



# FOCUS BILANCI SERVIZI TV

Principali evidenze contabili  
delle maggiori società

Anni 2016 - 2020



AUTORITÀ PER LE  
GARANZIE NELLE  
COMUNICAZIONI

# Sommario

1. RICAVI E OCCUPAZIONE  
Andamento dei ricavi  
Andamento dell'occupazione
2. ANALISI DELLA REDDITIVITÀ  
Margini operativi  
Andamento storico della redditività
3. LIVELLO DI PATRIMONIALIZZAZIONE E INVESTIMENTI  
Patrimonio netto  
Redditività del capitale  
Rapporto tra investimenti e ricavi
4. CASH FLOW OPERATIVO  
Cash flow in percentuale dei ricavi

## NOTA METODOLOGICA



*Il **Focus sui bilanci** delle imprese che operano nel settore **televisivo** si basa sulle informazioni contabili desumibili dai bilanci d'esercizio delle principali imprese del settore.*

*Sono stati elaborati dati aggregati sui conti economici, sugli stati patrimoniali e su altre principali grandezze delle imprese per il periodo 2016 – 2020.*

Per informazioni: Direzione studi, ricerche e statistiche – [segreteria.drs@agcom.it](mailto:segreteria.drs@agcom.it)

Febbraio 2022

# 1. RICAVI E OCCUPAZIONE

## Andamento dei ricavi



Con riferimento all'intero periodo considerato (2016-2020), l'andamento aggregato dei ricavi delle maggiori imprese operanti nel settore **televisivo**, registra una flessione del **12,0%**, con un calo che, in valore assoluto, è superiore ad **1 mld. di €**.

Il valore complessivo dei ricavi è stimato, nel 2020, pari a **7,89 mld. di €<sup>(\*)</sup>** in calo rispetto all'anno precedente dell'**8,7%**. Tale risultato è dovuto in particolare alla riduzione delle risorse provenienti dalla vendita di spazi pubblicitari (**-10,3%**) e da quelle concernenti il segmento delle offerte a pagamento (**-8,2%**).

Maggiormente intensa della media è risultata la riduzione per Mediaset (**-9,2%**) e Sky (intorno al **-10%**), mentre la Rai limita al **-5,4%** la diminuzione degli introiti complessivi, con il canone che flette del **4%** e la pubblicità del **-6,5%**.

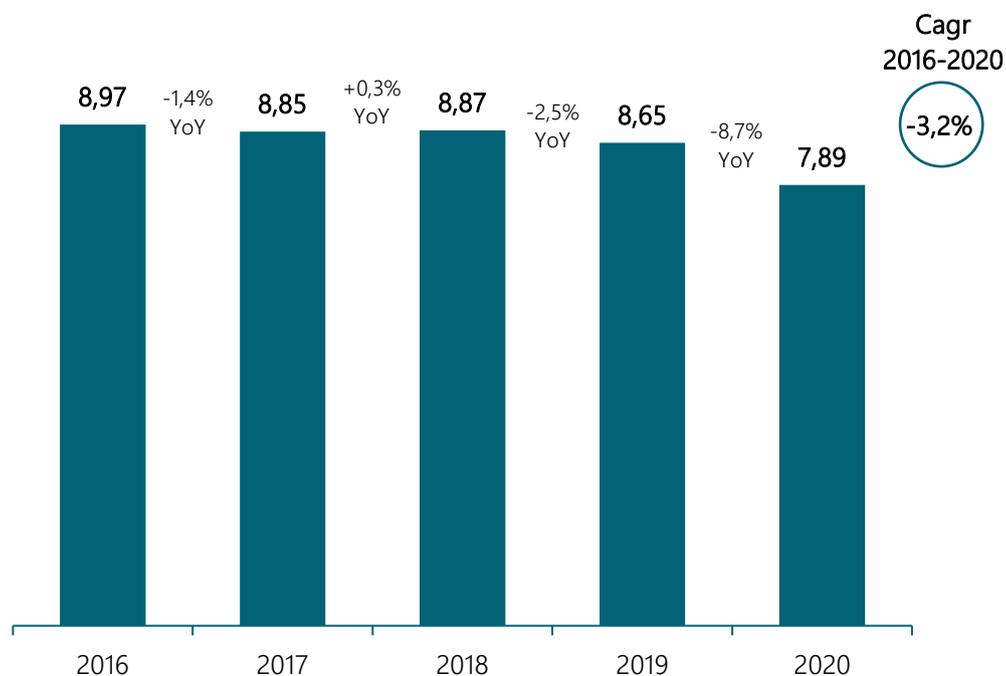
Al riguardo, va osservato che quest'ultima componente non include, per mancanza di adeguate informazioni contabili relative al mercato italiano, gli introiti delle società che vendono servizi video in streaming quali ad esempio Dazn, Netflix, Prime Video (Amazon), Disney+.

