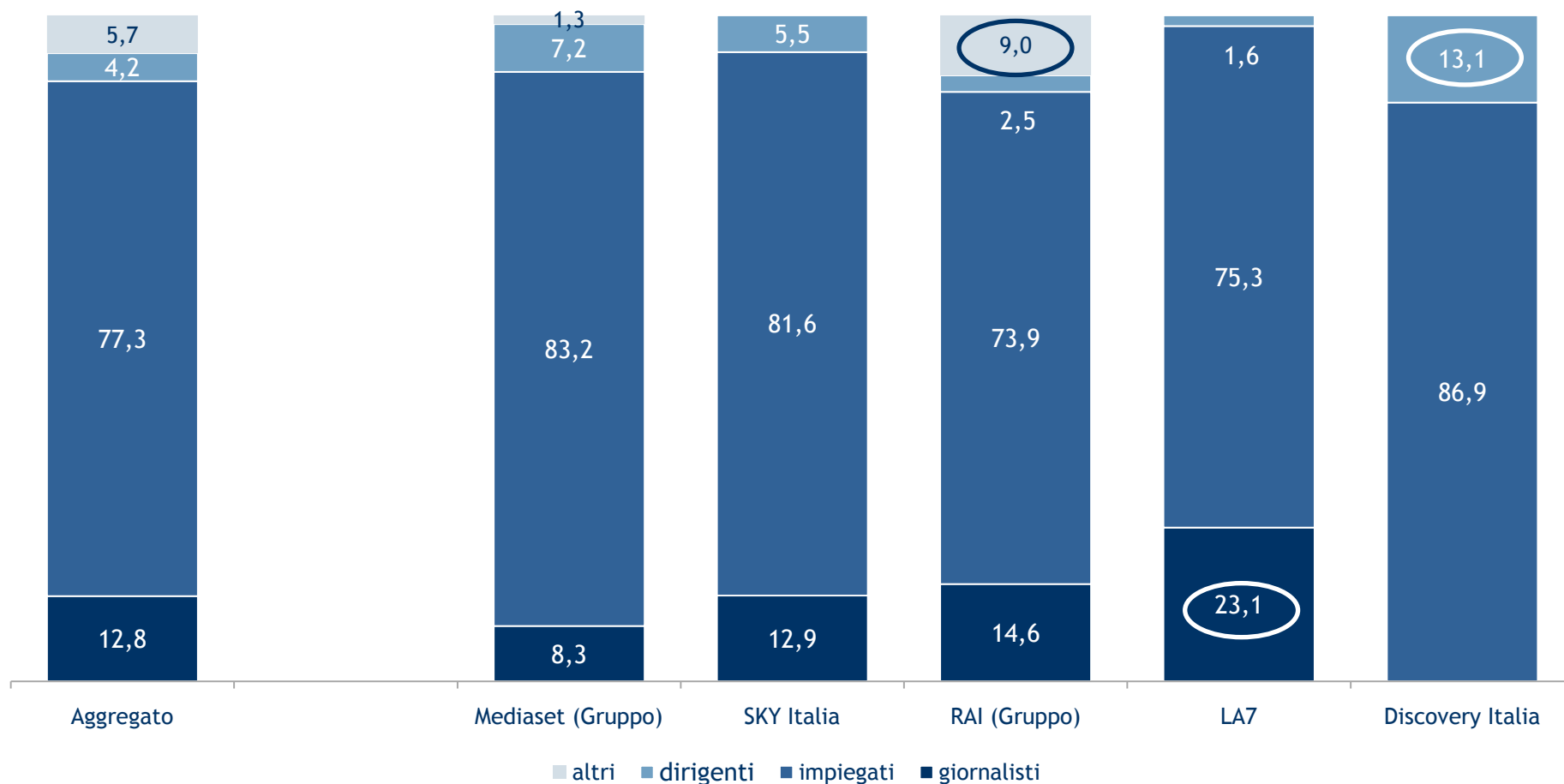
Sezione 2



MEDIOBANCA

Composizione della forza lavoro

Composizione % della forza lavoro nel 2014 – Maggiori cinque operatori televisivi italiani

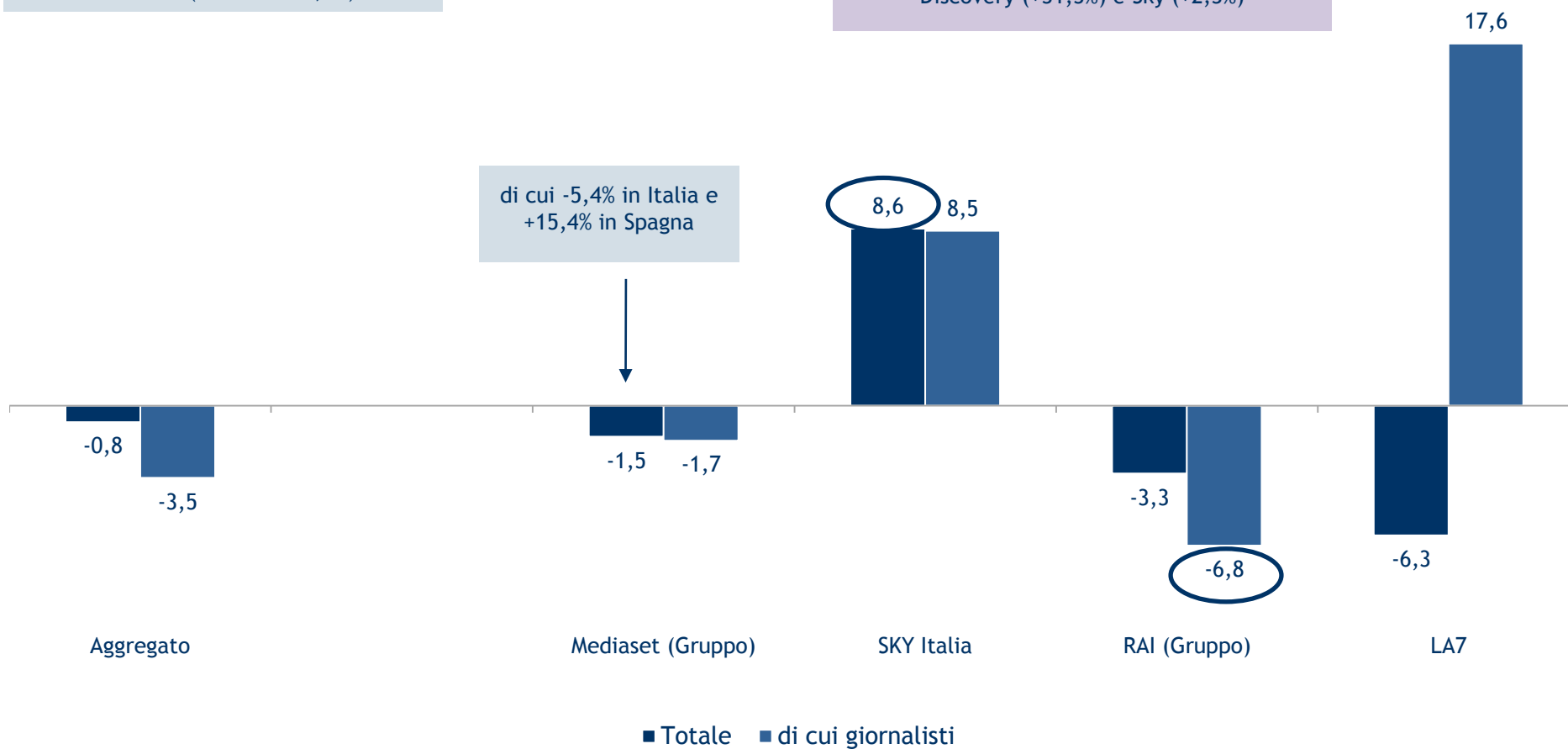


Ridimensionamento della forza lavoro

Variation % 2014/10 forza lavoro – Maggiori cinque operatori televisivi italiani

Le minori vendite hanno lievemente inciso sull'occupazione che segnala un modesto calo sia nel quinquennio che nel 2014 (entrambi -0,8%)

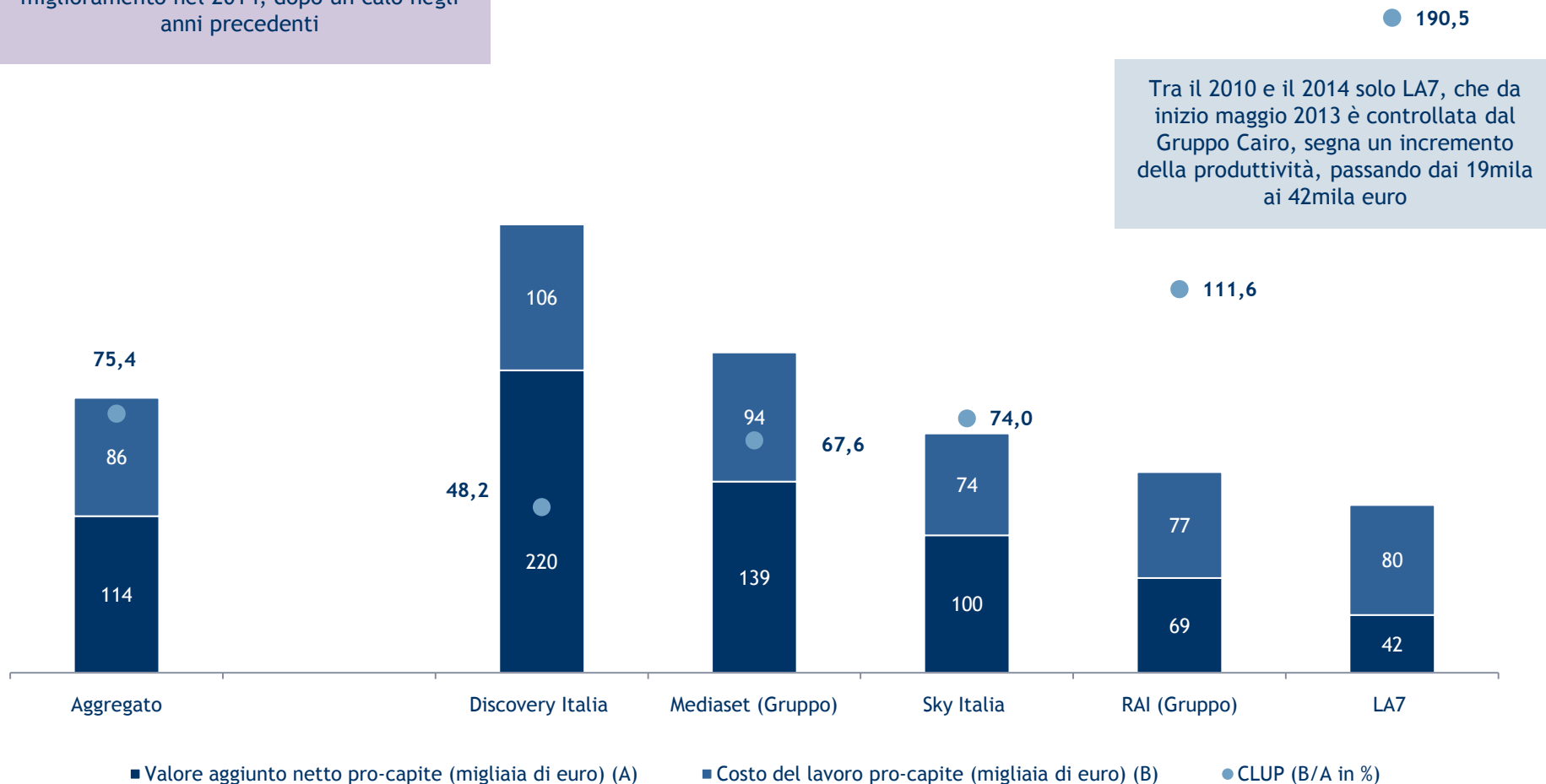
Nel 2014-13 riducono la forza lavoro Mediaset (-2,9%, di cui -3% in Italia e -2,6% in Spagna), Rai (-0,8%) e LA7 (-0,5%); in controtendenza Discovery (+31,3%) e Sky (+2,3%)



La produttività

Produttività, costo del lavoro e CLUP pro-capite 2014– Maggiori cinque operatori televisivi italiani

