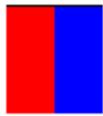


Tele Ticino SA – Allegati

Allegato 1	Tele Ticino SA - registro di commercio
Allegato 2	Tele Ticino SA - Statuti
Allegato 3	Tele Ticino SA - Regolamento CdA
Allegato 4	Regolamento aziendale
Allegato 5	Tele Ticino SA Organigramma
Allegato 6	Tele Ticino SA - Voti e quote capitale
Allegato 7.A	Tele Ticino SA - Rapporto di gestione 2006
Allegato 7.B	Tele Ticino SA - Rapporto revione e conti 2006
Allegato 8	Mandato di prestazioni Radio 3i SA
Allegato 11	Tele Ticino SA - PALINSESTO TIPO - Prime time
Allegato 12	Schede programmi principali
Allegato 12.B	Breve manuale di giornalismo
Allegato 13	Dichiarazione congiunta
Allegato 14	Standard Arbeitsbedingungen_VSP_Telesuisse
Allegato 15	Tele Ticino SA - Linea editoriale
Allegato 16	Tele Ticino SA - Rapporto revione e conti 2006
Allegato 17	Aprox 2007 - Stima di chiusura al 31.12.07
Allegato 18	Banca Stato - Ipoteche
Allegato 19	Tele Ticino SA - Tabella investimenti 2008 - 2012
Allegato 20	Conto economico 2008
Allegato 21	Conto economico 2009
Allegato 22	Conto economico 2010
Allegato 23	Conto economico 2011
Allegato 24	Conto economico 2012
Allegato 25	Bilancio 2008
Allegato 26	Bilancio 2009
Allegato 27	Bilancio 2010
Allegato 28	Bilancio 2011
Allegato 29	Bilancio 2012
Allegato 30	Tele Ticino SA - Flussi monetari 2008 - 2012
Allegato 31	Tele Ticino SA - Indici di Bilancio 2008 - 2012
Allegato 32	Cablecom Network Ticino
Allegato 33	Cablecom Lista comuni sopraceneri
Allegato 34	Cablecom Lista comuni sottoceneri
Allegato 35	Cartina Teleraetia



Registro di commercio del Cantone Ticino

Estratto completo Internet

- Ottenere online la vecchia scheda del registro prima dell'informatizzazione (format PDF) (gratuitamente)
- Ordinare estratti legalizzati, statuti e altri atti del registro di commercio (invio postale)

22.11.2007 ore 20:19 [Stato delle pubblicazione: FUSC al 22.11.2007]

Accesso diretto a: [Scopo](#) [Pubblicazione](#) [dati personali](#) [fine](#)

No d'ordine CH-514.3.003.788-7/	Natura giuridica Società anonima	Iscrizione 07.01.1987	Riporto 3/7991 dal: 514.3.003.788-7/a
-------------------------------------------	--------------------------------------------	---------------------------------	-------------------------------------------------

Isc	Rad	Ragione sociale
-4	-	Rightmix SA
2		Tele Ticino SA

Ref	Sede
1	Melide

Ref	Capitale nominale	Liberato con	suddiviso in azioni
-4	550'000.--	550'000.--	400 azioni nominative da CHF 1'000.-- 150 azioni al portatore da CHF 3'000.--
-2	4'100'000.--	4'100'000.--	200 azioni nominative privilegiate da CHF 4'000.-- e 300 azioni al portatore da CHF 3'000.--
-6	3'300'000.--	3'300'000.--	600 azioni nominative privilegiate da CHF 4'000.-- e 900 azioni al portatore da CHF 3'000.--
10	4'950'000.--	4'950'000.--	900 azioni nominative privilegiate da CHF 1'000.-- e 1'350 azioni al portatore da CHF 3'000.--

Ref	Recapito
1	Via Carona 6 6815 Melide

Ref	Capitale partecip.	Liberato con	Buoni di partecipazione
	.--	.--	

Isc	Rad	Scopo
-4	-7	La realizzazione di produzioni radiotelevisive e di servizi giornalistici. Può produrre programmi e servizi giornalistici destinati alla trasmissione radiotelevisiva; realizzare produzioni non destinate alle trasmissioni radiotelevisive; svolgere attività commerciale vendendo o cedendo a terzi programmi e servizi prodotti o acquistati o diritti sugli stessi; raccogliere sponsorizzazioni destinate al finanziamento di produzioni proprie o di terzi; effettuare consulenze nel campo radiotelevisivo e della comunicazione. Può operare anche in campo editoriale e partecipare ad altre imprese.
7		La realizzazione di produzioni radiotelevisive e di servizi giornalistici. Può produrre programmi e servizi giornalistici destinati alla trasmissione radiotelevisiva; realizzare produzioni non destinate alle trasmissioni radiotelevisive; svolgere attività commerciale vendendo o cedendo a terzi programmi e servizi prodotti o acquistati o diritti sugli stessi; raccogliere sponsorizzazioni destinate al finanziamento di produzioni proprie o di terzi; effettuare consulenze nel campo radiotelevisivo e della comunicazione. Può operare anche in campo editoriale e partecipare ad altre imprese. La società garantisce alle proprie strutture redazionali indipendenza e autonomia nell'attività professionale, nel quadro della propria linea editoriale.

Isc	Rad	Osservazioni
1		Le azioni nominative da CHF 1'000.-- sono privilegiate quanto al diritto di

Ref	Data degli statuti
1	30.12.1986

	voto.
2	Statuti adattati al nuovo diritto azionario.