Come conseguenza di questi andamenti, la composizione dei ricavi dei principali operatori di settore vede il canone del servizio pubblico rappresentare il **21,9%** delle risorse, la *pay Tv* circa il **31,6%** e la pubblicità il **34,1%**.

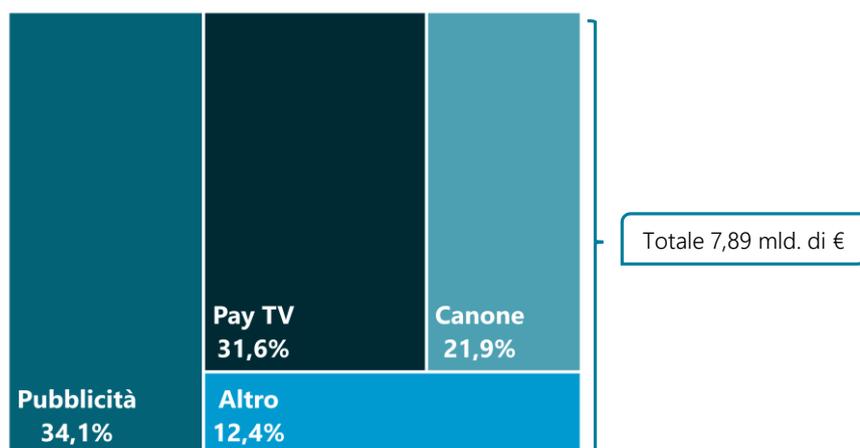
*(\*) I valori contabili di Sky Italia e NSTI (società controllata da Sky) relativi al 2019 sono stimati per effetto della fusione con Comcast che ha causato la posticipazione della chiusura dell'esercizio contabile dal 30 giugno al 31 dicembre 2019; nell'ultimo bilancio d'esercizio disponibile, inoltre, non si dispone di confronti omogenei su base annuale.*

# 1. RICAVI E OCCUPAZIONE

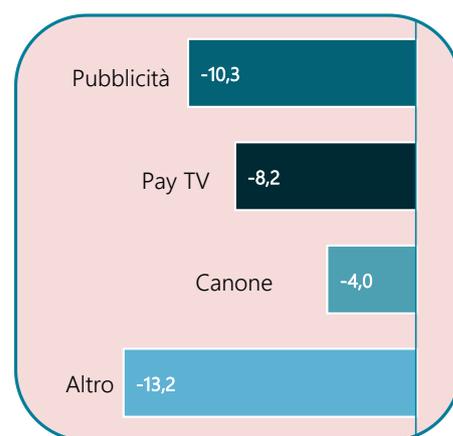
Andamento dei ricavi in mld. di €  
(2016 – 2020)



Composizione dei ricavi in %  
(2020)



Variazione dei ricavi in %  
(2020 - 2019)



# 1. RICAVI E OCCUPAZIONE

## Andamento dei ricavi di Rai, Mediaset e Sky nel periodo 2010 - 2020



Con riguardo al periodo 2010 - 2020, l'andamento complessivo dei ricavi dei tre principali attori del settore televisivo (Gruppo Rai, Mediaset e Sky Italia) ha visto una riduzione di oltre **2 mld. di €** (dai **9,20** a **7,19 mld. di €** pari a una riduzione del **21,9%**).