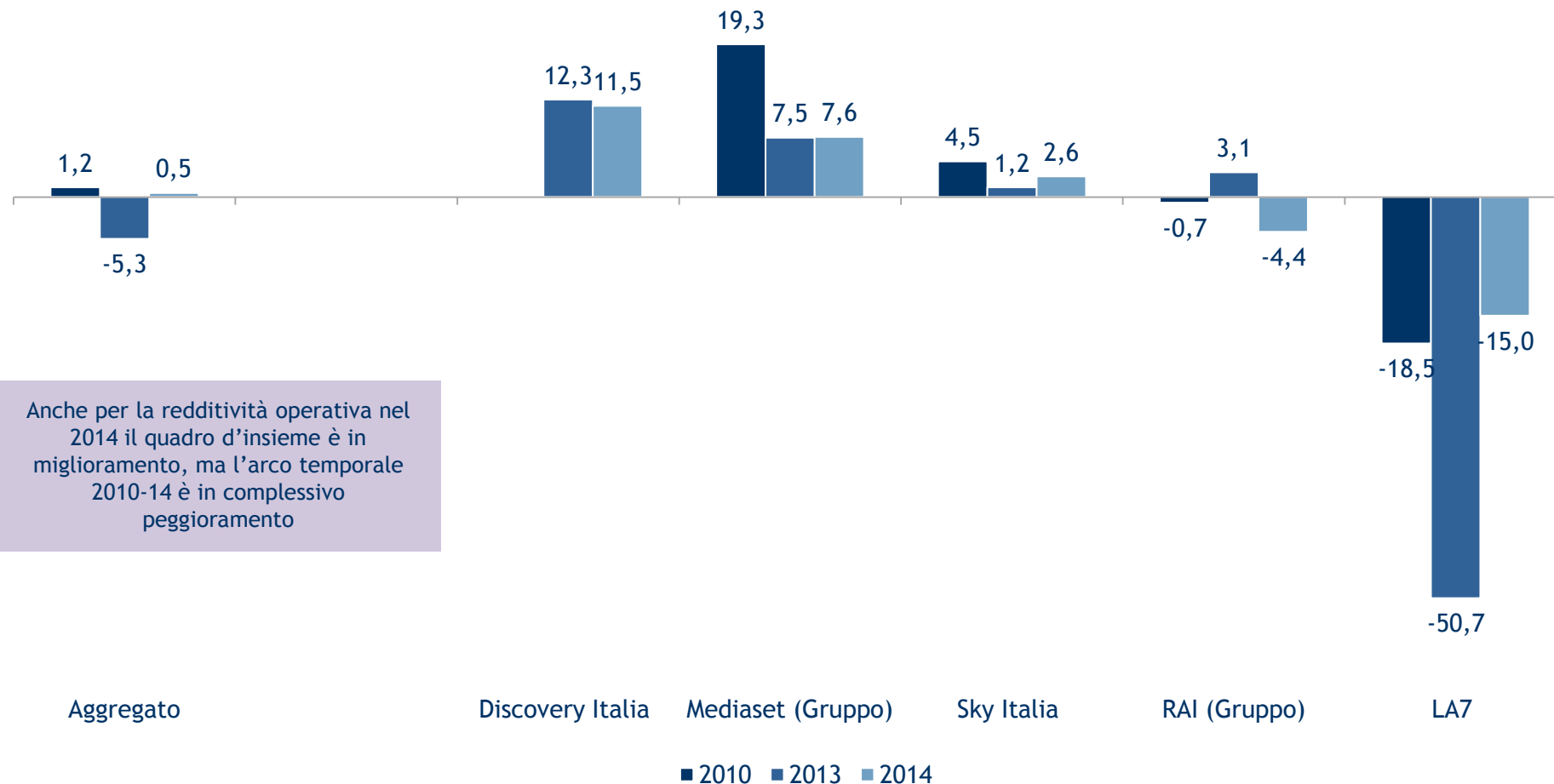
La produttività segnala un leggero miglioramento nel 2014, dopo un calo negli anni precedenti



Tra il 2010 e il 2014 solo LA7, che da inizio maggio 2013 è controllata dal Gruppo Cairo, segna un incremento della produttività, passando dai 19mila ai 42mila euro

La redditività operativa migliora nel 2014 rispetto al 2013

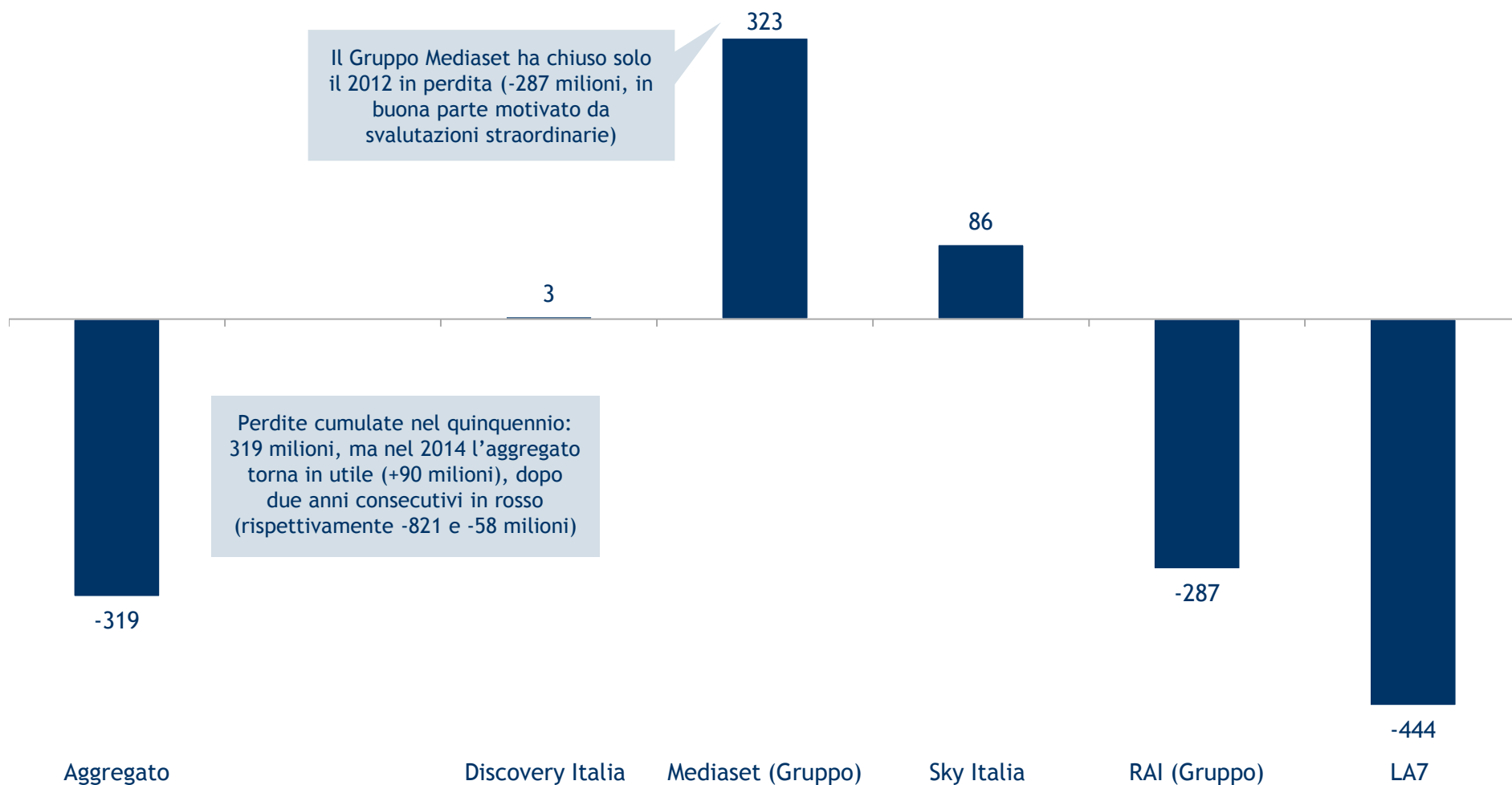
MON in % del fatturato - Maggiori cinque operatori televisivi italiani



Anche per la redditività operativa nel 2014 il quadro d'insieme è in miglioramento, ma l'arco temporale 2010-14 è in complessivo peggioramento

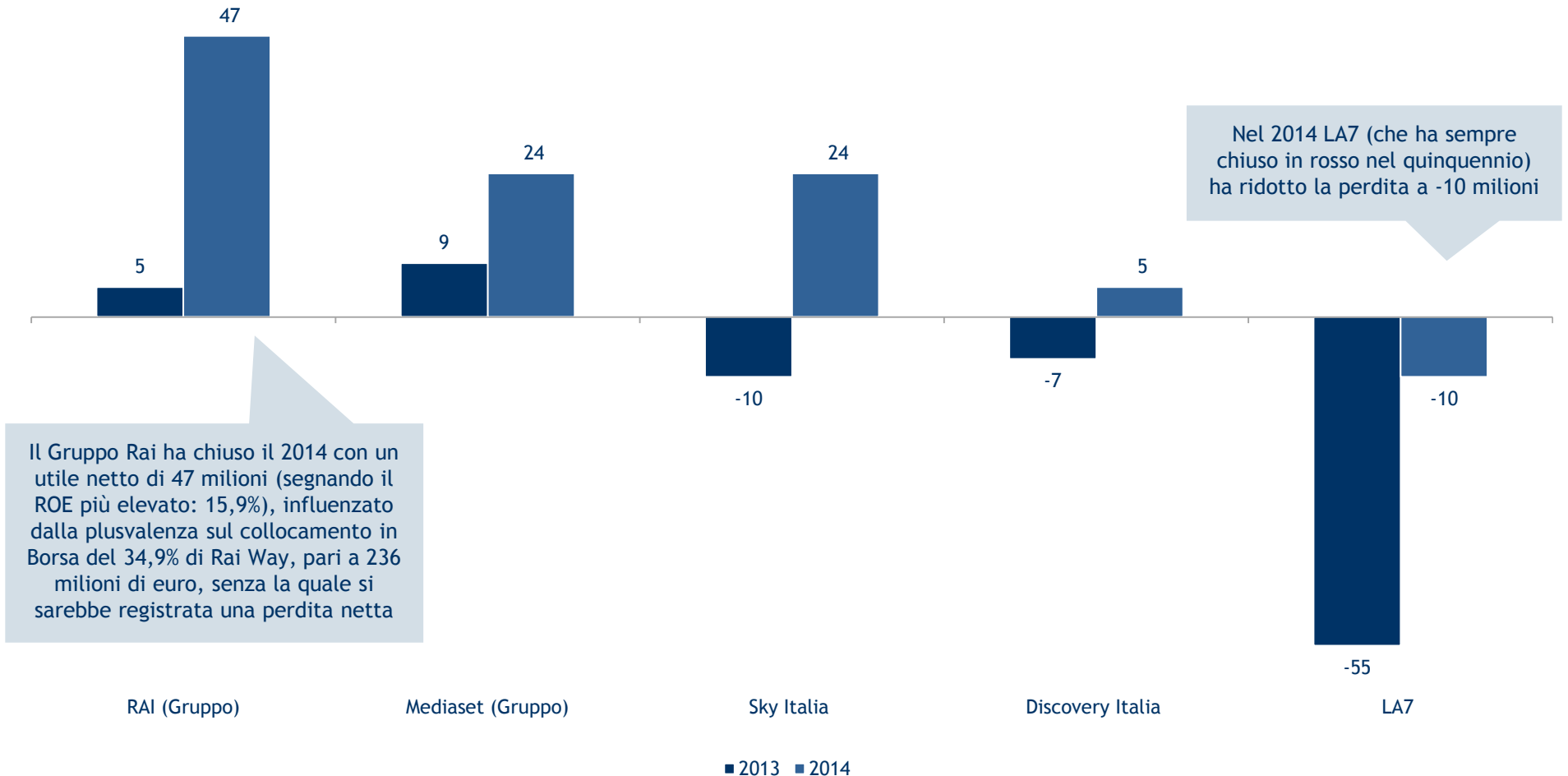
Redditività netta negativa ma...

Risultato netto cumulato nel quinquennio (in milioni di euro)



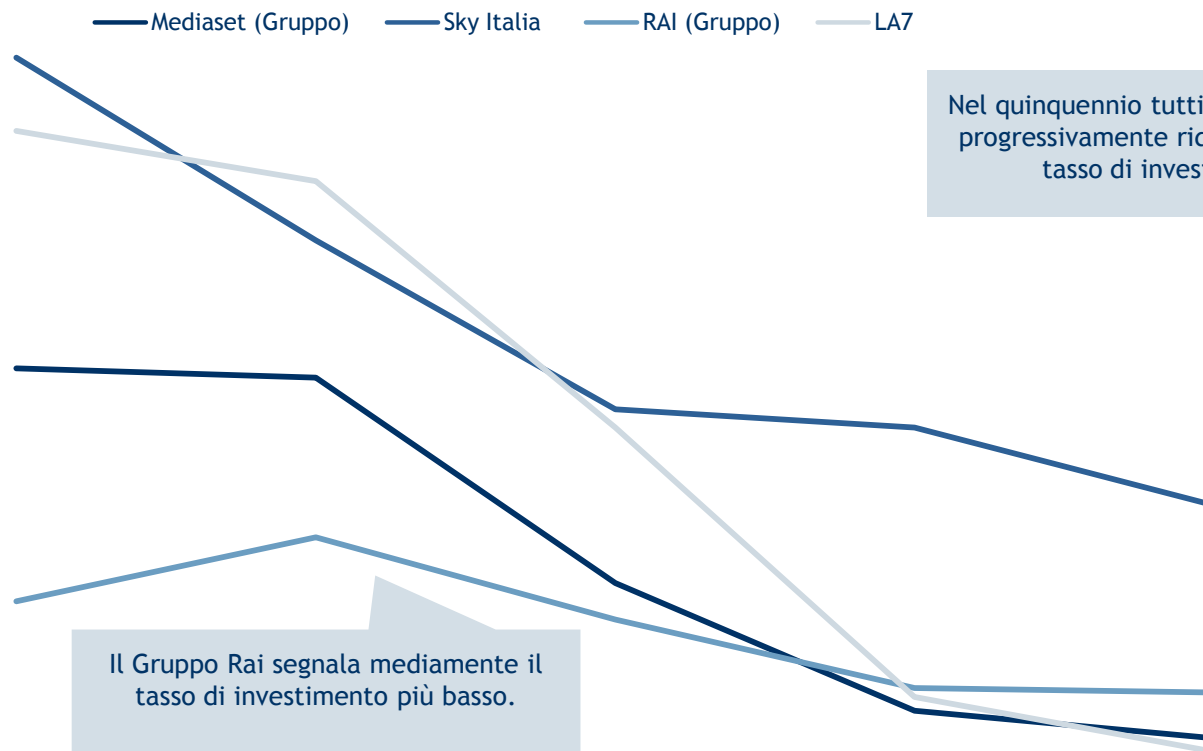
...in miglioramento rispetto al 2013

Risultato netto 2013 e 2014 (milioni di euro)