1	omissis
1	30.01.1996
2	25.10.1996
2	27.12.1996
6	30.04.1998
7	16.07.1998
10	28.04.2000

Isc	Rad	Fatti particolari
1		Compensazione crediti: CHF 100'000.--
2		Compensazione crediti: CHF 550'000.--

Ref	Organi di pubblicazione
1	FUSC

Isc	Rad	Succursale

Se	Ref	No.giorn.	data	FUSC	data FUSC	pag.	No.pubbl.
	0		(omissione)		(omissione)		
MB	1	463	01.02.1996	29	12.02.1996	834	
TM	2	5394	31.12.1996	11	20.01.1997	379	
GR	3	237	21.01.1997	21	03.02.1997	737	
GR	4	8308	29.12.1997	9	15.01.1998	289	
LC	5		(rettifica)	14	22.01.1998	495	
GR	6	2449	05.05.1998	96	20.05.1998	3440	
GR	7	4135	28.07.1998	147	03.08.1998	5350	
GR	8	10	07.01.1999	8	13.01.1999	233	
GR	9	736	09.02.2000	32	15.02.2000	1044	
TM	10	2504	05.05.2000	92	11.05.2000	3191	
LC	11	6638	20.12.2000	252	28.12.2000	8889	
GR	12	4766	01.09.2003	170	05.09.2003	14	11592
TM	13	1898	05.04.2004	70	13.04.2004	13	22084

Isc	Mod	Rad	Dati personali	funzioni	modalità di firma
-4	-	-7m	Lombardi, Filippo, da Airolo, in Lugano	amministratore unico	firma individuale
-4	-	-3	Milanesi, Maria Loretta, cittadina italiana, in Luvinata VA (I)		firma collettiva a due
-4	-	-4	Consulfide SA, in Lugano	ufficio di revisione	
-4	-	-11m	Atag Ernst & Young AG, in Lugano	ufficio di revisione	
-	-7	-9m	Lombardi, Filippo, da Airolo, in Massagno	presidente	firma individuale
-7	-	-8	Pea, Mauro, cittadino italiano, in Viganello	segretario	firma collettiva a due
-7	-	-12	Abbondio, Pierluigi, da Ascona, in Balerna	membro	firma collettiva a due
7			Keller, Peter, da Winterthur e Wittenbach, in Lugaggia	membro	firma collettiva a due
-7	-	-9m	Ménasché, Alberto, da Lugano, in Comano	membro	firma collettiva a due
-7	-	-12	Michelotti, Carlo, da Massagno, in Gnosca	membro	firma collettiva a due
7			Noris, Roby, da Lugano, in Vaglio	membro	firma collettiva a due
-7	-	-12	Rimoldi, Gianandrea, da Lugano, in Savosa	membro	firma collettiva a due
	9		Ménasché, Alberto, da Lugano, in Comano	presidente	firma individuale
-	-9	-10m	Lombardi, Filippo, da Airolo, in Massagno	segretario e direttore	firma individuale
10			Gehringher, Claudio, da Arth, in Capolago	direttore	firma collettiva a due con un membro

-	10	13m	Lombardi, Filippo, da Airolo, in Massagno	segretario e direttore generale	firma individuale
	11		Ernst & Young AG, in Lugano	ufficio di revisione	
12			Barbuscia, Donato, da Pregassona, in Camignolo	membro	firma collettiva a due
12			Barzaghini, Rocco, da Bellinzona, in Monte Carasso	membro	firma collettiva a due
12			Bertoli, Marco, da Novaggio, in Bigorio (Capriasca)	membro	firma collettiva a due
12			Ghezzi, Franco, da Lamone, in Cureglia	membro	firma collettiva a due
12			Ricci, Giorgio, da Lugano, in Porza	membro	firma collettiva a due
	13		Lombardi, Filippo, da Airolo, in Massagno	delegato	firma individuale

22.11.2007 ore 20:19 [Stato delle pubblicazioni: FUSC al 22.11.2007]

*Le informazioni suindicate sono di natura puramente informale; esse vengono date senza garanzia e non hanno alcun effetto giuridico. Vincolanti sono solamente l'**estratto legalizzato** rilasciato dal competente ufficio cantonale del registro di commercio o il testo pubblicato sul Foglio ufficiale svizzero di commercio (FUSC).*

Osservazione: Il est possible que certains éléments graphiques (p.ex. radiations) ne soient pas représentés correctement par certains exploreurs.

Cercare in Ticino

Home Ticino

Altri cantoni

Siamo raggiungibili in ogni momento per informazioni, suggerimenti o altro per il tramite della posta elettronica

STATUTO
della società anonima
TELE TICINO SA

1. Ragione sociale

Sotto la ragione sociale **Tele Ticino S.A.** è stata costituita una società anonima ai sensi degli **art. 620 e seguenti CO.**

2. Scopo

Lo scopo della società è la realizzazione di produzioni radiotelevisive e di servizi giornalistici.

La società può:

- produrre programmi e servizi giornalistici destinati alla trasmissione radiotelevisiva svizzera o estera;
- realizzare produzioni non destinate alla trasmissione radiotelevisiva;
- svolgere attività commerciale vendendo o cedendo a terzi programmi e servizi prodotti o acquistati o diritti sugli stessi;
- raccogliere sponsorizzazioni destinate al finanziamento di produzioni proprie o di terzi;
- effettuare consulenze nel campo radiotelevisivo e della comunicazione.

La società può operare anche in campo editoriale.

La società può operare sia in Svizzera che all'estero e partecipare ad altre imprese aventi analogo scopo e finalità.

La società garantisce alle proprie strutture redazionali indipendenza e autonomia nell'attività professionale, nel quadro della propria linea editoriale.

3. Sede

La società ha sede a **Melide.**

4. Pubblicazioni

Le pubblicazioni riguardanti la società avverranno per mezzo del Foglio Ufficiale Svizzero di Commercio (FUSC).

5. Capitale azionario

- 5.1 Il capitale azionario di **fr. 4'950'000.00** (quattro milioni e novecento cinquantamila), suddiviso in **900** azioni nominative da **fr. 1'000.00** (mille) ciascuna e in **1350** azioni al portatore da **fr. 3'000.00** (tremila) ciascuna, è stato interamente liberato e sottoscritto al valore nominale.
- 5.2 Al posto dei titoli possono essere rilasciati per una o più azioni dei certificati.
- 5.3 Azioni ed eventuali certificati devono essere firmati dall'amministratore unico o congiuntamente dal Presidente e da un membro del Consiglio d'amministrazione.
- 5.4 In caso di aumento del capitale azionario ogni azionista ha un diritto di opzione, che consiste nella facoltà di sottoscrivere delle nuove azioni proporzionata al numero delle azioni già possedute.

5.5 Con delibera assembleare le azioni nominative possono essere trasformate in azioni al portatore e viceversa.

5.6 In caso di aumento del capitale azionario la proporzione tra le azioni nominative privilegiate e quelle al portatore dovrà essere di **2/5** nominative privilegiate e **3/5** al portatore. La modifica di questa regola statutaria richiederà la maggioranza dei **2/3** delle azioni nominative e dei **2/3** di quelle al portatore.