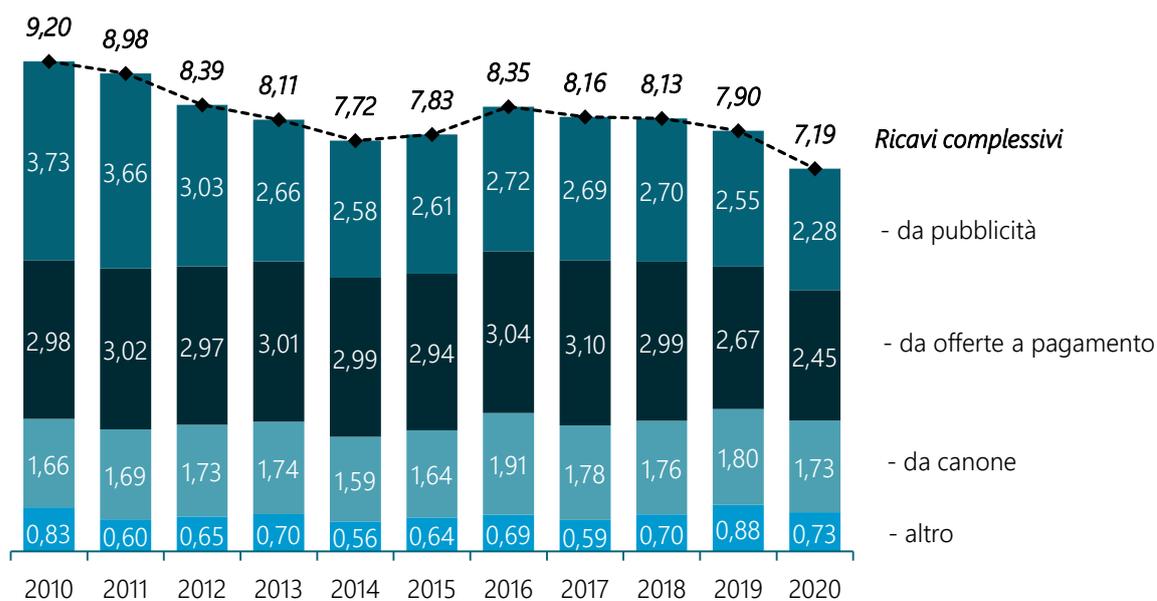
In relazione alla tipologia di ricavo, gli introiti pubblicitari si sono ridotti di **1,45 mld. di €** (da **3,73** a **2,28 mld. di €**) mentre la flessione delle risorse fornite da servizi video a pagamento è stata di circa **530 mln. di €** (da **2,98** a **2,45 mld. di €**). La componente economica rappresentata dal canone di abbonamento Rai non ha subito rilevanti variazioni e, valutando l'effetto derivante dall'andamento dell'indice dei prezzi al consumo, in termini reali, il valore contabile del 2020 (**1,73 mld. di €**) è inferiore a quello del 2010 (**1,66 mld. di €**).

È possibile individuare due distinti sottoperiodi; quello che va dal 2010 al 2015 e quello seguente che va dal 2016 al 2020. Tale approccio consente di meglio evidenziare l'evoluzione del settore della pubblicità e quello delle offerte di servizi a pagamento, alla luce dei rilevanti cambiamenti che hanno caratterizzato il settore dei servizi media audiovisivi nell'ultimo decennio. Il primo periodo considerato (2010-2015), infatti, si caratterizza per una forte flessione degli introiti pubblicitari (oltre **1,1 mld. di €**, da **3,73** a **2,61 mld. di €**), per effetto sia della crisi economica, sia della contemporanea crescita della pubblicità online<sup>(\*)</sup> che ha drenato crescenti risorse dai tradizionali mezzi di comunicazione. Il secondo periodo (2015-2020), oltre alla perdurante (ma con minore intensità) flessione degli introiti pubblicitari si caratterizza, in particolare, dalla riduzione per **490 mln. di €** (da **2,94** a **2,45 mld. di €**) delle risorse derivanti dall'offerta di contenuti a pagamento. In riferimento a quest'ultimo aspetto, emerge l'impatto concorrenziale esercitato dall'ingresso e la diffusione sul mercato di nuovi soggetti attivi sia nell'acquisizione di diritti su programmi televisivi prima detenuti da altre imprese (es. Dazn e Amazon per quelli sportivi), sia nell'offerta di contenuti video in streaming (Disney+, Tim Vision, Rakuten, Amazon Prime Video, Netflix ...), con l'effetto di erodere clientela (ed audience) agli operatori "storici".

(\*) La crescita della pubblicità online è stata stimata in stimata aumentare dai 1.177 mln. di euro del 2010 ai 1.660 mln del 2015 (Fonte: Relazioni annuali 2016 e 2017)