Tasso di investimento in costante diminuzione

Tasso di investimento (in %)



	2010	2011	2012	2013	2014
Mediaset (Gruppo)	9,6	9,4	4,9	2,1	1,5
Sky Italia	16,4	12,4	8,7	8,3	6,6
RAI (Gruppo)	4,5	5,9	4,1	2,6	2,5
LA7	14,8	13,7	8,3	2,4	1,2

Struttura finanziaria mediamente solida, con eccezioni

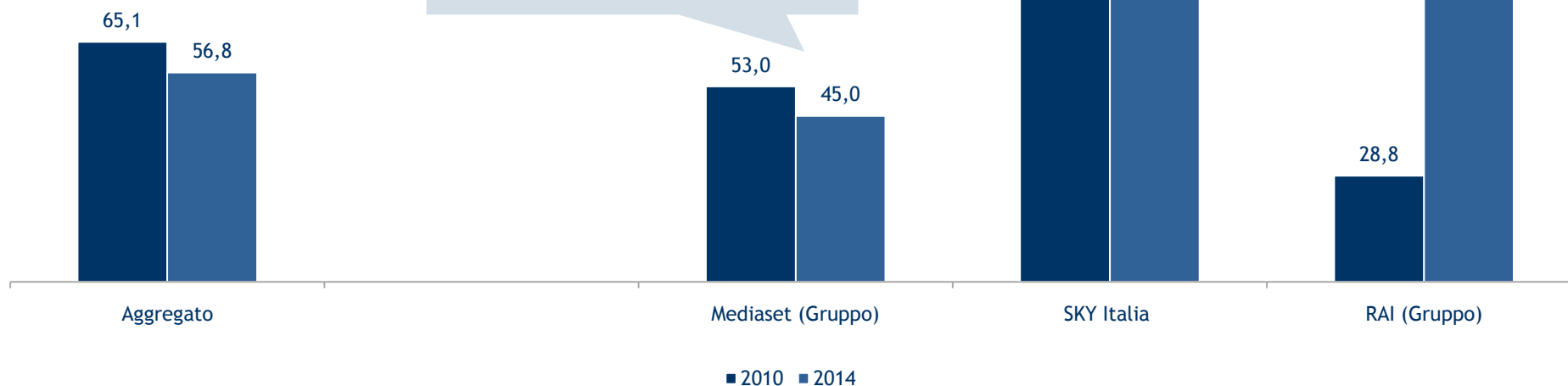
Debiti finanziari in % del capitale netto

Nel 2014 LA7 e Discovery non hanno debiti finanziari

SKY Italia ha assottigliato l'esposizione finanziaria e ha rafforzato la dotazione patrimoniale

La struttura finanziaria del Gruppo Rai si è progressivamente indebolita nel quinquennio: il capitale netto si è ridotto a causa delle perdite (dai 531 milioni a fine 2010 ai 398 di fine 2014) e i debiti finanziari sono cresciuti da 153 a 445 milioni

Il Gruppo Mediaset ha diminuito il capitale netto soprattutto per la distribuzione di dividendi superiore agli utili cumulati, ma ha ridimensionato in misura proporzionalmente più elevata i debiti finanziari



Quote di ascolto

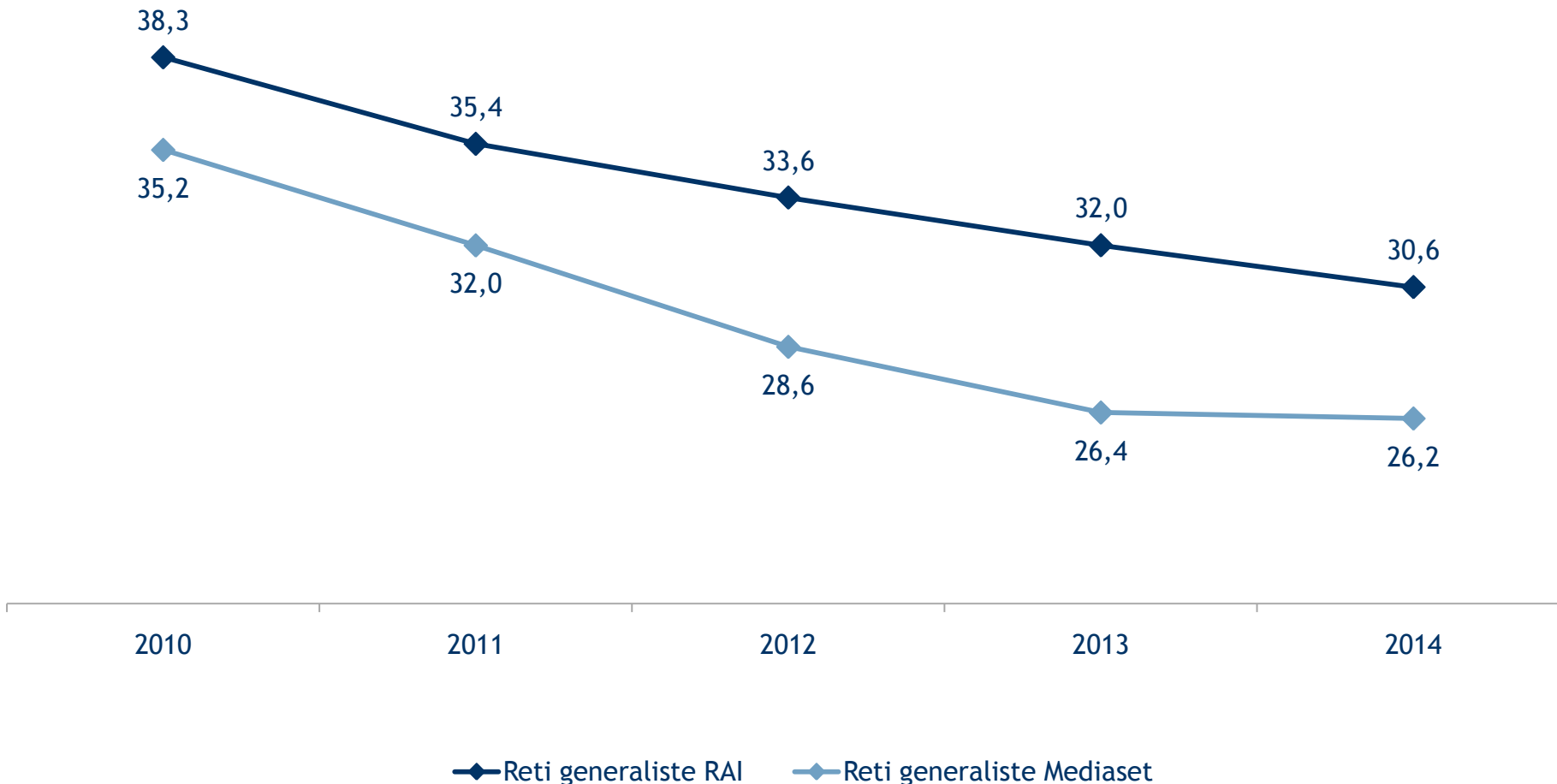
Sezione 3



MEDIOBANCA

Redistribuzione delle quote di ascolto: dalle reti generaliste...

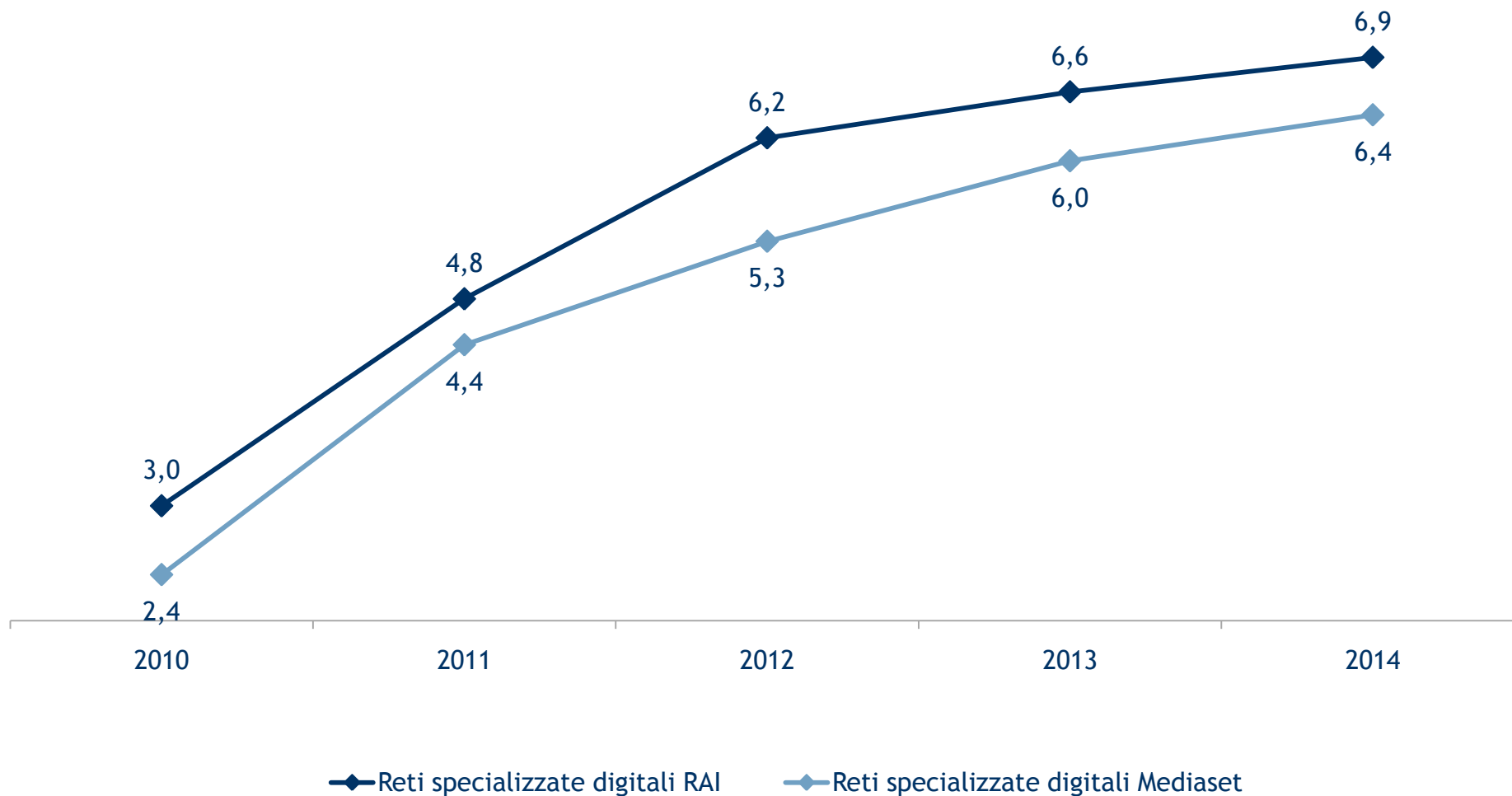
Share nel giorno medio-reti generaliste



Fonte: Auditel

...ai canali tematici

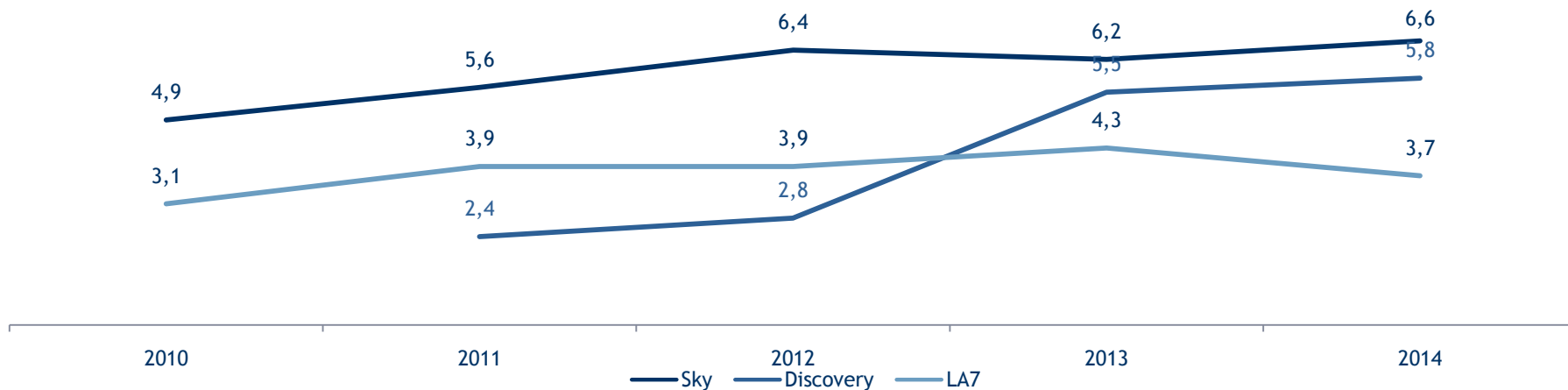
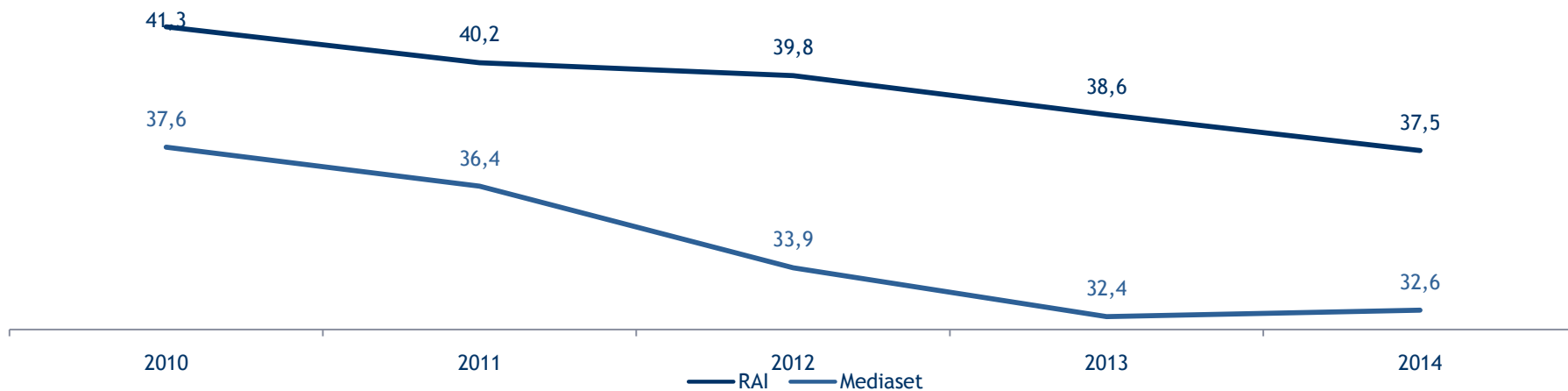
Share nel giorno medio-canali tematici