6. Organi

Gli organi della società sono:

- l'assemblea degli azionisti;
- il consiglio d'amministrazione;
- l'ufficio di revisione.

7. L'assemblea generale

7.1 L'assemblea degli azionisti viene convocata dall'amministrazione in riunione ordinaria **entro tre mesi** dalla chiusura dell'esercizio annuale per l'esame e l'approvazione dei conti e della gestione.

7.2 Il bilancio, il conto profitti e perdite, l'inventario, la relazione dell'amministrazione ed il rapporto dell'ufficio di revisione, saranno messi a disposizione degli azionisti, presso la sede sociale, **almeno venti giorni** prima dell'assemblea.

7.3 Verranno convocate **assemblee straordinarie**

per iniziativa dell'amministrazione, ogni qualvolta l'interesse della società lo richieda;

oppure in seguito a risoluzione di un assemblea generale;

o se del caso, per iniziativa degli organi previsti dall'**art. 699 CO**;

oppure a istanza di uno o più azionisti rappresentanti almeno **un decimo** del capitale sociale.

7.4 L'istanza dovrà indicare l'oggetto della convocazione e essere diretta all'amministrazione, la quale vi darà seguito **entro un mese**.

7.5 La convocazione avviene mediante avviso contenente l'ordine delle trattande da pubblicarsi **almeno venti giorni** prima sul Foglio Ufficiale Svizzero di Commercio e mediante comunicazione agli azionisti, se noti, per lettera raccomandata **almeno 20 giorni prima**.

7.6 E' riservata la disposizione dell'**art. 701 CO**, concernente la riunione di tutti gli azionisti (assemblea totalitaria).

7.7 L'assemblea è presieduta dall'amministratore unico o dal Presidente del Consiglio di Amministrazione, o da chi ne fa le veci.

7.8 Se non fosse presente alcun amministratore, il Presidente è designato dall'assemblea.

7.9 La presidenza assume un segretario. Sarà tenuto verbale delle operazioni assembleari.

8. Diritto di voto

Ogni azione dà diritto a **un** voto indipendentemente dal suo valore nominale.

9. Modo di deliberazione

- 9.1 Ove la legge o lo statuto non dispongano altrimenti, l'assemblea prende le sue deliberazioni e procede alle nomine di suoi attributi a **maggioranza assoluta** dei voti validi emessi.
- 9.2 In caso di parità di voti, il Presidente ha voto plurimo; trattandosi di nomine, se c'è parità, sarà tirata la sorte.
- 9.3 Sono, tra l'altro, di competenza dell'assemblea:
- a) la nomina e la revoca del Consiglio d'amministrazione e dell'ufficio di revisione;
 - b) l'approvazione dei conti e della gestione;
 - c) lo scarico all'amministrazione e, nell'ambito della legge e dello statuto, le deliberazioni relative alla distribuzione degli utili;
 - d) le modifiche statutarie e l'eventuale fusione della società;
 - e) la messa in liquidazione della società e la nomina del o dei liquidatori.
 - f) la nomina del presidente del Consiglio d'amministrazione.
- 9.4 L'assemblea può deliberare soltanto qualora sia rappresentata più della **metà** del capitale sociale.
- 9.5 Qualora, per insufficienza di numero, l'assemblea non fosse in grado di deliberare, verrà riconvocata col medesimo ordine del giorno e potrà allora validamente prendere le sue deliberazioni qualunque sia il numero delle azioni partecipanti.

10. Il Consiglio d'Amministrazione

- 10.1 La gestione degli affari sociali e la rappresentanza della società di fronte ai terzi sono affidate ad un Consiglio d'amministrazione composto da uno o più membri che stanno in carica **un anno** e sono sempre rieleggibili.
- 10.2 Il Consiglio d'amministrazione tiene verbale delle sue operazioni. Il Consiglio si riunisce per iniziativa del Presidente o a richiesta di uno dei suoi membri tutte le volte che l'interesse della società lo richiede.
- 10.3 Inoltre il Consiglio d'amministrazione:
- definisce la Linea Editoriale dell'azienda, conformemente alle indicazioni espresse dall'assemblea;
 - elabora un regolamento che stabilisce la propria organizzazione, le modalità di gestione, le competenze e disciplina l'obbligo di riferire;
 - designa le persone autorizzate a rappresentare la società fissandone il diritto di firma e può nominare procuratori o mandatari;
 - è autorizzato a delegare il potere di rappresentanza e di gestione a uno o più amministratori (delegati) o a terzi (direttori), conformemente al regolamento di organizzazione;
 - designa il direttore responsabile dei programmi televisivi e dei servizi giornalistici;
 - nomina l'ombudsman dell'azienda ai sensi della legislazione federale in materia di radiotelevisione;
- 10.4 Sono di competenza e obbligo del Consiglio d'amministrazione le incombenze di cui all'**art. 716 e 716 a CO**, ritenuto che gli spettano tutte le facoltà che, per Legge e per statuto, non siano riservate espressamente ad altro organo sociale.

11. L'ufficio di revisione

- 11.1 Le mansioni dell'ufficio di revisione sono affidate a un revisore da designarsi ogni anno dall'assemblea.

11.2 Le sue facoltà sono quelle fissate dagli art. 727 ss CO e così i suoi doveri.

11.3 Potrà essere designato un supplente revisore.

12. Esercizio sociale

12.1 L'esercizio si chiude ogni anno al **31 dicembre**, la prima volta il **31 dicembre 1987**. Il bilancio, il conto profitti e perdite e l'inventario saranno allestiti secondo le norme di sana e prudente amministrazione, osservati i prescritti di legge ed in specie quelli degli art. 662 e ss., 957 e ss. CO.

12.2 L'utile netto quale risulterà dopo fronteggiato ogni onere e spesa e praticati gli ammortamenti del caso, nonché dopo l'assegno alla riserva della quota prevista dall'art. 671 CO, sarà messo a disposizione dell'assemblea perché lo utilizzi per remunerare il capitale sociale o consolidare l'azienda.