# 1. RICAVI E OCCUPAZIONE

**Ricavi complessivi del Gruppo Rai, Mediaset e Sky Italia per tipologia  
(mld. euro, periodo 2010 – 2020)**



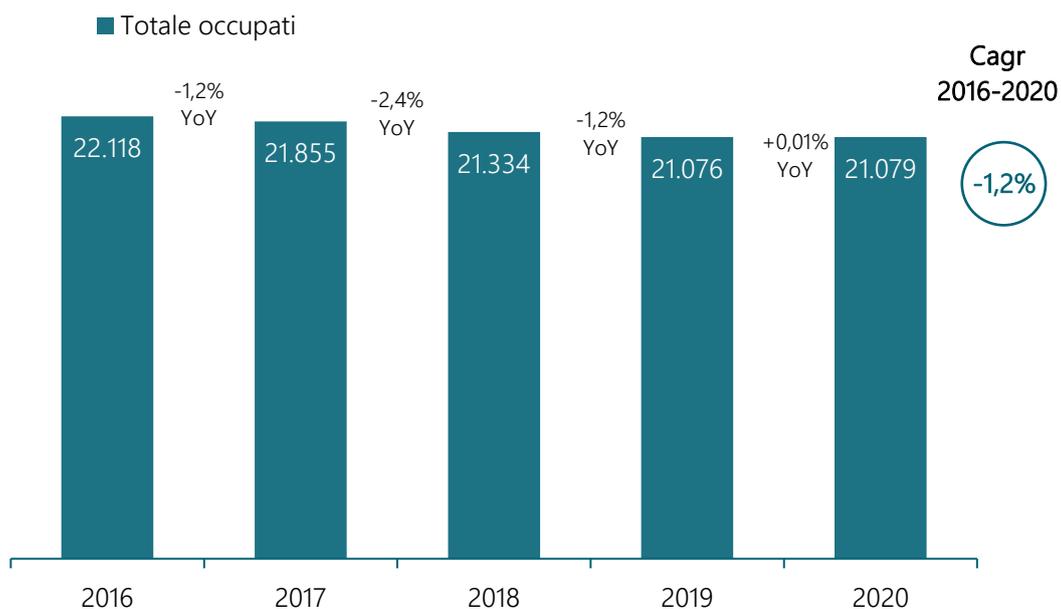
# 1. RICAVI E OCCUPAZIONE

## Andamento dell'occupazione

**i** I dipendenti delle imprese analizzate, nell'intero periodo considerato, risultano in flessione di oltre **1.000** unità rispetto al 2016, e si attestano a poco più di **21.000** unità a fine 2020 (di cui oltre **12.600** Rai; circa **3.200** Sky; poco meno di **3.400** dipendenti in Italia del gruppo Mediaset), in linea con i complessivi livelli occupazionali del 2019.

L'andamento dell'organico delle altre imprese (costantemente intorno alle **1.900-2.000** unità) non mostra rilevanti variazioni, sia su tutto l'arco di tempo considerato che rispetto all'ultimo esercizio considerato.

## Andamento dell'occupazione (2016 – 2020)



## 2. ANALISI DELLA REDDITIVITÀ

### Margini operativi

**i** Il **marginale operativo lordo** (Ebitda), nel periodo considerato, è passato da **1.622 mln. di €** nel 2016 a **1.025 mln. di €** nel 2020 (dal **18,1%** al **13,0%** dei ricavi).

Nel periodo analizzato, Sky Italia è risultata l'azienda che ha registrato i risultati peggiori (**-373 mln. di €**), passando da un Ebitda di **221 mln. di €** nel 2016 a **-152 mln. di €** nel 2020. Mediaset Italia registra un andamento analogo (da **731 a 457 mln. di €**) mentre per il Gruppo RAI si evidenziano risultati - con un margine lordo stabilmente intorno ai **600 mln. di €** - caratterizzati da una minore variabilità, e nell'ultimo anno si registra una crescita intorno al **2,5%**.

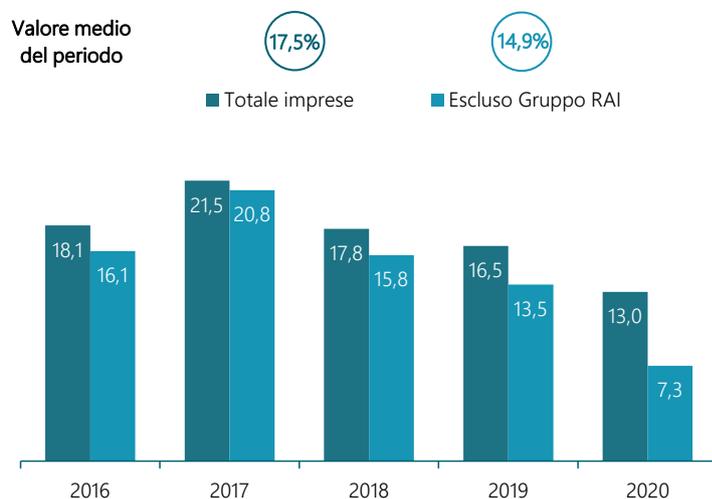
Nel quinquennio considerato, il **marginale operativo netto** (Ebit) risulta cumulativamente negativo per oltre **1 mld. di €** (in media pari al **-2,3%** dei ricavi). Con riguardo all'ultimo anno, l'esercizio 2020, il risultato consolidato del settore peggiora, per circa **890 mln. di €**, passando da **+82 a -806 mln. di €**. Su tale andamento, hanno avuto un significativo impatto le politiche di ammortamento e la svalutazione dell'avviamento, per complessivi **500 mln. di €** circa, registrate nel bilancio di Sky Italia.