Fonte: Auditel

Share complessivi (specializzati e generalisti)

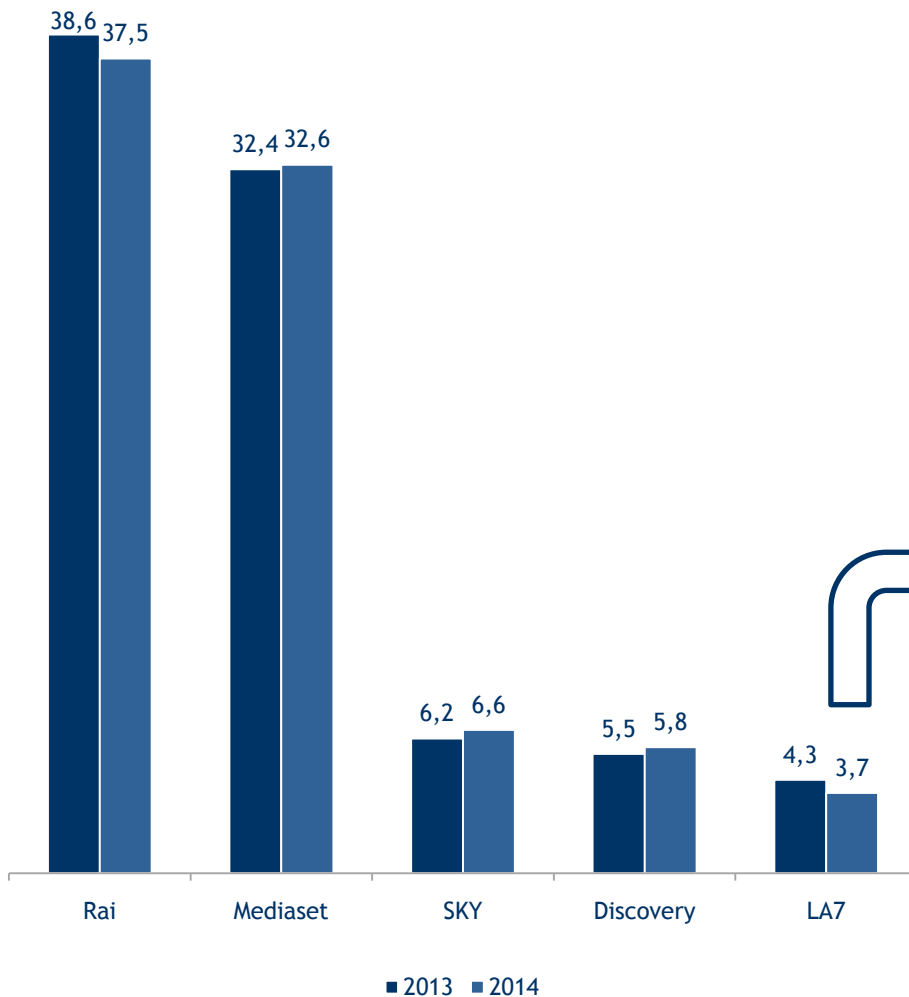
Share nel giorno medio



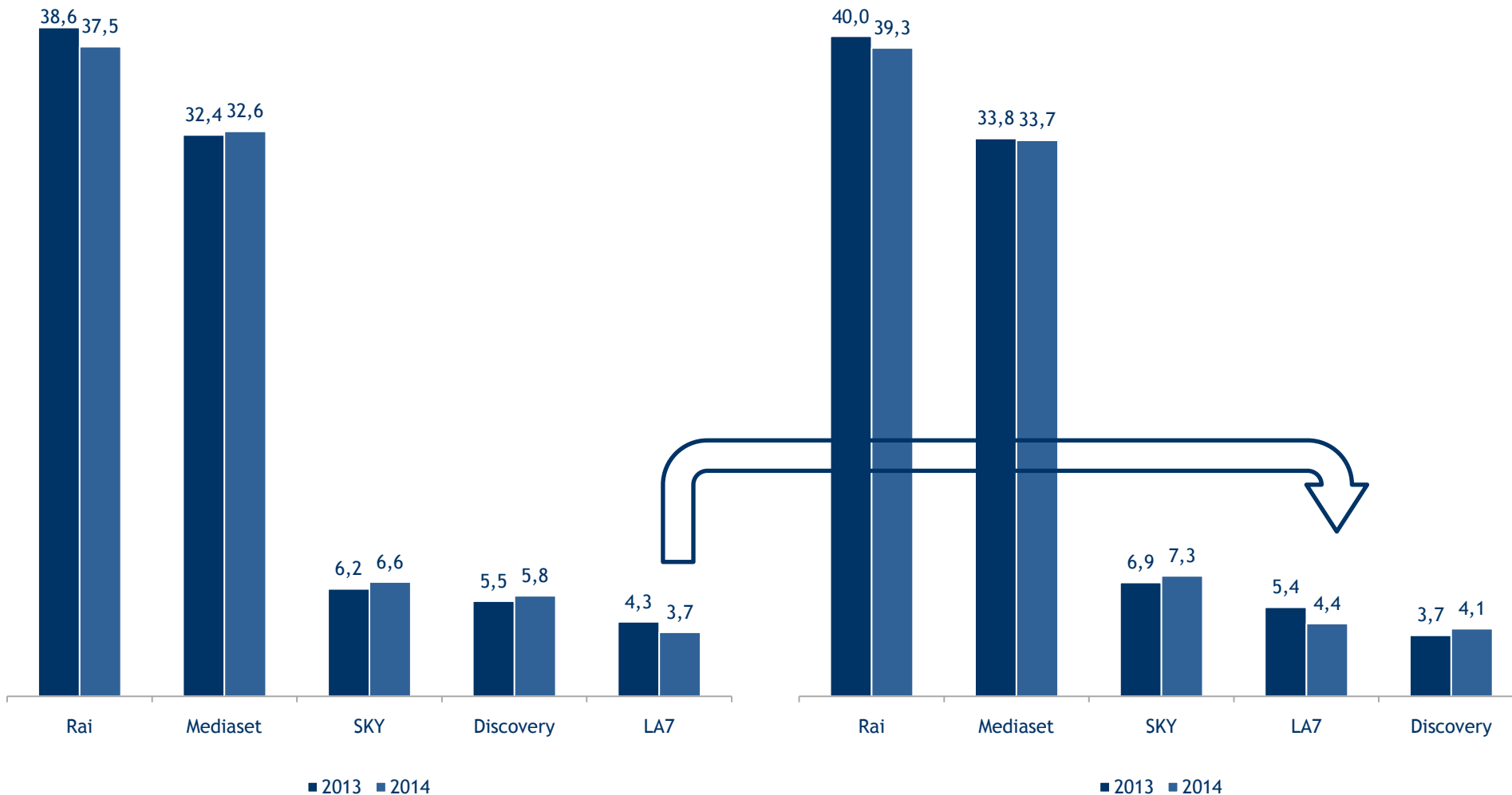
Fonte: Auditel

Quote di ascolto: principali operatori televisivi

Quote di ascolto nel giorno medio in %



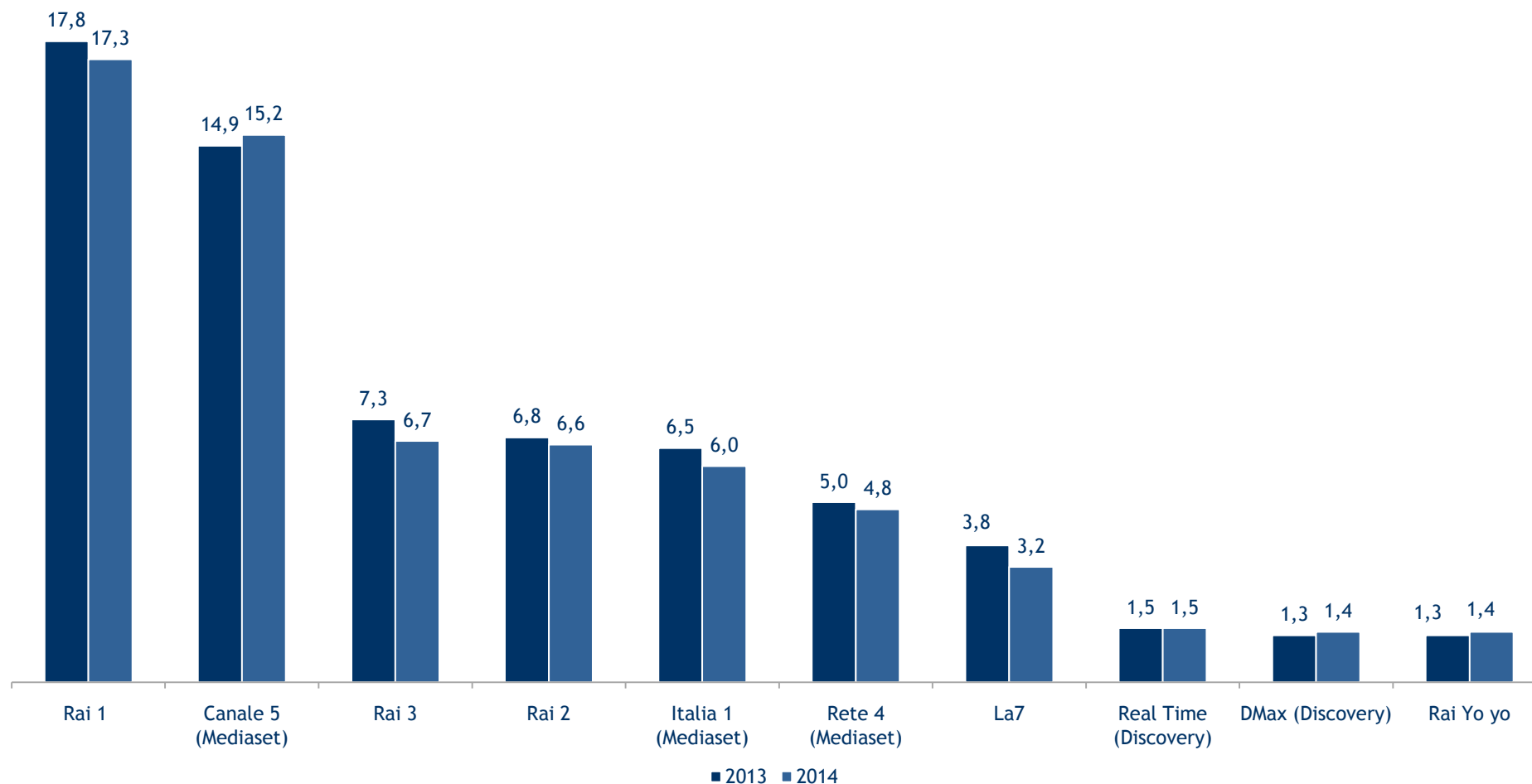
Quote di ascolto in prima serata in %



Fonte: Auditel

Quote di ascolto: top10 canali televisivi

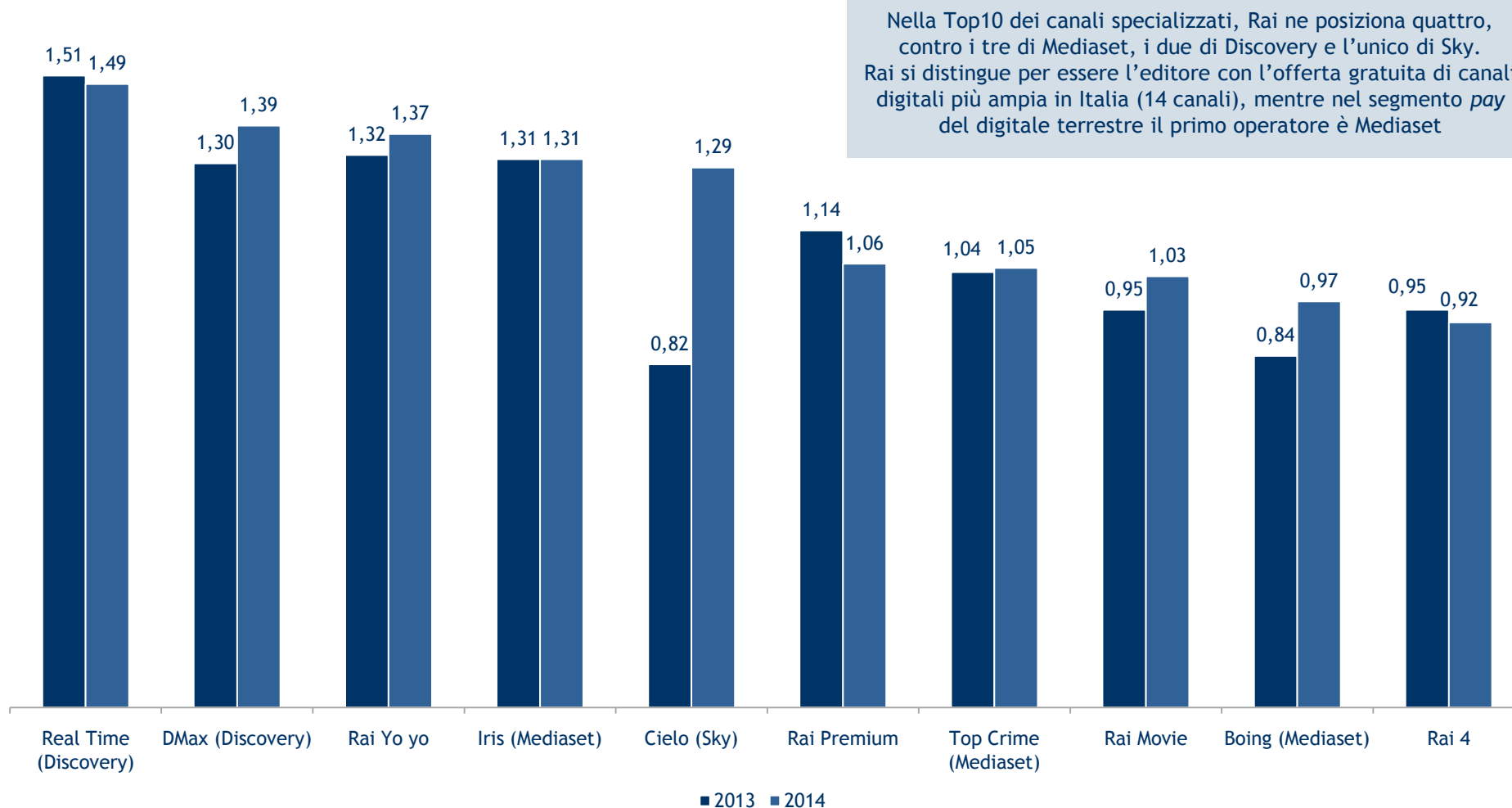
Quote di ascolto nel giorno medio in %



Fonte: Auditel

Quote di ascolto: top10 canali televisivi specializzati

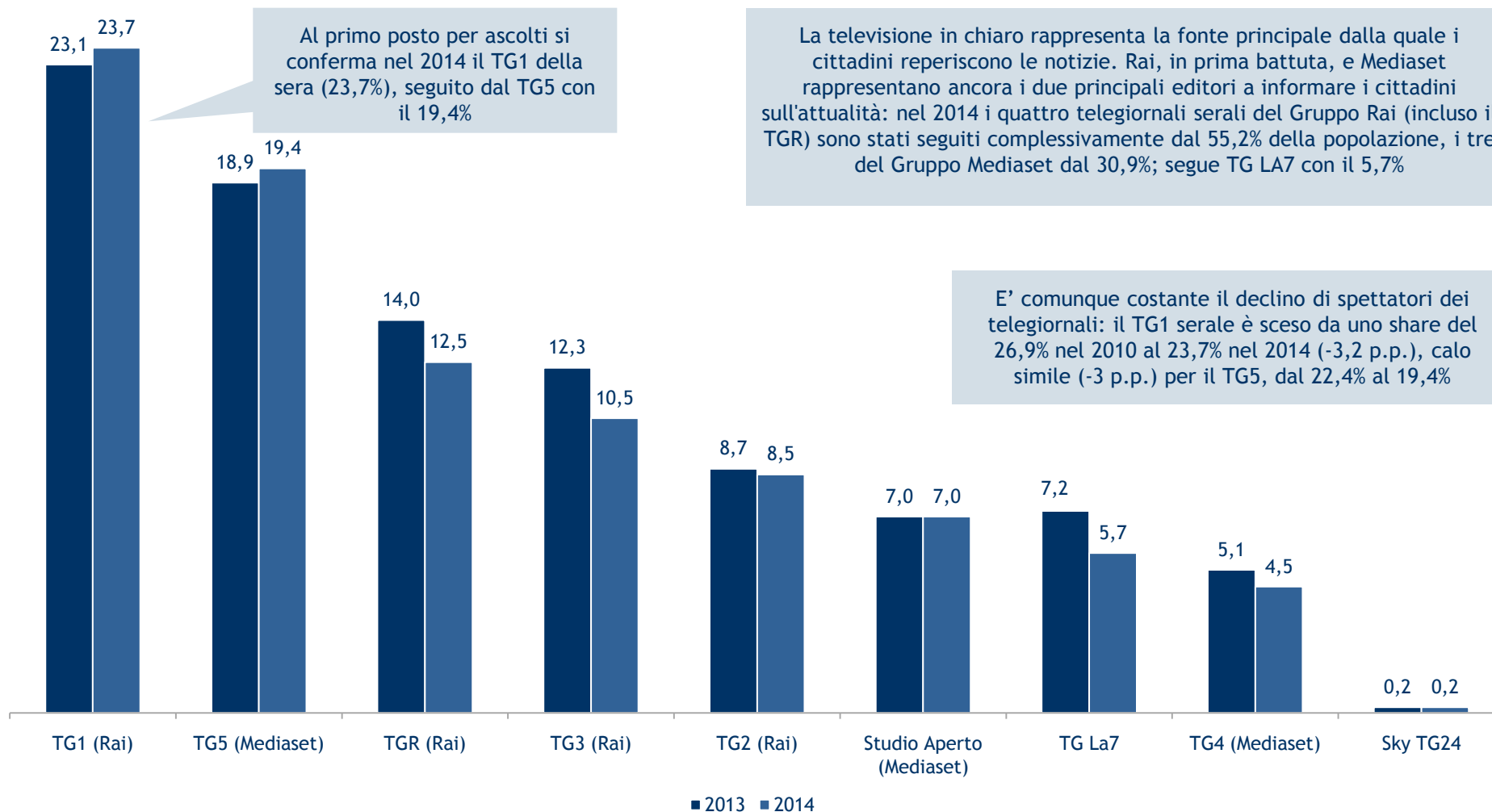
Quote di ascolto nel giorno medio in %



Fonte: Auditel

Quote di ascolto: principali TG serali

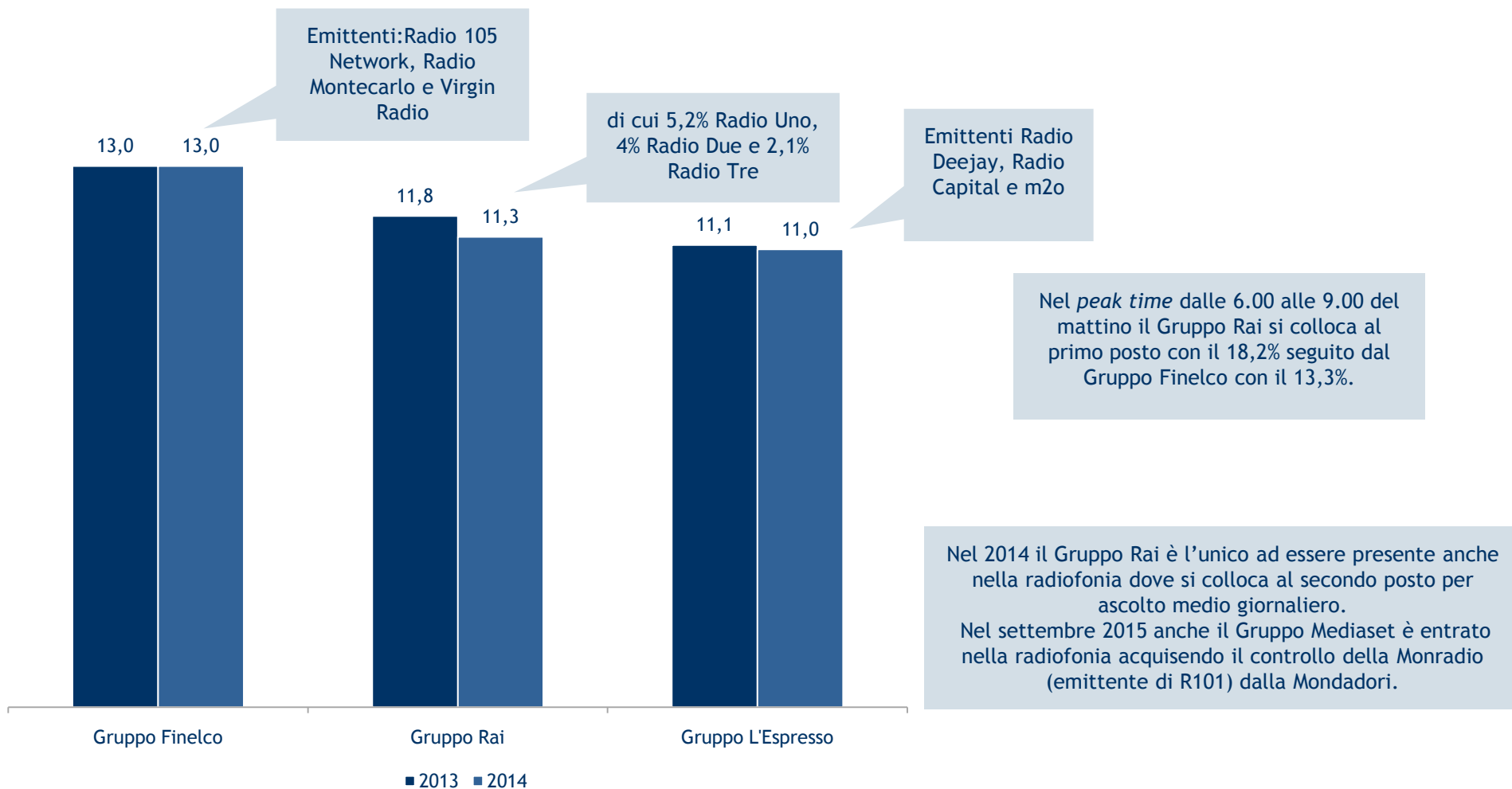
Quote di ascolto in %



Fonte: Auditel

Quote di ascolto nella radio: principali operatori

Quote di ascolto nel giorno medio in %



Fonte: Eurisko RadioMonitor

I maggiori operatori europei nel servizio pubblico radiotelevisivo