13. Tribunale arbitrale

13.1 Liti e contestazioni (concernenti la società) tra la società, i membri dell'amministrazione, l'ufficio di revisione, la direzione e gli azionisti vengono decise inappellabilmente da un tribunale arbitrale con sede al domicilio della società.

13.2 Il tribunale arbitrale si compone come segue:

Ogni parte nomina un proprio arbitro. I due arbitri designano in comune accordo il Presidente. Qualora una parte non dovesse scegliere **entro 20 giorni** il proprio arbitro, lo stesso verrà nominato dal Presidente del Tribunale civile di seconda istanza del Cantone ove ha sede la società.

Lo stesso presidente del Tribunale sceglierà pure il Presidente del Tribunale arbitrale, qualora gli arbitri scelti dalle parti non si accordassero circa la sua nomina.

13.3 Il Tribunale arbitrale stabilisce la procedura da seguire: per il resto è applicabile la procedura prevista dal concordato nell'arbitrato accettato dalla conferenza dei direttori dei dicasteri cantonali di giustizia.

14. Liquidazione

In caso di messa in liquidazione della società, le operazioni relative verranno affidate ad uno o più liquidatori nominati dall'assemblea.

Il presente statuto è stato integralmente rivisto e approvato dall'assemblea del **29 novembre 1994**.

Il presente statuto è stato modificato dal Consiglio d'amministrazione dell'**11 aprile 1995**.

Il presente statuto è stato modificato dal Consiglio d'amministrazione del **30 gennaio 1996**.

Il presente statuto è stato modificato dall'assemblea generale del **25 ottobre 1996**.

Il presente statuto è stato modificato dal Consiglio d'amministrazione del **27 dicembre 1996**.

Il presente statuto è stato modificato dal Consiglio d'amministrazione del **30 aprile 1998**.

Il presente statuto è stato modificato dall'assemblea generale del **16 luglio 1998**.

Il presente statuto è stato modificato dal Consiglio d'amministrazione del **4 aprile 2000**.

Regolamento del Consiglio d'Amministrazione della Tele Ticino SA, Melide

Visto l'**art. 10** dello statuto della **Tele Ticino SA, Melide**, il presente regolamento stabilisce i compiti e le attribuzioni del consiglio di amministrazione.

1. Alta direzione

La direzione è esercitata dai suoi organi esecutivi:

- il Consiglio di amministrazione
- il Presidente del Consiglio d'amministrazione
- l'Amministratore delegato

2. Sedute

Il Consiglio si riunisce almeno **4 volte l'anno** e ogni volta che è necessario in funzione dell'andamento dell'attività.

3. Convocazione

Il Consiglio è convocato per iscritto di norma dal presidente oppure da ogni altro membro con l'indicazione dei motivi della convocazione.

4. Attribuzioni e competenze

Il Consiglio, giusta l'**art. 716a cpv. 1 CO** esercita le attribuzioni inalienabili e irrevocabili seguenti:

- a) l'alta direzione della società e il potere di dare le istruzioni necessarie;
- b) la definizione dell'organizzazione;
- c) l'organizzazione della contabilità e del controllo finanziario, nonché l'allestimento del piano finanziario, per quanto necessario alla gestione della società;
- d) la nomina e la revoca delle persone incaricate della gestione e della rappresentanza;
- e) l'alta vigilanza sulle persone incaricate della gestione, in particolare per quanto concerne l'osservanza della legge, dello statuto, dei regolamenti e delle istruzioni;
- f) l'allestimento della relazione sulla gestione, la preparazione dell'assemblea generale e l'esecuzione delle sue deliberazioni;
- g) l'avviso al giudice in caso d'eccedenza dei debiti;
- h) l'acquisto, la vendita e la messa a pegno dei beni immobiliari;
- i) contrarre prestiti bancari;
- l) operare investimenti e piazzamenti, acquistare e alienare delle partecipazioni in società equivalenti al 10% del capitale.

Inoltre sono pure di competenza inalienabile del Consiglio la decisione circa gli ulteriori versamenti relativi alle azioni non integralmente liberate (**art. 634a cpv. 1 CO**) e la decisione circa gli aumenti del capitale azionario e le relative modifiche degli statuti, se la società ha deciso un aumento di capitale autorizzato o condizionale (**art. 650 e ss CO**).

5. Decisioni e quorum

Il Consiglio delibera validamente se la **maggioranza** dei suoi membri è **presente**.

Le decisioni per ogni oggetto annunciato **dieci giorni prima** all'ordine del giorno, sono prese con la **maggioranza** dei voti presenti.

In caso di **parità** di voti, il voto del presidente è preponderante.

La maggioranza dei **due terzi dei membri presenti** è necessaria nei seguenti casi:

- a) modificare il regolamento;
- b) approvare i conti annuali e il rapporto annuale che verranno spediti agli azionisti;
- c) l'apertura e la chiusura di succursali;
- d) la costituzione e la dissoluzione di filiali;
- e) la conclusione di joint-venture

6. Decisioni per circolazione

Le decisioni possono essere prese anche sotto forma di annuenza scritta ad una proposta, purché la discussione orale non sia chiesta da un amministratore (**art. 713 cpv. 2 CO**).

La discussione può essere richiesta con semplice domanda sino al termine della scadenza della consultazione fissata nella documentazione dello scrutinio.

Una decisione presa per circolazione può ancora essere annullata al più tardi **entro cinque giorni** dalla scadenza dello scrutinio su richiesta di almeno **due membri** del Consiglio.

7. Verbale

Il segretario, o una persona da lui designata, tiene un verbale delle sedute.

Il progetto della sua redazione è inviato **entro 15 giorni** ai membri del Consiglio d'amministrazione, i quali possono domandarne la correzione **entro 30 giorni**.

Il segretario, se necessario, trasmette ai membri un nuovo progetto di verbale modificato, o un estratto modificato dello stesso, con l'indicazione precisa del punto modificato.

In caso di disaccordo su tale punto, il presidente inserisce la sua redazione nell'ordine del giorno della prossima seduta, al fine di stabilire definitivamente la sua formulazione.

Una volta approvato dal Consiglio, il verbale è firmato dal membro del Consiglio che ha esercitato la presidenza della seduta e dal segretario o dalla persona da lui designata che ha redatto il verbale.