Il valore complessivo del **risultato d'esercizio** nel periodo esaminato è stimabile essere negativo per **409 mln. di €**. Dopo il valore negativo (**-354 mln. di €**) registrato nel 2016 (attribuibile soprattutto a Mediaset) nel successivo triennio 2017-2019 il settore ha visto risultati di esercizio in area positiva, mentre la forte flessione del 2020 (dai **+41 mln. di €** del 2019 a **-647 mln. di €**) è dovuta ai risultati di Sky Italia, il cui passivo nel 2020, dovuto alle citate dinamiche di ammortamenti e svalutazioni, risulta non lontano dai **700 mln. di €**.

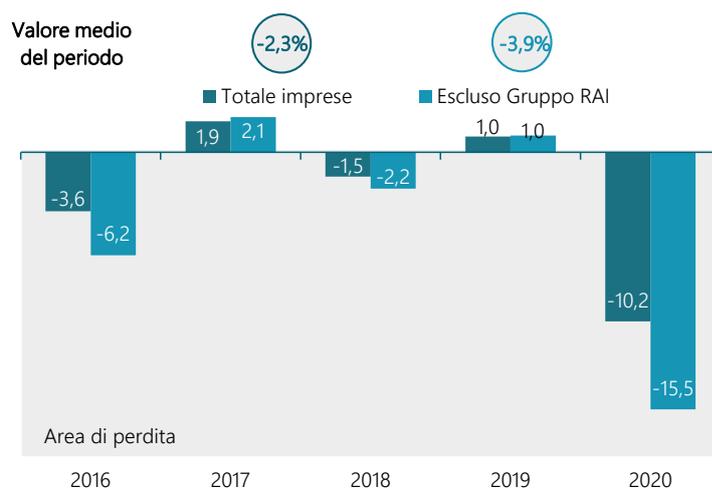
**N.B.:** È utile evidenziare che la società di servizio pubblico, RAI, presenta un modello di business in cui le finalità di servizio pubblico sono preponderanti; ne consegue un obiettivo di profittabilità (più legato al mero finanziamento dei costi) che diverge da quello degli operatori televisivi commerciali.

## 2. ANALISI DELLA REDDITIVITÀ

### Margini operativi in % dei ricavi (2016 – 2020)



**EBITDA %**  
(margine operativo lordo)



**EBIT %**  
(margine operativo netto)



**Risultato d'esercizio %**

### 3. LIVELLO DI PATRIMONIALIZZAZIONE E INVESTIMENTI

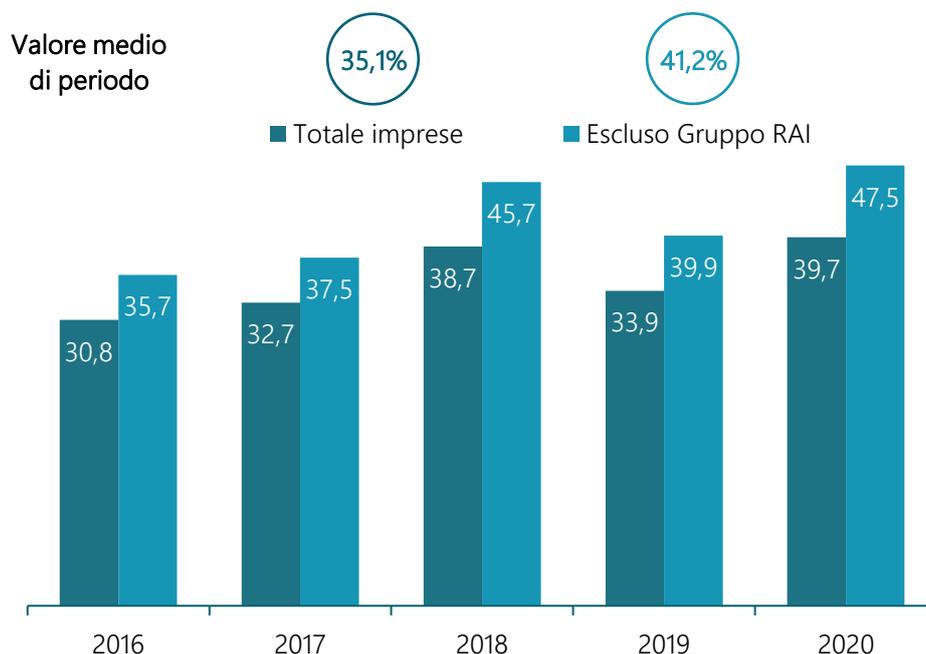
#### Patrimonio netto

**i** Nel periodo considerato, il **ricorso ai mezzi propri** (patrimonio netto) delle principali imprese del settore, in rapporto alle passività complessive, mostra un valore medio del **35,1%**, che sale al **41,2%** escludendo il Gruppo RAI.