Sezione 4



MEDIOBANCA

I protagonisti del settore radiotelevisivo pubblico in Europa

In Europa si possono distinguere due modelli di gestione del servizio pubblico radiotelevisivo: il modello integrato in cui un unico operatore è attivo su più piattaforme (tv, radio, web) e su diverse aree di mercato (nazionale, regionale e internazionale) e il modello specializzato in cui più operatori sono attivi su diverse piattaforme e mercati. Italia, Regno Unito e Spagna hanno adottato un modello integrato (rispettivamente con Rai, BBC e RTVE), mentre Germania e Francia hanno optato per un modello specializzato.

REGNO UNITO

BBC:

10 canali TV
16 canali radio

FRANCIA

France Télévisions:

6 canali TV
Radio France: 7 canali radio

GERMANIA

ARD-ZDF:

21 canali TV (di cui 13 ARD,
4 ZDF e 4 in joint venture)

Deutschlandradio:

33 canali radio

SPAGNA

RTVE:

5 canali TV
5 canali radio
Televisión Pùblicos
Autonómicos (TPA)

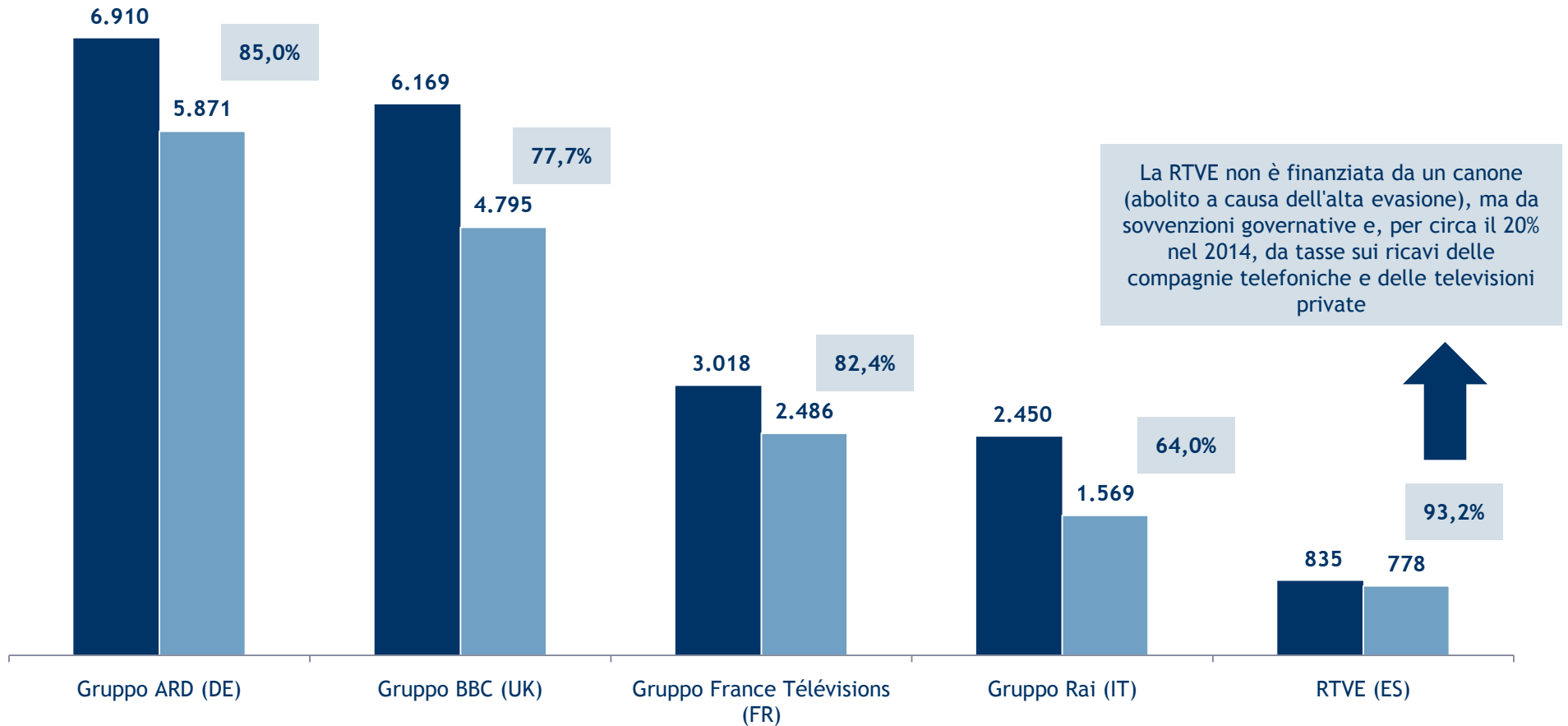
ITALIA

Rai:

14 canali TV
7 canali radio

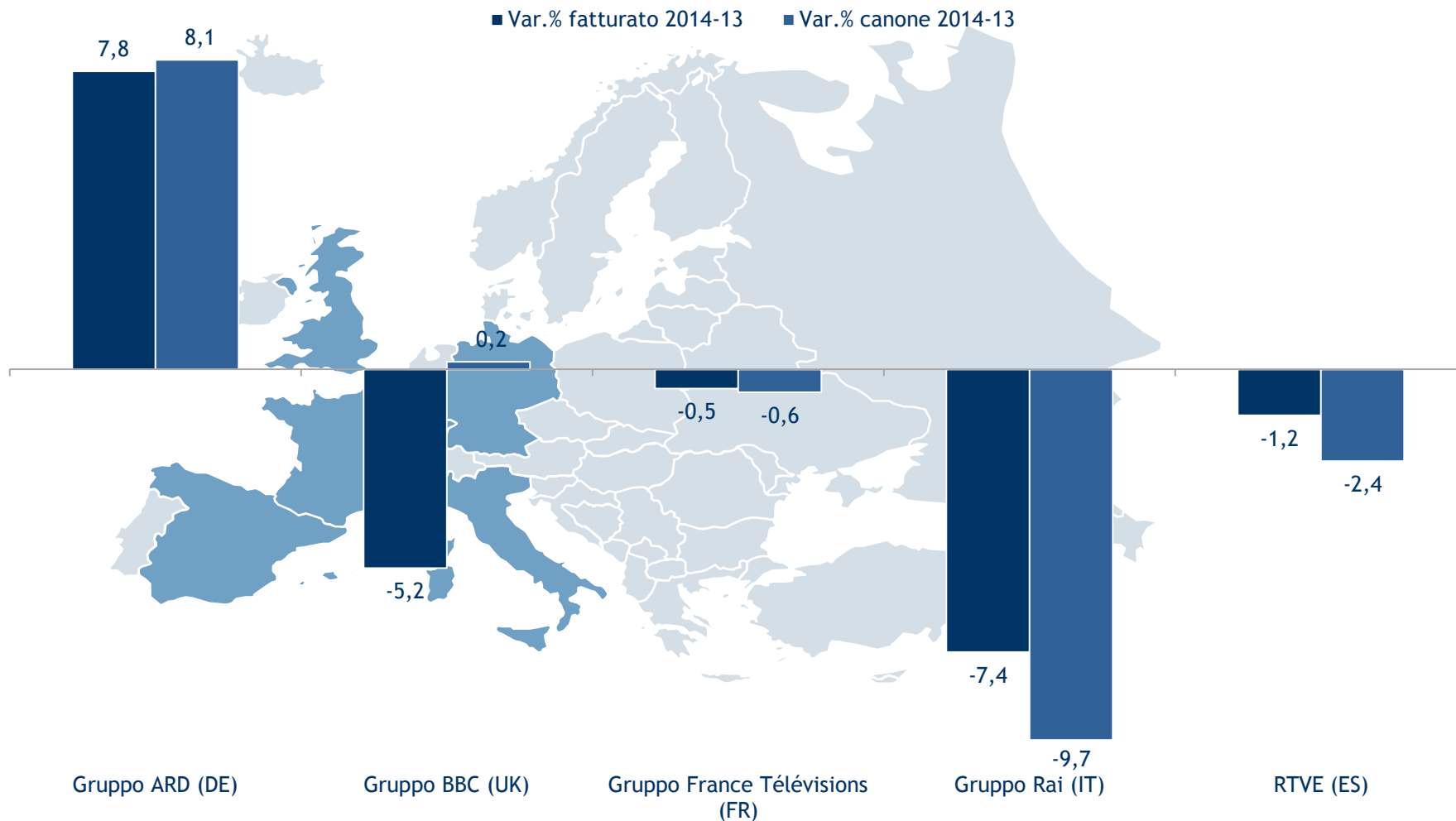
I ricavi e il canone dei maggiori operatori radiotelevisivi pubblici europei

Fatturato 2014, di cui canone (milioni di euro)



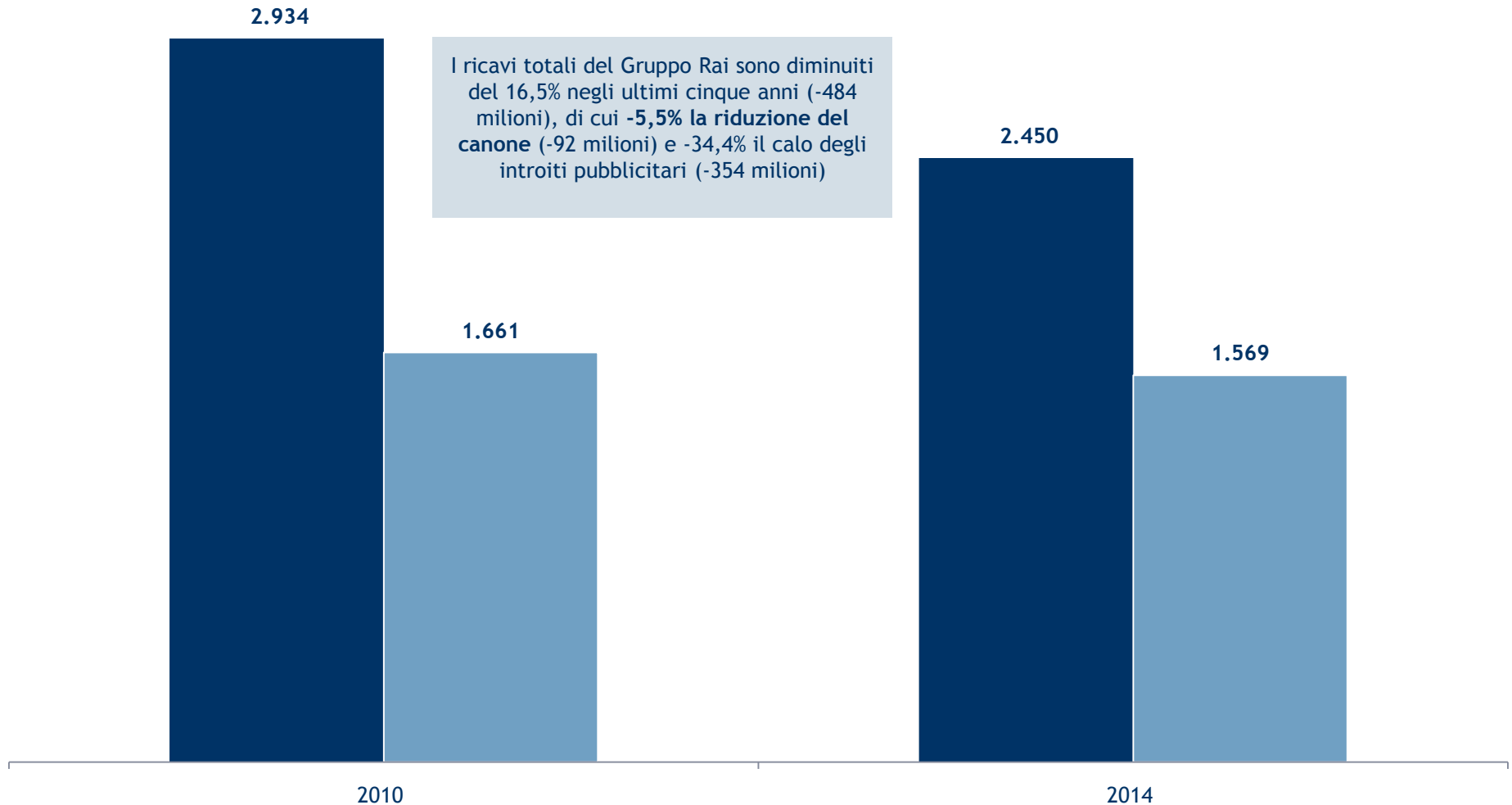
Flessione generalizzata dei ricavi (con l'eccezione tedesca)

Var % 2014/13 del fatturato e del canone – Maggiori operatori radiotelevisivi pubblici europei



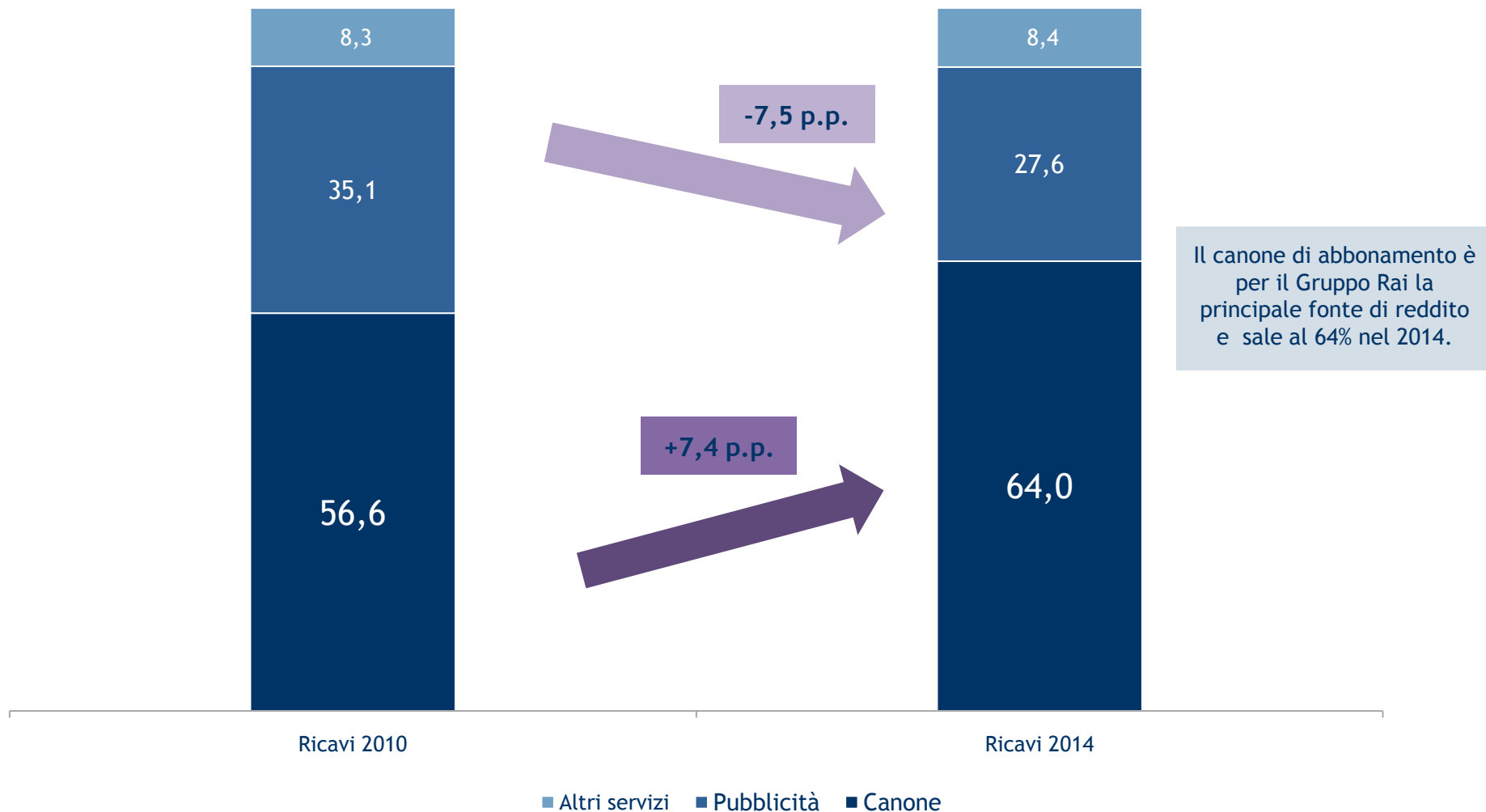
Il “nodo” canone per la Rai: diminuisce in termini assoluti...