8. Delegazione di competenza al presidente

Il **presidente** agisce in funzione delle direttive emanate dal Consiglio e cura gli interessi della società.

Esso comunica ai membri del Consiglio i conti della società.

Il **presidente** ha diritto di firma individuale, mentre gli altri membri hanno firma collettiva a due tra di loro.

Il presidente è competente per operazioni non previste dal budget o al di fuori dell'andamento ordinario degli affari, per un importo massimo di CHF **100'000.-- annui**, negli altri casi è richiesta l'approvazione del Consiglio.

9. Delegazione di competenza all'Amministratore delegato

L'intera gestione della società è delegata all'Amministratore delegato, salvo disposizione contraria della legge, degli statuti o dei regolamenti adottati dal Consiglio d'amministrazione.

Nella sua gestione l'Amministratore delegato agisce in funzione delle direttive emanate dal Consiglio e cura gli interessi della società.

L'Amministratore delegato ha diritto di firma individuale

L'Amministratore delegato è competente per operazioni non previste dal budget o al di fuori dell'andamento ordinario degli affari, per un importo massimo di CHF **50'000.--annui**, negli altri casi è richiesta l'approvazione del presidente (sino ad un massimo di CHF **100'000.--**) o del Consiglio per importi superiori.

10. Diritto d'informazione

I membri del Consiglio hanno il diritto di ottenere tutte le informazioni necessarie legate alle loro funzioni e relative a tutti gli affari della società.

Essi possono esercitare questo diritto senza restrizione alcuna durante le sedute del Consiglio.

In tutti gli altri casi, chi desiderasse ottenere informazioni o consultare i libri contabili della società o la corrispondenza deve ottenere l'autorizzazione preventiva del Presidente.

In caso di rifiuto da parte del Presidente, è allora il Consiglio che decide in seconda istanza.

11. Pubblicità

Il regolamento è un documento interno del Consiglio.

Lo stesso viene rilasciato **integralmente** solo ai suoi membri.

Conformemente all'**art. 716b cpv. 2 CO** il Consiglio di amministrazione, a domanda di azionisti o creditori della società che giustificano un interesse degno di protezione, li informa per iscritto sull'organizzazione della gestione.

L'azionista che detiene una partecipazione del **20%**, può richiedere un esemplare **completo** del regolamento.

12. Disposizioni finali

Il presente regolamento adottato il **16 dicembre 2002** entra immediatamente in vigore.

Melide, 19 dicembre 2003



TeleTicino

Regolamento aziendale

1. L'azienda

La Società anonima "TeleTicino - iniziata come società di produzione televisive nel settembre 1994 - è dal 1° marzo 1999 la prima ed unica emittente televisiva indipendente della Svizzera italiana. Nata in un contesto legale ancora poco favorevole (la liberizzazione svizzera è solo parziale, e penalizza ancora molto gli operatori privati) ed in una situazione di concorrenza relativamente aspra con la TV pubblica e con gli altri media già presenti sul mercato, ha potuto affermarsi solo grazie alla convinta volontà dei suoi pionieri e finanziatori, e al massimo impegno personale di tutti i suoi collaboratori. Entrambe le cose rimangono indispensabili per assicurare la solidità e la crescita futura dell'azienda.

1a. Immagine dell'emittente

- a) Verso il pubblico: emittente giovane e dinamica, indipendente, oggettiva e critica, nell'informare, flessibile e capace di adattarsi alle novità, attenta alla "gente" e presente sul territorio anche dove la TSI trascura certi avvenimenti, emittente capace anche di approfondimenti vivaci e non noiosi e di un intrattenimento non troppo futile o frivolo (in fase di sviluppo).
- b) Verso le istituzioni indipendenza da qualsiasi gruppo di potere, ma massima apertura e disponibilità a dar voce a tutti (grandi e piccoli); rifiuto delle censure, e delle strumentalizzazioni; mezzo utile per far capire alla gente i problemi e le possibili soluzioni.
- c) Verso la clientela emittente conscia dell'importanza del mercato, che sa valorizzare le forze migliori dell'economia e ne riconosce il ruolo fondamentale.

2. Linea editoriale

Linea editoriale

E' compito degli organi statuari di TeleTicino SA fissare - e se del caso aggiornare - la Linea editoriale dell'emittente, che viene comunicata a tutti i collaboratori. E' pure loro competenza nominare il direttore generale, il direttore responsabile e gli altri membri della direzione, determinare le strategie di sviluppo dell'azienda nonché fissare il budget e adottare il conto annuale.

In questo quadro di riferimento, e nel rispetto delle vigenti leggi, TeleTicino riconosce e incoraggia l'indipendenza giornalistica della propria redazione e la creatività delle proprie strutture produttive.

Per ogni contestazione relativa ai programmi, che non si possano risolvere a livello di redazione o di direzione, il pubblico può rivolgersi all'ombudsman indipendente.

La linea editoriale dell'emittente - ufficializzata in occasione della concessione svizzera - è così definita:

"TeleTicino è stata creata per apportare in Ticino, anche nel campo televisivo, quel pluralismo dell'informazione, delle opinioni e delle offerte di programmi che già è garantito nel campo radiofonico e della carta stampata.

La sua **programmazione**, dopo l'ottenimento della concessione svizzera, deve svilupparsi maggiormente, sia come fasce orarie, sia come diversità di programmi. Fondamentale rimane la priorità dell'informazione e del talk-show di carattere locale, con alcuni agganci transfrontalieri, come pure l'approfondimento economico-finanziario e politico. Compatibilmente con il budget dell'emittente, vi si aggiungeranno trasmissioni d'intrattenimento e di servizio, programmi per giovani, ragazzi e famiglie, spazi culturali e un'acquisizione mirata di fiction e documentaristica.

La linea editoriale dell'emittente deve rimanere fedele a quella che si è già meritata – dal '94 ad oggi – il rispetto di tutte le forze politiche, sindacali e sociali del Ticino. Ovvero una linea d'informazione vivace e dinamica interessata al dibattito sociale e politico, ma senza alcun vincolo, diretto o indiretto, con singole forze politiche o gruppi di pressione. Una linea di rispetto e valorizzazione delle istituzioni democratiche cantonali e della coesione federale, con un comprensibile sforzo per promuovere gli interessi ticinesi.

