

R E T E U M B R I A

EMITTENTE TELEVISIVA PER L'UMBRIA

PIANO AZIENDALE  
(BUSINESS PLAN)

Perugia, luglio 1992

## Obbiettivi dell'iniziativa

Contribuire a sviluppare con criteri di managerialità e con tutto il rigore possibile una sana e corretta informazione in Umbria, per diffondere nella nostra regione una cultura "liberal", nel senso più ampio che questo termine vuole significare: cioè una cultura democratica, riformista, laica, che si muova nell'ambito dei filoni tradizionali della "solidarietà", ma anche favorendo l'etica della responsabilità.

Per conseguire tali obbiettivi la pubblicità viene individuata come "mezzo" e non come "fine", per cui le forme più spinte di pubblicità commerciale verranno utilizzate soltanto in casi di estrema necessità.

In questo senso il profitto d'impresa costituisce l'obiettivo principale, indispensabile per lo sviluppo aziendale, ma non l'obiettivo esclusivo o fondamentale, che resta invece quello della informazione.

L'emittente si propone di occupare spazi regionali di ascolto, tra formidabili concorrenti quali le 3 reti nazionali, le 3 del gruppo FININVEST, e le altre locali.

Tale finalità sconfinerebbe nell'illusione se non fossimo convinti che un modo c'è per inserirsi con successo in questi spazi, e cioè organizzare una informazione regionale accurata e larga, cosa che viene trascurata anche dalle TV regionali a causa dei costi notevoli che essa comporta.

Questa idea della informazione riguarda tanto la ripetitiva trasmissione dell'informazione 'tout court' (CNN regionale), quanto la realizzazione di servizi che interessano le comunità locali (presenza nelle città e paesi, per discutere problemi veri, anche con 'Samarcamde' locali; organizzazione di spettacoli con dilettanti locali; valorizzazione di talenti nei campi del teatro e della musica suonata e cantata; in collaborazione anche con radio ed emittenti locali.)

Con ciò si intende stimolare l'unico interesse vero che la gente ha di connettersi con una TV locale, cioè poter parlare dei propri problemi e di quelli della propria comunità e poi rivedere(si) e ascoltare(si)

Affermando questa linea con investimenti iniziali congrui, si ritiene che successivamente si potrà intervenire in un mercato "stabilizzato", attraverso accordi per standardizzare e limitare i costi di produzione legati alla informazione, anche favorendo la creazione di una società di 'service' regionale per i servizi di base, a disposizione di tutte le emittenti, e quindi sollecitando un intervento regionale in tal senso.

Intale ottica, sin d'ora, l'emittente si è impegnata a creare rapporti finalizzati alla futura ma prossima realizzazione di collaborazioni stabili e continuative con alcune importanti emittenti anche nazionali.

L'attivit  di RETEUMBRIA, puo' trovare utili connessioni, oltre a quelle suddette, con radio locali, con attivita' editoriali collaterali, per le quali, anche, in questo esistono gia' interessanti contatti e accordi.

### Profilo dell'azienda

L'azienda ha sede in via Dottori 92, in affitto in uno stabile di 200 mq.

La sede e' provvista di tutte le occorrenze tecniche richieste.

I materiali acquisiti sono modernissimi.

Lo studio e' bene attrezzato, cosi' la sala montaggio e la sala trasmissione.

Il telegiornale ha raggiunto livelli di qualita' molto soddisfacenti, se si tiene conto delle difficolta' di avvio, cosi' come altri programmi, in particolare la cronaca sportiva ed altri programmi relativi all'informazione.

L'elenco sottoindicato enumera le persone che, a vario titolo e con rapporti diversi, sono impegnate attualmente nell'azienda, con i compensi provvisori riconosciuti fino all'ottenimento della concessione governativa, e risultanti da regolare contratto di collaborazione provvsoria:

Giovi Vincenzo	Direttore	1.500.000
Giovi Mauro	Operatore	950.000
Piermaria Lucio	Operatore	950.000
Mantovani Massimo	Operatore	950.000
Lustri Raimondo	Regia/Operatore	1.000.000
Chipi Simona	Annunciatrice	600.000
Macchini Maria Laura	Annunciatrice	600.000
Rossini Andrea	Giornalista	800.000
Brughini Antonello	Giornalista	800.000
Cianetti Carlo	Giornalista	800.000
Barsotti Carlo	Giornalista	400.000
Galotti Marini Adelina	Amminist./Ragioniera	1.200.000
Campiani avv. Marco	Consulenza legale e varia.	

### Caratteristiche dell'Azienda

L'azienda e' costituita da una emittente televisiva denominata "RETEUMBRIA", nata dalla unificazione avvenuta circa due anni fa' tra le emittenti "TELEASSISI" e "CANALE 29" di Marsciano.

