

Ritornano a crescere i ricavi della tv in Italia

L'inversione di tendenza 2015 prosegue nel 2016

Antonella Olivieri

Il settore radiotelevisivo italiano pesa lo 0,5% del Pil con un giro d'affari che nel 2015, secondo i dati Agcom, è stato di 8,5 miliardi. In un'arena molto competitiva, ricavi e margini sono stati a lungo decrescenti. Però la crisi sembra aver toccato il fondo, con i primi segnali di inversione a partire dal 2015.

Un settore concentrato

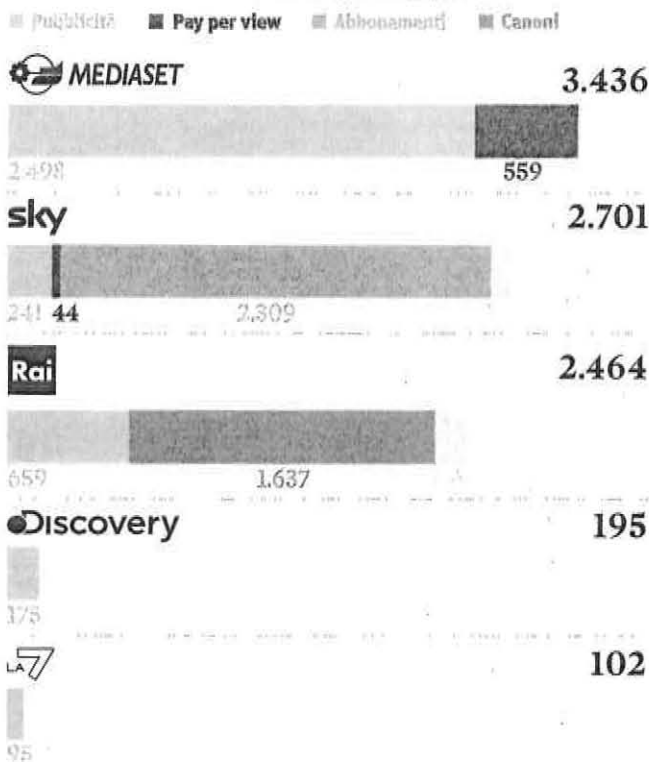
Lo studio R&S-Mediobanca che prende in considerazione i bilanci dei principali cinque operatori tv - evidenzia che il 90% dei ricavi fa ancora capo ai primi tre player: Sky, Rai e Mediaset. La tv in chiaro vale il 58% con un giro d'affari di 4,5 miliardi (+1,4% sul 2014) mentre la tv a pagamento ha introiti per 3,3 miliardi (-1,5%).

La svolta

In cinque anni, secondo le elaborazioni di R&S, il settore ha perso per strada 1,4 miliardi di ricavi (-13,5%), penalizzato soprattutto dalla caduta della pubblicità che ha toccato il 25%. Il 2015, però, sembra segnare un'inversione di tendenza con un incremento dei ricavi aggregati dell'1,4% a 8,9 miliardi (di cui 1 miliardo relativo a Mediaset España), dopo anni di continua flessione: -2,9% nel 2014, -3,9% nel 2013 e -6,9% nel 2012. L'indicazione più positiva arriva proprio dalla raccolta pubblicitaria, che è cresciuta del 2,4%, mentre i servizi a pagamento hanno registrato ancora un calo dell'1,7%. Gli introiti pubblicitari pesano per il 41,2% (46,4% nel 2011), i servizi a pagamento per il 32,7% (29,4% nel 2011), il 18,4% è il canone Rai (16,7%). L'unico emittente in crescita a due cifre nel 2015 è Discovery (+17,5%), mentre La7 segnò il passo con un -8,1%. Poco va-

Il confronto

Composizione dei ricavi 2015. Dati in milioni di euro



Fonte: R&S Mediobanca

riate le entrate degli altri gruppi, ma comunque con segno +: Mediaset +1,8% (+1,4% in Italia e +2,8% in Spagna, dove è leader di ascolti), Sky +0,4% (il bilancio è al 30 giugno 2016), Rai +1,4%.

Margini ancora fragili

Nella media il margine operativo netto - che era negativo del 9,7% e del 5,3% nel 2012 e 2013 - è aumentato nel 2015 di 0,6 punti dall'anno prima, restando comunque a un risicato 0,9% dei ricavi. Pur il calo dall'11,5% del 2014,

la marginalità netta di Discovery resta la più elevata, con l'8,6%. Segue Mediaset con il 6,8%; Sky si ferma al 2,6%; Rai spunta in territorio positivo con l'1% dal -5,1% del 2014; La7 è a -14,7%, comunque in deciso miglioramento rispetto al -50,7% del 2013. In cinque anni l'aggregato ha accumulato perdite per 859 milioni, attribuibili principalmente a Rai - 453 milioni le perdite cumulate dal 2011 - e La7 - 398 milioni il rosso di cinque anni anche se nel 2015 la perdita si è ridotta a 8 milioni.

L'occupazione

Leggero sollievo anche sul fronte occupazionale nel 2015 che ha visto gli addetti crescere dell'1% (-1,8% il saldo degli ultimi cinque anni). Solo Sky Italia ha aumentato l'organico (di 215 unità, +8,5%) nel periodo 2011-2015, mentre Mediaset tra Italia e Spagna si è ridimensionata del 7,3% e la Rai dell'1,1%. Produttività comunque in calo, anche nell'ultimo anno. Discovery resta a riguardo la best in class con 187mila euro di valore aggiunto netto per addetto, seguita da Mediaset con 133mila euro.

Il canone Rai

Con il canone nella bolletta della luce, R&S stima che il tasso di evasione, che era intorno al 30%, sia sceso a circa il 6% per quanto riguarda le utenze private. Però il beneficio è sostanzialmente nullo per la Rai che nel 2016 ha incassato 83,68 euro per ogni 100 euro di canone pagato e l'anno prossimo incasserà 75,81 euro su 90 di canone unitario: nel complesso le entrate da canone passeranno da 1,7 a 1,6 miliardi, meno di quanto contabilizzato nel 2011. Pur avendo l'audience più alta nel panorama del servizio pubblico europeo (37,2% contro il 32,9% della Bbc), il canone più basso, Rai con Bbc è l'unica ad avere un margine operativo positivo: 1% contro lo 0,6% della tv britannica.

Le ultime tendenze

Nel primo semestre 2016 si confermano i segnali di ripresa con un aumento delle entrate del 12,5% per la Rai, dell'8,6% per Mediaset (che però chiude i conti in rosso) e dell'1,9% per La7. Segni + anche nei primi nove mesi: +6,2% i ricavi Mediaset e +1,4% La7. Sky, nel semestre luglio-dicembre 2016, registra un +4%.