Una linea che sostiene l'economia sociale di mercato ma vorrebbe stimolare tanto l'amministrazione pubblica, e il mondo politico ed imprenditoriale, quanto quello sindacale ed associativo a sviluppare una visione più dinamica e fiduciosa nelle chances di rilancio del Ticino e della Svizzera, in un'intelligente prospettiva europea e internazionale.

Una linea, infine, che crede nella democrazia liberale e in un autentico pluralismo dell'informazione e dell'opinione in Svizzera, da sviluppare anche nei media elettronici con una costruttiva dialettica fra l'ente di servizio pubblico nazionale – che va difeso quale importante elemento della coesione nazionale e del peso della Svizzera italiana – e le emittenti private al beneficio di una concessione e di un mandato di prestazioni per programmi locali/regionali, che a loro volta svolgono una funzione di servizio pubblico e devono avere i mezzi per svilupparsi e la volontà di contribuire al Bene comune del Paese”.

In tal senso TeleTicino aderisce a Telesuisse, associazione delle TV indipendenti svizzere, ed è solidale con le altre emittenti regionali svizzere.

3. Ruolo e partecipazione dei collaboratori

Per crescere, TeleTicino deve poter contare sulla massima motivazione e sul pieno apporto di tutte le forze dei propri collaboratori. In tal senso, non è concesso a chi lavora a tempo pieno di svolgere attività per terzi. Eccezioni possono venire concesse solo dalla direzione, per fondati motivi e previa presentazione di una formale richiesta.

TeleTicino è un mezzo di comunicazione fortemente legato alle esigenze del pubblico e di una produzione a ritmi mutevoli. Nel rispetto della qualità di vita dei propri collaboratori, si attende comunque da loro una sufficiente flessibilità onde affrontare le esigenze di produzione ed emissione.

Dal canto suo l'azienda valorizza l'impegno e l'apporto creativo dei propri collaboratori, li coinvolge nelle responsabilità per quanto attiene alla sfera di loro competenza, favorisce la loro crescita professionale.

4. Assunzioni e disdette

Ogni collaboratore assieme alla lettera d'assunzione riceve il suo cahier de charges, che definisce i suoi compiti, le sue competenze, le sue responsabilità e naturalmente i suoi obiettivi. Lo stesso può venire adeguato alle esigenze dell'azienda o alle richieste del/della collaboratore/trice in qualsiasi momento dalla direzione.

Termini di disdetta:

Quali termini di disdetta valgono quelli definiti dal codice delle Obbligazioni per il personale tecnico e per quello amministrativo (quadri esclusi), per i redattori RP e i capi settore (da ambo le parti) il termine è fissato a 3 mesi, mentre per i quadri di direzione e gli anchorman a 6 mesi.

5. Orari di lavoro

L'orario di lavoro a tempo pieno è fissato a 42.5 ore settimanali, di regola ripartite su cinque giorni di otto ore e mezza effettive. Le pause per i pasti non sono computate nell'orario lavorativo e vanno pianificate in modo da garantire l'utilizzazione più efficace delle infrastrutture.

La flessibilità è attesa da tutti. In funzione delle necessità aziendali (diffusione su 24 ore e 7 giorni), produzioni in diretta, post-produzioni urgenti, servizi e programmazioni nel fine settimana, ecc.), i capi settore e la direzione possono predisporre turni diversi, se del caso su sei giorni (per massimo due settimane al mese). Ore supplementari vanno recuperate con ore libere di regola entro una settimana, giorni supplementari di regola entro un mese.

Ore o giorni supplementari dei collaboratori (quadri esclusi) che non possono essere recuperati senza pregiudicare la produzione ordinaria vengono indennizzate - a giudizio della direzione e su preavviso dei capi settore - secondo l'annesso tariffario per prestazioni straordinarie.

6. Vacanze

L'azienda riconosce ai propri dipendenti quattro settimane di vacanza pagate all'anno, cinque a partire dai cinquant'anni. Le vacanze vanno consumate di regola nell'anno solare, al più tardi comunque entro la fine di marzo dell'anno seguente, e non possono venire cumulate ulteriormente. I capi settore comunicano regolarmente alla direzione il piano vacanze (invernali e estive) dei rispettivi collaboratori e il controllo sulle vacanze effettuate.

7. Giorni festivi infrasettimanali

L'azienda riconosce ai propri collaboratori i giorni festivi infrasettimanali secondo le usanze del Cantone Ticino. Chi viene chiamato a lavorare in questi giorni ha diritto al giorno o alle ore di recupero (V.art.4). Alla fine di ogni anno viene reso noto il calendario della programmazione prevista in questi giorni. I capi settore pianificano di conseguenza i turni con equità.

8. Stipendi

Gli stipendi sono attribuiti su 13 mensilità e fissati al lordo degli oneri sociali del dipendente. L'azienda deduce dal lordo la quotaparte del dipendente per AVS, AI, IPG, AD, LPP, e versa il saldo ogni 25 del mese, o primo giorno lavorativo seguente. L'azienda offre ai dipendenti l'assicurazione Perdita di guadagno in caso di malattia (la trattenuta non figura quindi più in busta paga). In funzione dell'andamento aziendale, dei meriti individuali e degli obiettivi assegnati, l'azienda può riconoscere una gratifica di fine anno ai propri dipendenti.

9. Formulario di controllo, uscite e assenza (annuncio al capo settore e centralino).

Ogni dipendente aggiorna quotidianamente, il proprio formulario di controllo dei giorni lavorativi e lo consegna a fine mese al capo settore, che lo visita e lo trasmette alla direzione.

Ogni collaboratore, segnala regolarmente al proprio capo settore e al centralino le proprie assenze e le proprie uscite per servizio.

10. Rapporto con l'esterno, immagine dell'azienda, vestiario

Ogni collaboratore rappresenta l'azienda agli occhi dei terzi ed è portatore dell'immagine di TeleTicino. E' pertanto tenuto ad un comportamento irreprensibile, in sede e fuori sede. Il vestiario e la presentazione personale saranno sempre adeguati.