Nel 2020, nel complesso, l'indice mostra rispetto all'esercizio precedente, una decisa crescita (dal **33,9%** del 2019 al **39,7%** del 2020).

Il gruppo Rai mostra un rapporto tra patrimonio netto e passività complessive (in media nel periodo considerato pari al **15,5%**) costantemente inferiore a quello delle altre imprese considerate a testimonianza, per queste ultime, di un minore ricorso al capitale di terzi.

#### Rapporto tra patrimonio netto e passività complessive in % (2016 – 2020)



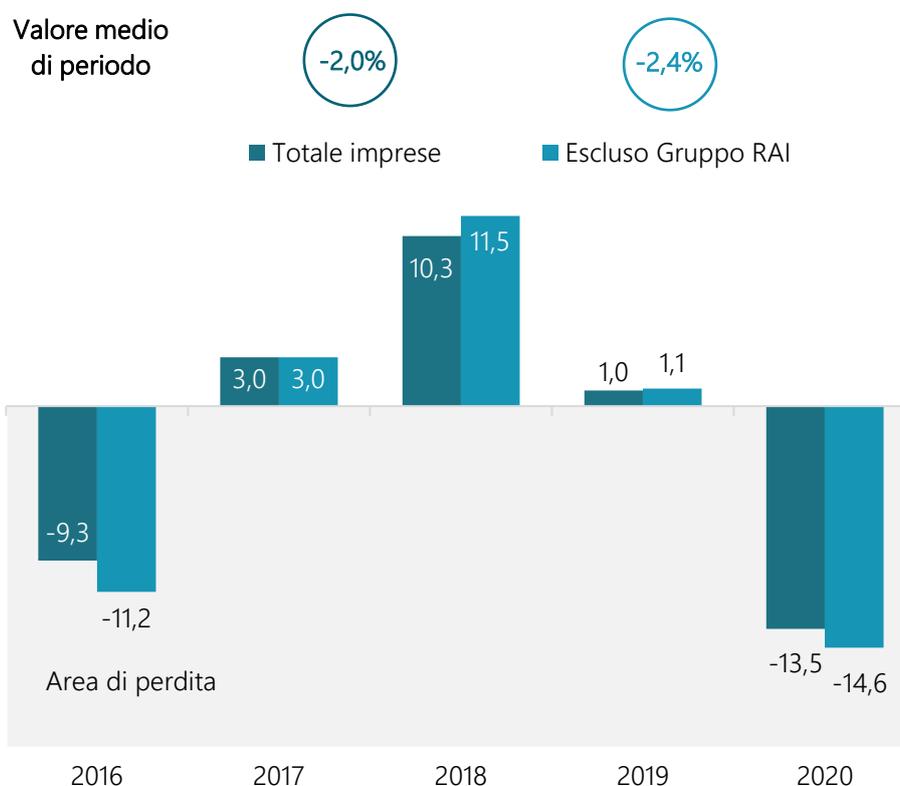
### 3. LIVELLO DI PATRIMONIALIZZAZIONE E INVESTIMENTI

#### Redditività del capitale

**i** Il **rapporto tra risultato di esercizio e patrimonio netto** mostra, sull'intero periodo considerato, un valore medio **negativo per circa il 2%**. Tuttavia, su tale valore negativo ha inciso fortemente l'andamento dell'ultimo anno, in particolare il negativo risultato registrato da Sky Italia nell'esercizio 2020.

Lo scorso anno, infatti, le attività di Mediaset sul solo mercato domestico hanno mostrato un valore del rapporto pari all'**1,5%**, mentre le altre imprese minori hanno fatto registrare un più contenuto **+0,7%**, risultato tuttavia in miglioramento rispetto al 2019 quando il rapporto risultò essere pari **-3,0%**. Il Gruppo RAI, dopo contenuti utili registrati nel biennio 2016-2017 per complessivi **32 mln. di €**, nel successivo triennio 2018-2020 mostra risultati in pareggio.