L'Emittente e' attualmente autorizzata a trasmettere sul territorio regionale, avendo ottemperato a tutte le prescrizioni di legge previste dalla normativa vigente.

Le postazioni funzionanti sono oggi:

- 1-Monte Veduta del Lago/Bettona
- 2-S.Martino in Colle
- 3-Bolzella Monte Subasio/Assisi
- 4-Monti Martani/Giano dell'Umbria
- 5-Monteluco/Spoleto
- 6-Monte Pozzoni/Cascia
- 7-Vescia/Foligno
- 8-Colle Pizzuto/Sangemini
- 9-Monte Miranda/Terni
- 10-Monte Gualtarella/Lacugnano
- 11-Montarone-Monte Cucco/Gubbio
- 12-Rasina-Monte Maggio/Gualdo Tadino
- 13-Monte Vignale/Gubbio
- 14-S.Anna/Umbertide
- 15-Monte Arnato/Citta' di Castello
- 16-Civitella de' Conti/Marsciano

Il territorio coperto e' ampiamente superiore al 66% richiesto dal Ministero per accedere alla concessione regionale.

La situazione descritta e' stata recentemente "certificata" dal Ministero, attraverso il Circostel di Ancona, che, tra l'altro, ha effettuato tutta una serie di accertamenti provocati da altre emittenti, che hanno montato una campagna contro Reteumbria, di cui si e' avuto eco nella stampa. Nessuna delle obiezioni sollevate a suo tempo dai "concorrenti" ha potuto trovare conferma, anzi, al contrario, si e' potuto verificare, da parte degli organi competenti, la correttezza e la professionalita' con cui l'emittente svolge la sua attivita'.

## Caratteristiche del settore

La regione puo' contare oggi su un numero molto alto di emittenti a valenza regionale, in totale 8 locali (UMBRIA TV, TELEUMBRIA, TEF, RTE 24ORE, TELECITTA', TELETERNI, EROPA2 E RETEUMBRIA) e 2 extraregionali (TELEREGIONE DI ROMA E TV7 TOSCANA, ma le richieste sono di piu'), e ben 11 con diffusione locale.

Il panorama e' quindi molto affollato. La gran parte delle emittenti esistenti attraversa difficolta' di vario ordine, alle quali nessuno puo' oggettivamente mettere mano prima di avere ottenuto la concessione.

Il vantaggio di Reteumbria e' quello di presentarsi sul mercato non appesantita da tensione finanziaria, e con una organizzazione completamente nuova e quindi ancora elastica.

Il mercato della pubblicita' sembra dominato da RTE 24 ORE (circa 1 miliardo di incasso all'anno). Sulle altre emittenti le notizie non sono facilmente reperibili, ma le entrate sembrano attestarsi a livelli piu' bassi.

Da una nostra ricerca di mercato anche per noi l'obbiettivo di 1 miliardo e', con attivita' a regime, raggiungibile. Salvo incrementarsi decisamente nel caso di un probabile sfoltimento che dovrebbe verificarsi in un secondo momento.

Da notare che l'attivita' di raccolta della pubblicita', da parte delle altre emittenti, non avviene sistematicamente o, come dire, professionalmente, per cui ampi spazi non sono coperti. In questo senso e' stata programmata una attivita' capillare locale da parte nostra, avvalendoci in parte di un service esterno e in parte di un esperto che collabora direttamente con noi, da cui pensiamo ragionevolmente di ottenere buoni risultati.

### Profilo dell'imprenditore, degli azionisti e degli uomini chiave

La proprieta' dell'Azienda appartiene alla Soc. VALLI UMBRE EDITORE srl

L'attuale assetto societario vede in maggioranza con il 98% una finanziaria privata denominata "UMBRIAFIN srl", i cui soci paritari sono:

Giancarlo Sacconi, Andrea Jengo e Leonardo Barbalinardo.

Le stesse persone sono anche membri del Consiglio di Amministrazione (sempre di UMBRIAFIN srl), presieduto da Giancarlo Sacconi.

La Societa' VALLI UMBRE EDITORE srl viene amministrata da un Amministratore Unico, nella persona di Leonardo Barbalinardo, attualmente dimissionario, per incompatibilita' con la propria attivita' lavorativa.