Particolare riguardo va usato nei confronti di ospiti, clienti, partner aziendali e collaboratori temporanei che frequentano la sede, come pure di intervistati in esterno e soggetti di servizi televisivi. Laddove il diritto/dovere di cronaca impone interventi che possono urtare la sensibilità altrui, questi verranno fatti con tatto e cortesia, nel rispetto della legge e della deontologia giornalistica.

Quaderno dei Reclami

Per una migliore immagine esterna e per un controllo delle possibili lamentele, viene istituito il "quaderno dei reclami." Su questo documento, verranno iscritti i reclami e/o le lamentele indirizzate a TeleTicino o ai suoi collaboratori. Gli stessi collaboratori qualora dovessero ricevere critiche e/o lamentele, le trasmetteranno tempestivamente alla direzione commerciale.

11. Segreto d'ufficio:

Ogni collaboratore è tenuto alla discrezione nei confronti di terzi, e al segreto d'ufficio su tutto quanto può aver appreso - riguardante l'azienda o riguardante altri soggetti - nell'esercizio delle sue mansioni. Problemi lavorativi ed eventuali divergenze personali vanno rigorosamente risolti all'interno dell'azienda, seguendo la via di servizio.

12. Via di Servizio

Al buon funzionamento dell'azienda contribuisce un rigoroso rispetto della via di servizio, che conduce dal singolo collaboratore al capo settore, e dal capo settore alla direzione.

Richieste, proposte, problemi vanno dunque sottoposti in primo luogo al capo settore, che decide e risolve nell'ambito delle sue competenze, rispettivamente trasmette alla direzione con il suo preavviso.

Altrettanto fanno i capi settore fra di loro, e le direzione quando interviene.

Il collaboratore che non fosse soddisfatto delle risposte o decisioni ricevute, può chiedere un colloquio di servizio all' amministratore delegato.

13. Rispetto

Ogni collaboratore di TeleTicino, rispetta il lavoro altrui e le competenze specifiche di ciascuno. Mobbing e molestie verranno sanzionate.

14. Riunioni

Le riunioni sono momenti essenziali della vita dell'azienda. La partecipazione vi è obbligatoria.

- la riunione settimanale dei capisettore e dei quadri di direzione (lunedì mattina alle 9.00)
- le riunioni ad hoc convocate per risolvere questioni particolari,
- le riunioni di settore, convocate dai capisettore
- il plenum di tutti i collaboratori convocato dalla direzione.

15. Uso infrastrutture e locali aziendali

L'uso dei locali, delle infrastrutture e dei veicoli è riservato esclusivamente alle necessità aziendali. Eccezioni possono venire concesse solo dalla direzione su presentazione di una richiesta formale.

16. Veicoli, carburante, posteggi

Le automobili aziendali, devono essere riportate in sede alla fine di ogni servizio: i responsabili sono obbligati al controllo delle auto a loro assegnate per ciò che concerne la manutenzione, la pulizia e naturalmente che ci sia il carburante (vedi regolamento auto aziendali).

17. Rimborso spese accessorie

Richieste di rimborso vanno presentate sull'apposito formulario una volta al mese entro il giorno 15 per poter essere regolate con lo stipendio.

Allegati:

- copia Codice delle obbligazioni inerente i doveri dell'azienda del collaboratore
- distinta dei giorni di congedo (matrimonio, lutto, ispezione militare, ecc.)
- calendario delle festività del Cantone Ticino



TeleTicino

Schema Business Plan

1. Filosofia Aziendale

La filosofia aziendale di TeleTicino è basata sull'indipendenza dell'emittente e delle sue redazioni, nonché sulla flessibilità e creatività de suoi collaboratori.

2. Linea editoriale: basata su 4 principi fondamentali

- a) rispetto di tutte le forze politiche,
- b) di sostegno all'economia sociale e di mercato,
- c) di stimolo all'amministrazione pubblica quanto al mondo politico, imprenditoriale e sindacale. Una linea atta a sviluppare una visione più dinamica e fiduciosa per il rilancio del Ticino, in una prospettiva europea intelligente.
- d) Una linea che crede nella democrazia liberale e in un autentico pluralismo dell'informazione e dell'opinione

3. Core Business

3.1. Informazione	Ticino News, Primo piano, Ping Pong, La Poltrona
3.2. Approfondimento	Matrioska , Piazza del Corriere, Future, Fan's club
3.3. Intrattenimento	Tam Tam, , Multitematique, Match Music
3.4. Servizi	Club 99, Millemiglia, Ticino Shopping, Caritas insieme

4. Operatività aziendale

- 4.1 Regolamento aziendale
- 4.2 Organigramma
- 4.3 Cahiers de charges
- 4.4 Risorse umane

5. Strategia di crescita : creare liquidità

Approfittare delle opportunità di acquisto di partecipazioni d'attività affini che possano sviluppare delle sinergie interessanti.