#### Rapporto tra risultato d'esercizio e patrimonio netto in % (2016 – 2020)



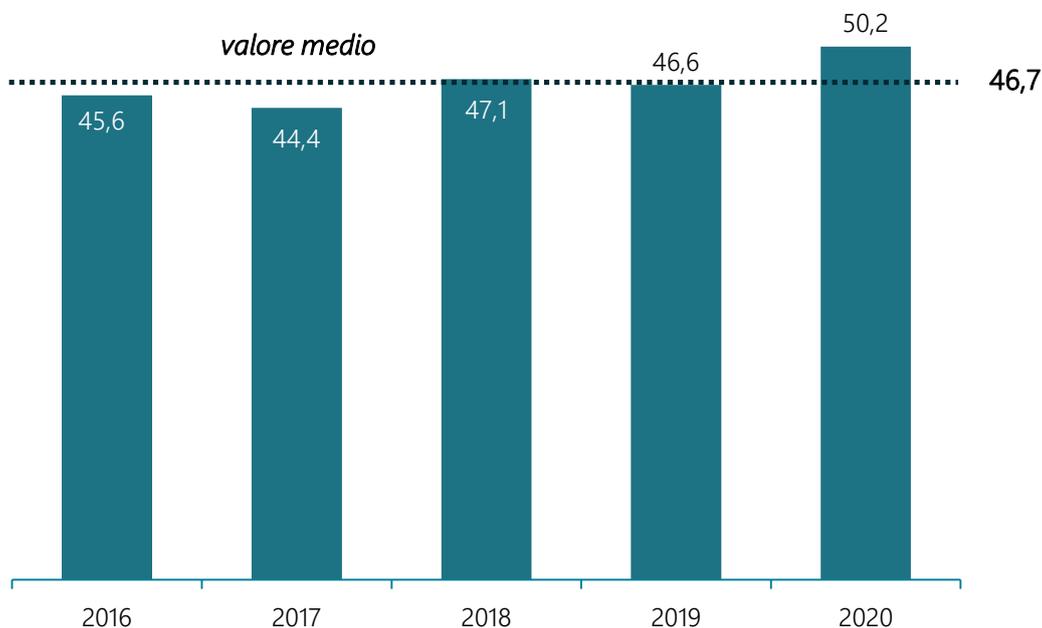
## 3. LIVELLO DI PATRIMONIALIZZAZIONE E INVESTIMENTI

### Rapporto tra investimenti e ricavi

**i** L'andamento degli **investimenti<sup>(\*)</sup>**, in relazione ai ricavi, nei cinque esercizi contabili considerati è pari in media al **46,7%** registrando un valore relativamente costante tra il 2016 ed il 2019, per poi salire al **50,2%** nel 2020. Tuttavia, tale aumento dell'indicatore più che ad un aumento della spesa complessiva (al numeratore), valutabile intorno ai **4 mld. di €** nel periodo tra il 2019 ed il 2020, è dovuto alla flessione dei ricavi complessivi (denominatore).

*(\*) Ai fini del presente "focus", stante le diverse modalità di gestione contabile da parte delle principali imprese degli investimenti, in generale, e della spesa in contenuti e diritti televisivi, in particolare, ai fini di rendere quanto più possibile omogenei e significativi i dati, oltre a quanto desumibile dal rendiconto finanziario in termini di investimenti complessivi, i dati sono stati integrati dai valori di alcune voci indicate tra le spese operative e, più nello specifico, per il Gruppo Rai quella in "acquisto passaggi" e "servizi e acquisizioni programmi", per Mediaset Italia "realizzazione produzioni e acquisto produzioni" e per Sky Italia l'ammontare delle spese in "costo acquisto diritti televisivi".*