Fatturato 2010 e 2014, di cui canone (milioni di euro)



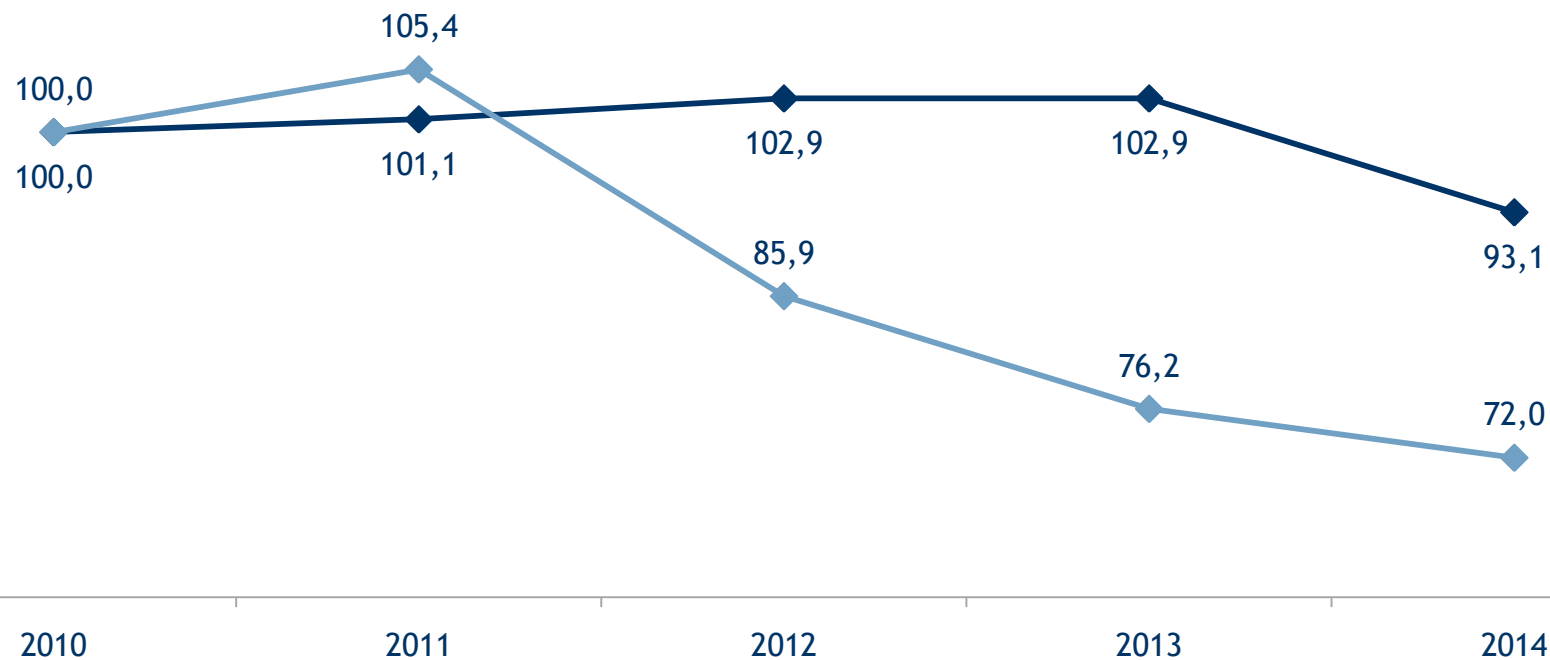
...ma aumenta il peso sul totale dei ricavi

Composizione % del fatturato 2010 e 2014 – Gruppo Rai



Trend dei ricavi unitari del Gruppo Rai

N.Indice 2010=100,0

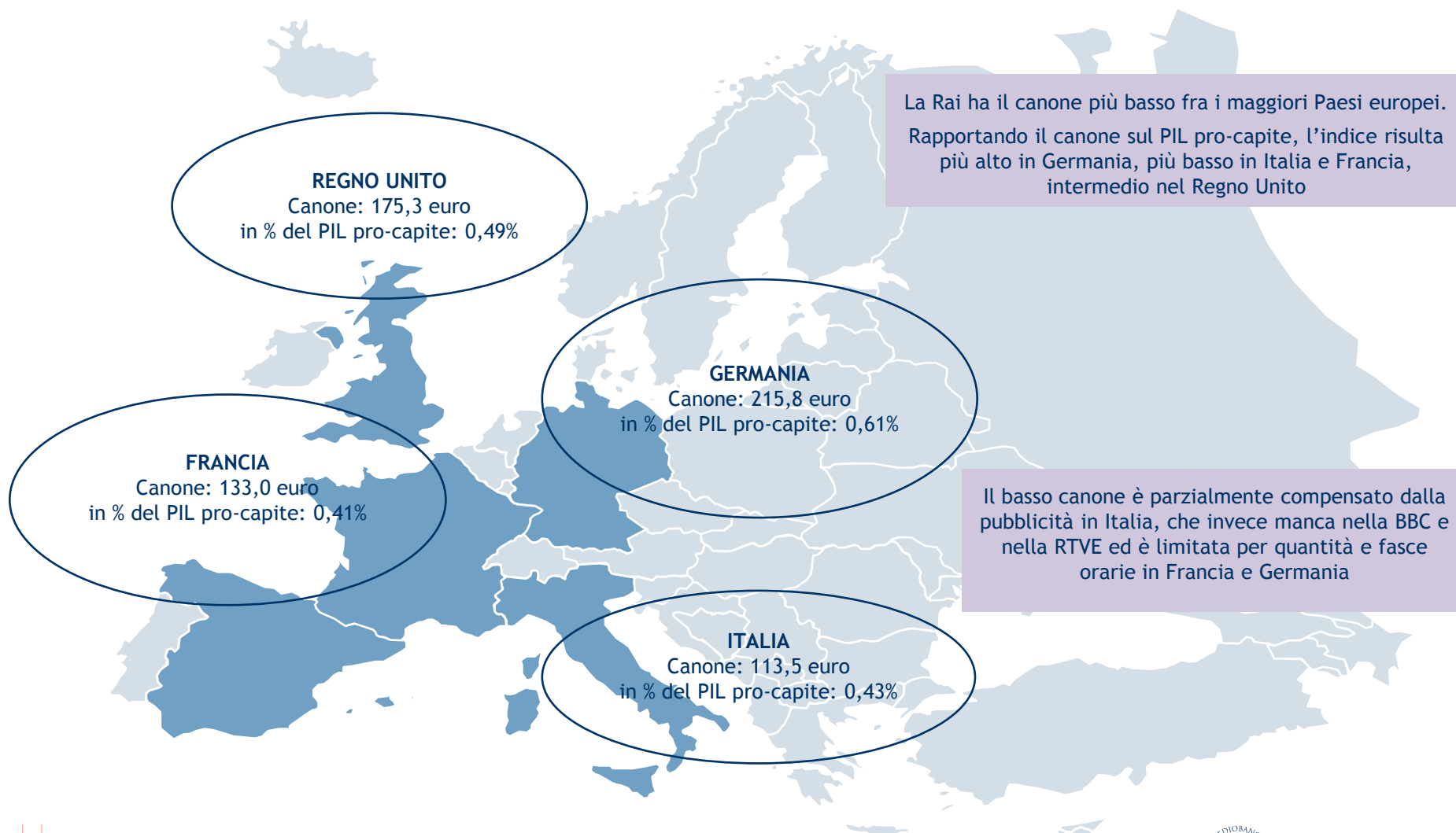


◆ Ricavo medio lordo (per abbonato)

◆ Ricavo medio pubblicitario (per minuto di pubblicità)

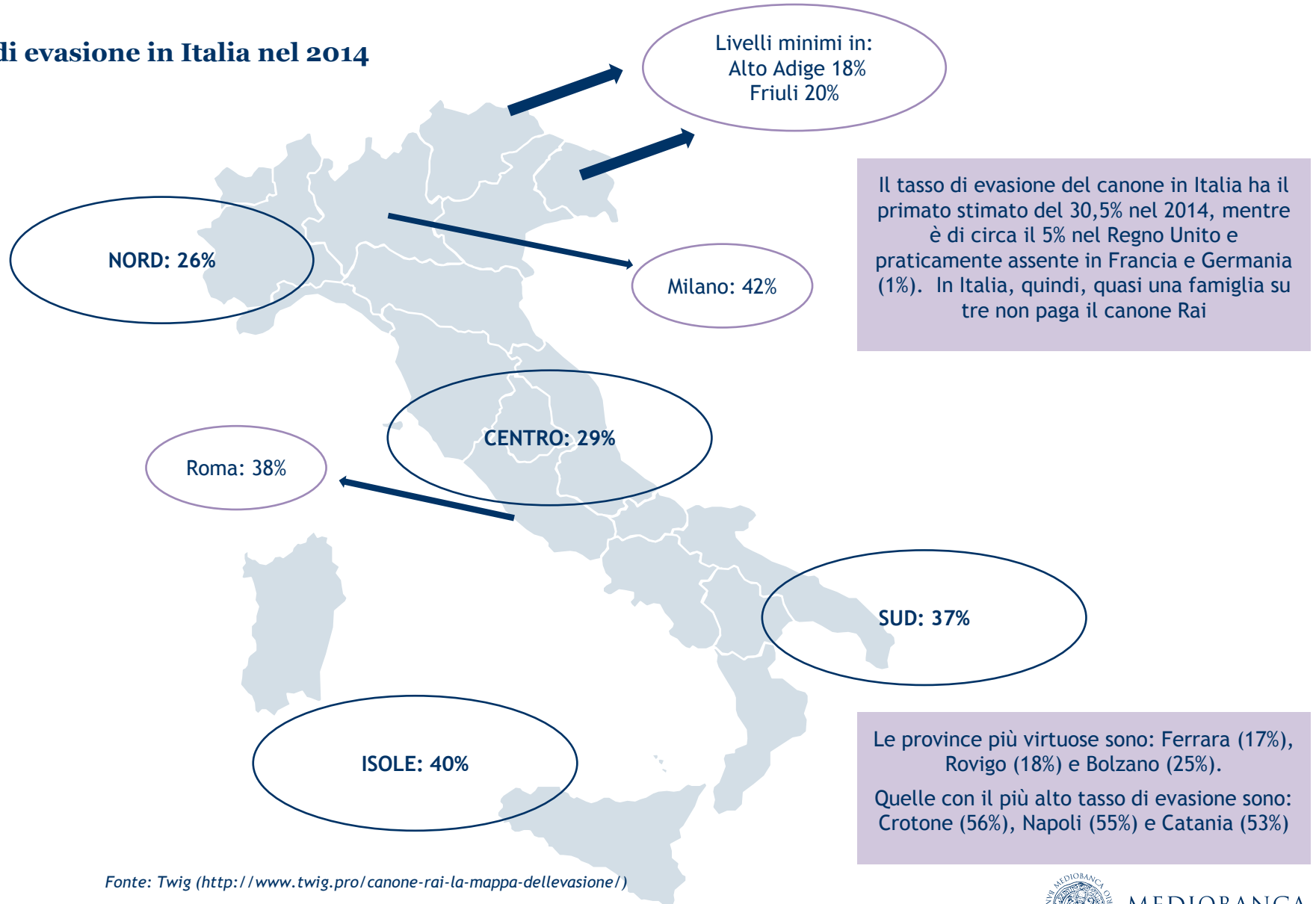
Il “nodo” canone per la Rai: il più basso in Europa...

Canone: euro per abbonamento e in % del PIL pro-capite nel 2014



...ma con il maggiore tasso di evasione

Tasso di evasione in Italia nel 2014



Fonte: Twig (<http://www.twig.pro/canone-rai-la-mappa-dellevasione/>)

Ipotesi: e se gli italiani fossero più virtuosi?

La valorizzazione dell'evasione del canone è stimata in 600 milioni di euro di mancato introito per la Rai (*)

Immaginando una riduzione dell'evasione fino al livello registrato nel Regno Unito (5%), la Rai diventerebbe il primo Gruppo per ricavi in Italia e, a livello europeo, si avvicinerebbe a France Télévisions, con circa 2,9 miliardi di fatturato.

Il tema del canone Rai è tornato d'attualità con l'ultima legge di Stabilità che, proprio con l'obiettivo di abbattere l'evasione, stabilisce il pagamento del canone tramite la bolletta elettrica, riducendolo da 113,5 euro a 100,0 euro cad.