Bilancio al 31.12.1991

## SITUAZIONE PATRIMONIALE

## ATTIVO

CASSA	£	4.661.922
BANCHE	"	153.997
IMMOBILIZZAZIONI	"	192.109.712
COSTI AD UTILIZZAZIONE PLURENNALE	"	13.025.420
CREDITI DIVERSI	"	102.602
RISCONTI ATTIVI	"	26.504
ERARIO C/ IVA	"	48.043.000
PERDITA ESERCIZIO 1990	"	57.096.192
		-----
Totale Attivo	£	315.219.349
		-----
PERDITA ESERCIZIO 1991	"	88.474.775
		-----
Totale a pareggio	£	403.602.537
		=====

## PASSIVO

FORNITORI	£	55.513.224
DEBITI DIVERSI	"	15.805.269
FONDI DI AMMORTAMENTO	"	32.375.631
CAPITALE SOCIALE	"	300.000.000
		-----
Totale a pareggio	£	403.694.124
		=====

## CONTO ECONOMICO

## C O S T I

ACQUISTI	£	62.120.477
IMPOSTE E TASSE DEDUCIBILI	"	4.970.952
AMMORTAMENTI E SVALUTAZIONI SPES. IMPIAN.	"	19.721.955
COSTI/ABBUONI/SOPRAVV.	"	1.595.963
		-----
	£	88.409.347
		=====

## R I C A V I

ABBUONI E INTERESSI ATT.	£	26.159
PERDITA ESERCIZIO 1991	"	88.383.188
		-----
	£	88.409.347
		=====

In data 25.5.92 e' stata assunta una deliberazione che ha coperto le perdite dell'esercizio 1990 e 1991 per un totale di L. 145.570.967 e ha ricostituito il Capitale Sociale a L. 450.000.000.

## Punti chiave della strategia aziendale

L'ottenimento della concessione governativa e' l'obbiettivo principale di questa fase operativa. A questo proposito occorre mettere in campo ogni azione lobbistica per difendere una posizione di diritti acquisiti che potrebbe trovare ostacoli in una forte resistenza da parte delle altre emittenti che vedono in pericolo la loro stessa sopravvivenza.

E' altresì importante definire una ipotesi di nuovo rapporto con il personale, verificando la situazione di ciascuno, in attesa di giungere all'assetto definitivo previsto per il dopo-concessione.

Occorre mantenere, per adesso e per tutta l'estate, una attivita' minima che ci consenta di stare nel rispetto della legge, per quanto attiene a pubblicita', autoproduzione e cosi' via. Anche l'autopromozione verra' contenuta per evitare reazioni dalla concorrenza.

E' opportuno assicurare da subito l'autofinanziamento delle apparecchiature gia' acquisite per evitare appesantimenti in oneri finanziari che potrebbero ridurre la capacita' di impatto al momento del lancio dell'emittente.

Il periodo di tempo che intercorrera' da oggi alla concessione verra' utilizzato per mettere a punto e definire il piano di emittenza del dopo-concessione, utilizzando anche il contributo di idee dei nuovi soci.

E' stata confermata recentemente la nostra presenza nella graduatoria ministeriale, e si e' in attesa della Concessione governativa che verra' rilasciata, forse entro l'anno, dal Ministero delle Poste e Telecomunicazioni.

Sembra che i canali che potrebbero venire assegnati siano i seguenti:

S. Vito di Narciano	CH	27
Monte Subasio	CH	46
Monte Miranda	CH	58
Monte Arnato	CH	F
Gualdo Tadino	CH	41
Gubbio	CH	52
Monte Pozzoni/Cascia	CH	F

In questa ipotesi la rete risulterebbe notevolmente potenziata, pur rimanendo confermate le postazioni precedenti, e potrebbe raggiungere la quasi totalita' del territorio umbro.

Budget previsionale annuale

COSTI

Materiale di consumo	₤	105.000.000
Noleggio prodotti programmazione	"	10.000.000
Energia elettrica ripetitori e studio	"	20.000.000
Affitto postazioni	"	25.000.000
Manutenzione postazioni	"	25.000.000
Personale, collaboratori, consulenti fissi	"	250.000.000
Rimborsi collaboratori volontari occasionali	"	30.000.000
Raccolta pubblicitaria	"	60.000.000
Promozione pubblicitaria emittente (manifesti, quotidiani, radio locali, opuscolo informativo e public.palinsesto)	"	50.000.000
Affitto sede	"	15.000.000
Spese generali	"	60.000.000
		-----
Totale costi	₤	630.000.000
		=====

R I C A V I

Campagne istituzionali grandi aziende	₤	250.000.000
Campagne istituzionali medie aziende/Enti	"	460.000.000
Redazionali a medie aziende ed Enti	"	15.000.000
Redazionale "Il consulente"	"	75.000.000
Redazionale "Gastronomia e ristorazione"	"	60.000.000
Redazionali altri	"	30.000.000
Sponsorizzazioni	"	40.000.000
		-----
Totale ricavi	₤	930.000.000
		=====

Non sono previsti interessi passivi per eventuali mutui a medio termine per acquisto apparecchiature.

Le previsioni di entrate pubblicitarie derivano da una analisi accurata del potenziale esistente oggi; l'entita' della previsione non e' prudentissima, ma e' molto lontana dalle ipotesi massime che potrebbero aggirarsi intorno ai 1.200 milioni. Con cio' si intende che con una organizzazione efficiente e finanziamenti iniziali congrui lo spread tra costi e ricavi sarebbe comunque molto soddisfacente.

b