### Rapporto tra investimenti e ricavi in % (2016 – 2020)



## 4. CASH FLOW OPERATIVO

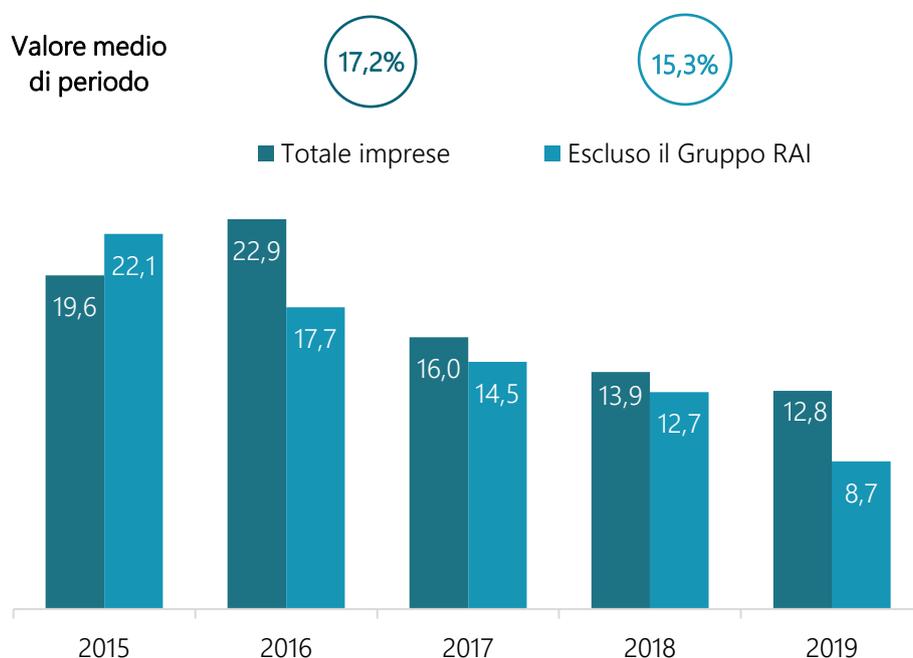
### Cash flow in percentuale dei ricavi

**i** Nel corso dell'intero periodo considerato, il **flusso finanziario generato dall'attività operativa<sup>(\*)</sup>**, in percentuale dei ricavi, è pari in media al **17,2%**, ma con risultati eterogeni tra le imprese considerate principalmente a causa delle diverse modalità di gestione contabile della spesa in diritti e contenuti televisivi.

Mentre il valore dell'indice per il Gruppo RAI (**21,4%**) non si discosta molto dal valore medio di settore, il valore delle altre imprese vede Sky Italia (**4,0%**) con valori molto inferiori, principalmente per effetto degli importi relativi agli ammortamenti e alle svalutazioni, mentre Mediaset Italia (**33,9%**) che, al contrario, mostra un valore dell'indicatore ben al di sopra della media.

*(\*) Le principali componenti dei flussi di cassa derivanti dall'attività operativa sono rappresentate dal risultato d'esercizio, dagli ammortamenti e dalla variazione del capitale circolante. L'indicatore è pertanto una misura della capacità dell'azienda di generare liquidità di cassa.*

### Cash flow in % dei ricavi (2016 – 2020)



## 5. NOTA METODOLOGICA

**i** La presente analisi, basata sulle informazioni contabili desumibili dai bilanci d'esercizio delle principali imprese del settore, fornisce un insieme informativo che si differenzia da analoghe analisi condotte sia dalla stessa Autorità, sia da altre istituzioni ed enti di ricerca.

Una sostanziale differenza riguarda la finalità degli approfondimenti proposti nei Focus rispetto a quella di altre analisi condotte a fini regolamentari (ad esempio le "analisi di mercato") ovvero nell'ambito della predisposizione della "Relazione Annuale" dell'Autorità. I Focus bilanci, utilizzando informazioni, opportunamente elaborate, desunte dai bilanci civilistici delle imprese oggetto di analisi, hanno come obiettivo principale quello di fornire una rappresentazione sintetica dello «stato di salute» (reddituale, patrimoniale e occupazionale) del settore. In altri termini, le risultanze dei Focus sono ottenute sulla base dell'insieme delle attività svolte dai principali soggetti che operano nel settore in questione e non già sulla base della suddivisione di tali attività per ambito merceologico (ossia di mercato).

Se ne desume, quindi, che le evidenze quantitative che emergono dai Focus non possono essere utilizzate per effettuare comparazioni con altre risultanze rese pubbliche dall'Autorità, laddove tali analisi, che si caratterizzano per un maggior livello di specificità tecnica delle informazioni richieste, assumono il ruolo di strumento metodologico ai fini di una corretta individuazione, dal punto di vista geografico e merceologico, dei mercati sottoposti alla disciplina regolamentare dell'Autorità.

In particolare, emergono almeno tre principali elementi da considerare:

- ❑ la diversa numerosità campionaria;
- ❑ la differente tempistica di rilevazione del dato;
- ❑ la richiesta di informazioni extracontabili che caratterizza la maggior parte delle specifiche richieste di informazioni che l'Autorità rivolge alle imprese e che, quindi, non sempre sono riconducibili alle specifiche poste di bilancio previste dal codice civile.

Gli **operatori** presi in esame nel presente Focus, in ordine alfabetico, sono:

**Canale Italia, Chili TV, Discovery, La7, Mediaset (Italia), NSTI, QVC Italia, RAI, Sky Italia, Teletcity, Telelombardia, Telenorba, Triveneta, Viacom IMNs Italia, Videolina.**



AUTORITÀ PER LE  
GARANZIE NELLE  
COMUNICAZIONI