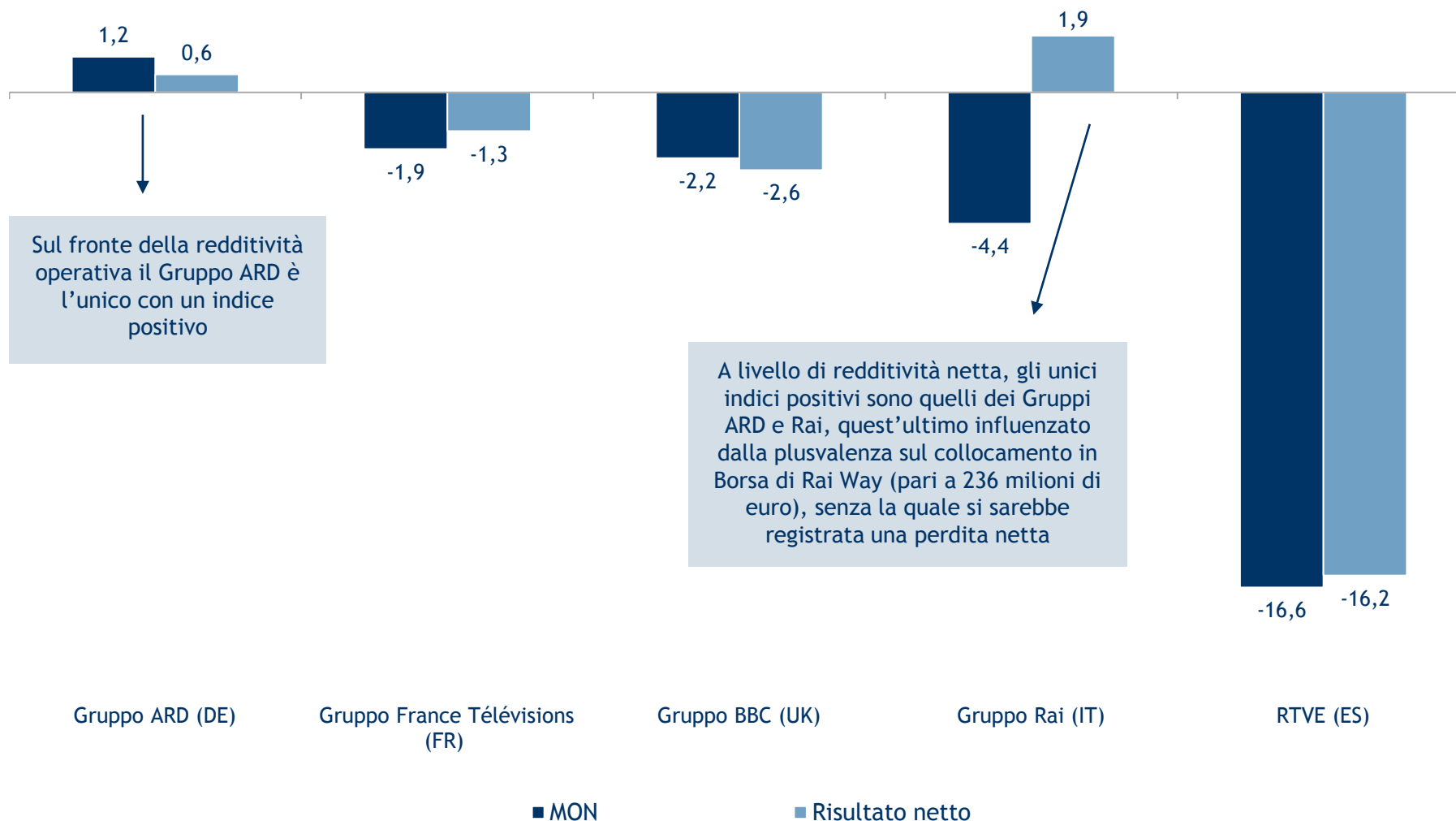
Con un canone di 100,0 euro cad., in un'Italia con un tasso di evasione al livello di quello inglese, si stima che il Gruppo Rai potrebbe fatturare circa 2,8 miliardi, collocandosi al primo posto per ricavi in Italia e avvicinandosi, a livello europeo, a France Télévisions.



(*) Fonte: Twig (<http://www.twig.pro/canone-rai-la-mappa-dellevasione/>) e dati di contabilità separata Rai 2014.

Redditività operativa e netta

MON e risultato netto in % del fatturato 2014 – Maggiori operatori radiotelevisivi pubblici europei

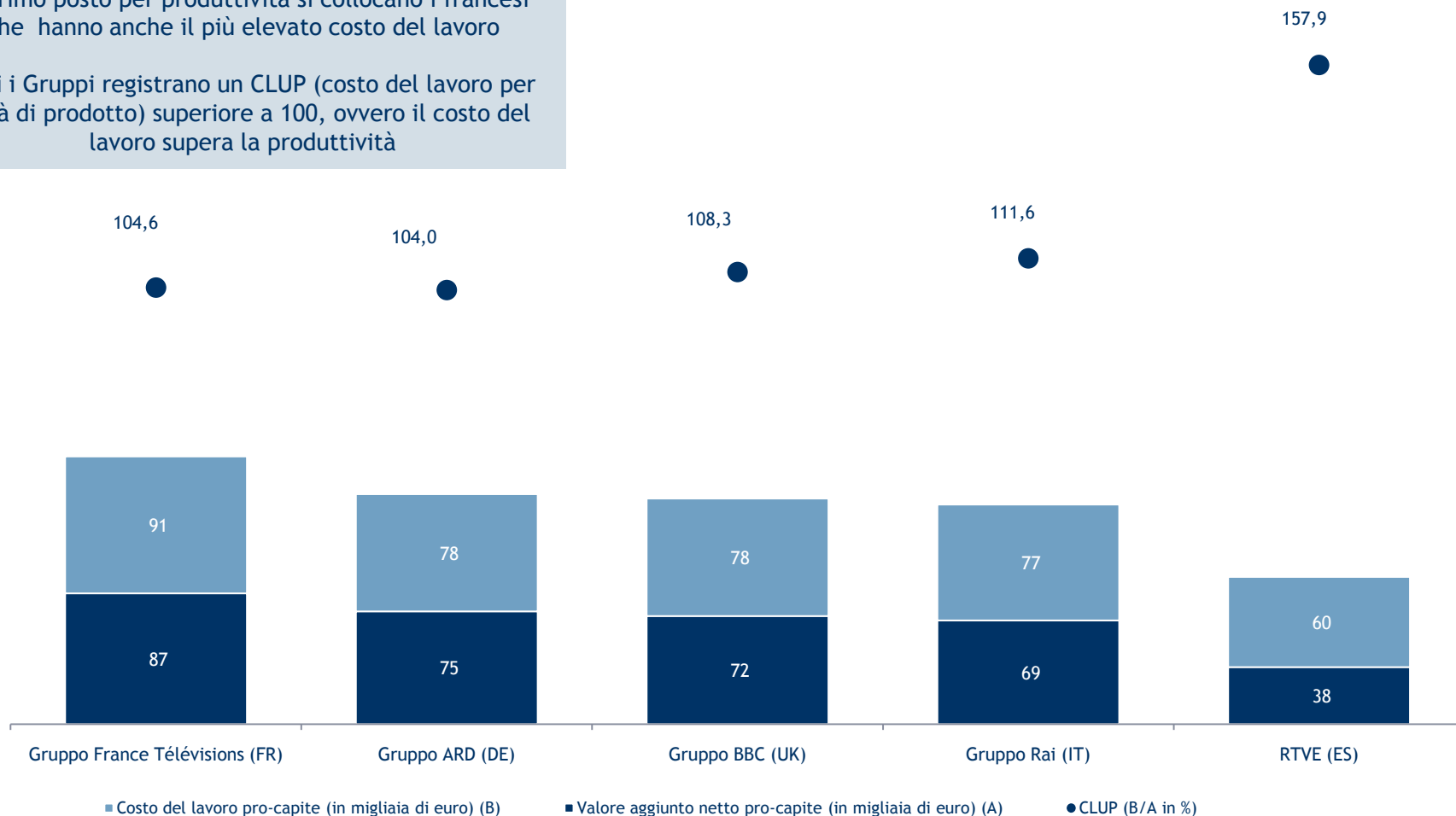


La produttività risente della congiuntura economica negativa

Produttività, costo del lavoro e CLUP pro-capite 2014 – Maggiori operatori radiotelevisivi pubblici europei

Al primo posto per produttività si collocano i francesi che hanno anche il più elevato costo del lavoro

Tutti i Gruppi registrano un CLUP (costo del lavoro per unità di prodotto) superiore a 100, ovvero il costo del lavoro supera la produttività

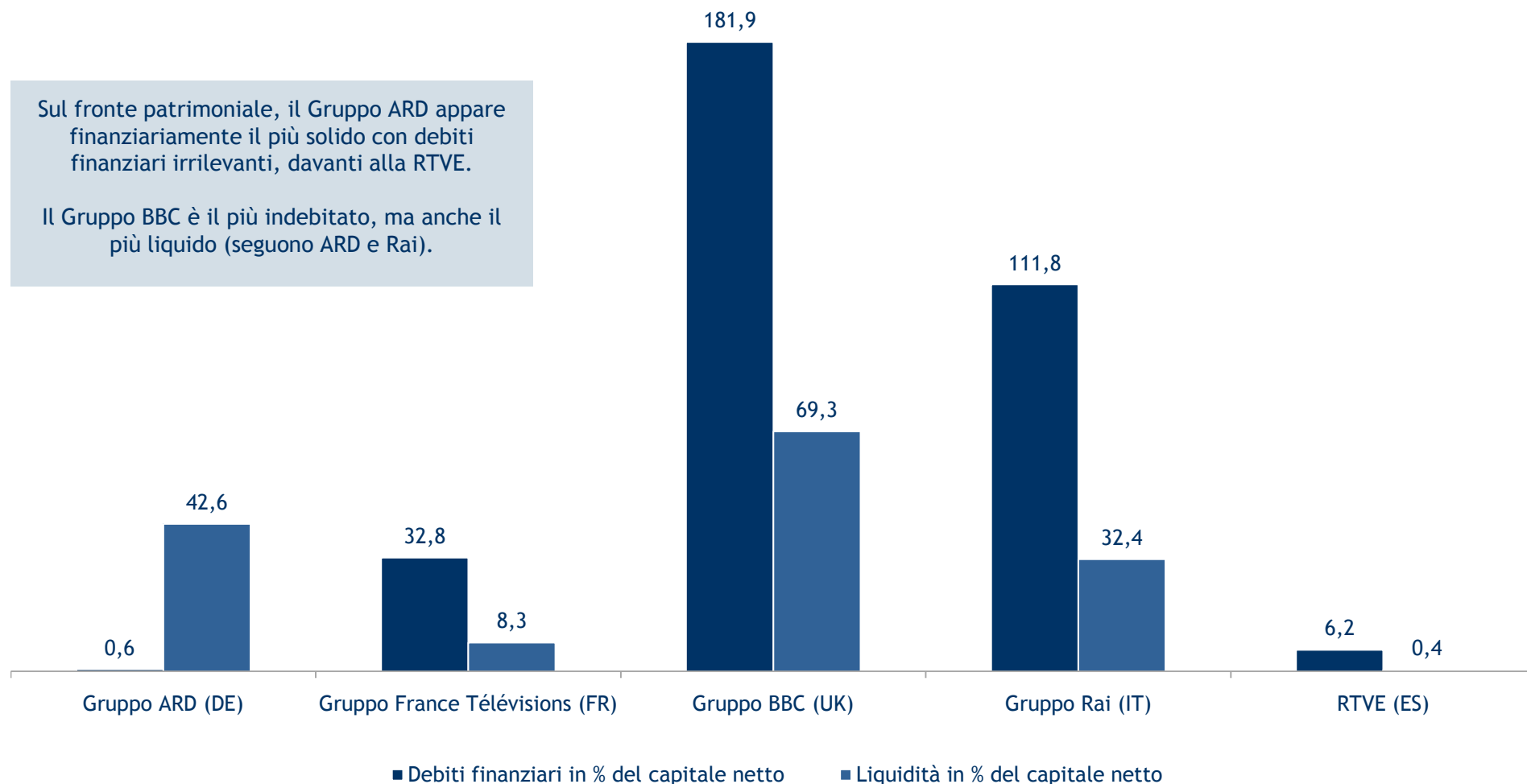


Struttura finanziaria

Debiti finanziari e disponibilità liquide in % del capitale netto 2014

Sul fronte patrimoniale, il Gruppo ARD appare finanziariamente il più solido con debiti finanziari irrilevanti, davanti alla RTVE.

Il Gruppo BBC è il più indebitato, ma anche il più liquido (seguono ARD e Rai).



Aggiornamento al primo semestre 2015

Sezione 5



MEDIOBANCA

Non cambia il trend nel primo semestre 2015

Dati di bilancio semestrali

	Dati I semestre				
	2014	in % sul fatturato	2015	in % sul fatturato	Var % 2014-2015
Mediaset					
Fatturato (milioni di euro)	1.706		1.705		-0,1
MOL (milioni di euro)	669	39,2	668	39,2	-0,1
MON (milioni di euro)	110	6,4	138	8,1	25,5
Risultato netto (milioni di euro)	-21	-1,2	24	1,4	pos/neg
Numero dipendenti (medio)	5.734		5.610		-2,2
Editoria televisiva (Gruppo Cairo Communication)					
Fatturato (milioni di euro)	59		54		-8,5
MOL (milioni di euro)	5	8,5	-2	-3,7	neg/pos
MON (milioni di euro)	4	6,8	-4	-7,4	neg/pos
Risultato netto (milioni di euro)	8	13,6	0	-0,4	neg/pos
Numero dipendenti (medio)	n.d.		n.d.		

Relativamente all'andamento del primo semestre 2015 è possibile valutare solo i dati del Gruppo Mediaset e quelli del settore editoria televisiva del Gruppo Cairo Communication (LA7), unici due Gruppi quotati in Borsa che forniscono i dati semestrali, oltre a Sky Italia che ha chiuso l'ultimo esercizio a fine giugno 2015. In leggera flessione le vendite nel primo semestre 2015 per Mediaset; LA7 registra un calo più accentuato, in massima parte per il negativo andamento dei ricavi pubblicitari che influisce anche sulla redditività operativa rendendola negativa. Torna positivo il risultato netto del Gruppo Mediaset nel primo semestre 2015 (nel 2014 era stato gravato da 47 milioni di svalutazioni), mentre cala il numero medio dei dipendenti.

Ricerche e Studi S.p.A. R&S

Milano, Foro Buonaparte 10
internet: www.mbres.it
(l'indagine è liberamente scaricabile dal sito)



MEDIOBANCA