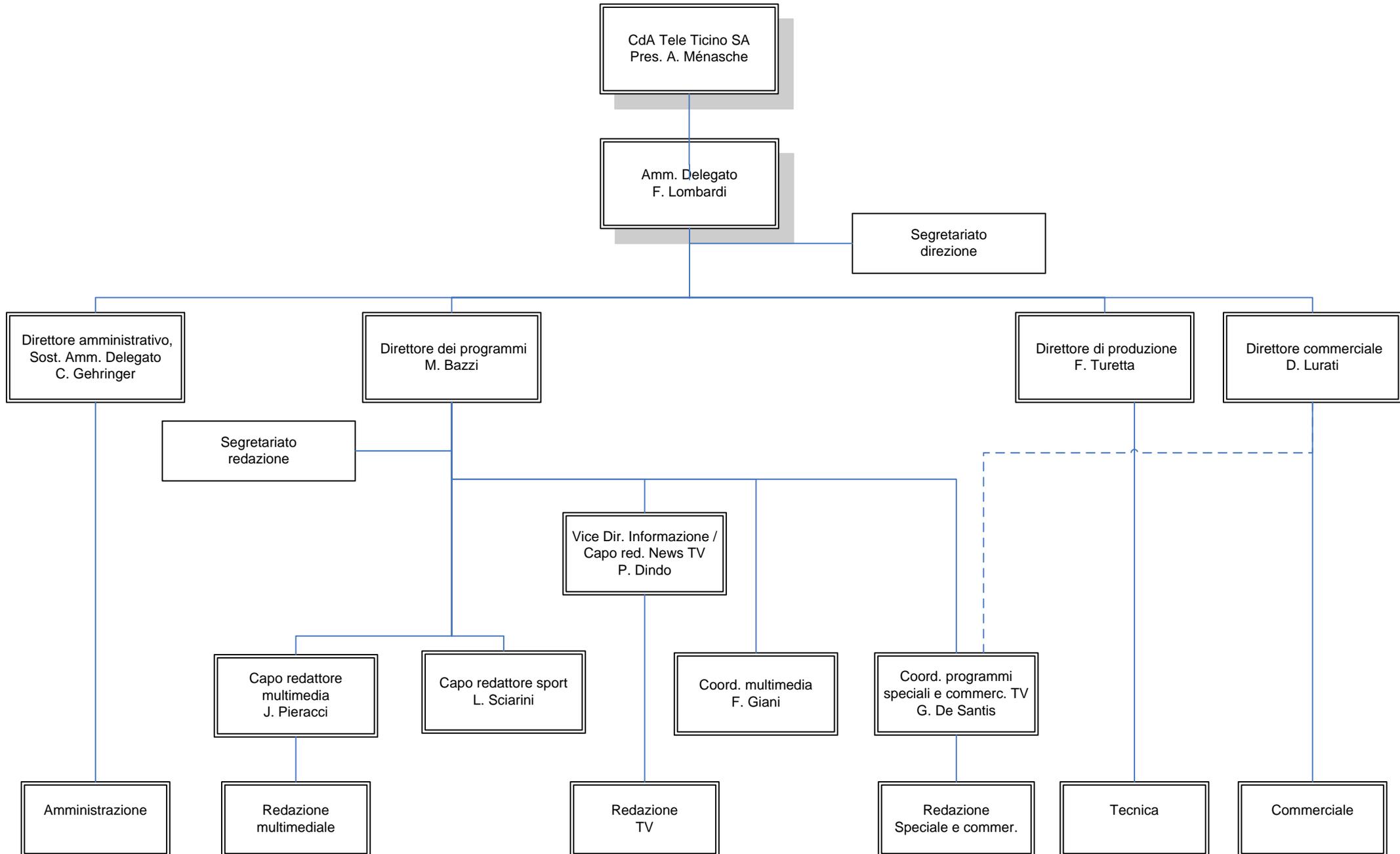
6. Valutazione dei rischi

7. Piano finanziario

- 7.1 Aumento di capitale
- 7.2 Liquidità
- 7.3 Relazione con l'UFCOM

Tele Ticino SA Organigramma

26.03.2007



TeleTicino SA, voti e capitale

(Confidenziale)

<u>Titolari</u>	<u>Azioni portatore</u>	<u>Azioni nominative</u>	<u>Voti</u>		<u>Capitale</u>	
	<u>da CHF 3'000.--</u>	<u>da CHF 1'000.--</u>	<u>numero</u>	<u>%</u>	<u>CHF</u>	<u>%</u>
Giovanni Lombardi	193	418	611	27.16%	997'000.00	20.14%
Filippo Lombardi		297	297	13.20%	297'000.00	6.00%
Banca dello Stato del Cantone Ticino	200		200	8.89%	600'000.00	12.12%
Azienda elettrica ticinese	182		182	8.09%	546'000.00	11.03%
Società Editrice del Corriere del Ticino SA	90	90	180	8.00%	360'000.00	7.27%
Cablecom GmbH	150		150	6.67%	450'000.00	9.09%
Mapebo Immobiliare SA	150		150	6.67%	450'000.00	9.09%
Banca del Ceresio SA	66	66	132	5.87%	264'000.00	5.33%
Associazione Caritas Ticino	105	12	117	5.20%	327'000.00	6.61%
Rigidal AG (Credit Suisse Group)	100		100	4.44%	300'000.00	6.06%
Manor SA	67		67	2.98%	201'000.00	4.06%
Mimi Lepori	18	6	24	1.07%	60'000.00	1.21%
Davide Enderlin	20		20	0.89%	60'000.00	1.21%
Mauro Mini	9	3	12	0.53%	30'000.00	0.61%
Alberto Ménasche		8	8	0.36%	8'000.00	0.16%
TOTALE	1350	900	2250	100.00%	4'950'000.00	100.00%

Relazione del Consiglio d'Amministrazione sull'esercizio 2006 all'Assemblea generale di TeleTicino SA

(Melide, 23 aprile 2007)

1. Premessa

Dopo la forte accelerazione volontaristica del 2005, la riorganizzazione interna e la definizione di una propria "Strategia aziendale 2006-2010" con allegato business plan, TeleTicino ha conosciuto nel 2006 una crescita più moderata quantunque ancora apprezzabile, che le consente di chiudere nuovamente l'esercizio in pareggio con un cash flow positivo. In questo quadro – acquisendo il 43% di Radio 3i SA con effetto al 1. gennaio 2007 – la società ha potuto mettere le basi per i futuri sviluppi multimediali indicati dalla suddetta strategia. Tale partecipazione, in quanto minoritaria, non verrà consolidata ma sarà oggetto di un capitolo specifico nelle nostre future relazioni annuali.

2. Andamento generale 2006: la crescita continua

Il 2006 è stato segnato da un sostanziale consolidamento della crescita eccezionale del 2005, con importanti risultati su diversi piani:

- il miglioramento qualitativo dei programmi (iniziato nel 2005 e proseguito nel 2007);
- la continua crescita degli indici d'ascolto rilevati dal sistema Telecontrol (dal 2005 al 2006 la QdM media annua passa da 1,24% a 1,34%, la penetrazione quotidiana media da 61'500 a 65'600, gli obiettivi 2010 del 2% risp. 90-100'000 sono raggiungibili);
- l'aumento dell'organico aziendale a 45 unità in media (equivalenti a circa 42 tempi pieni);
- la riuscita conclusione della seconda fase degli investimenti tecnici decisi nel 2004 (digitalizzazione della messa in onda e nuova programmazione automatica);
- una crescita del 7,5% di costi e ricavi che rimangono in equilibrio, superando per la prima volta i 5 milioni e mezzo;
- una modesta crescita della quota di canone TV assegnata dall'UFCOM (nel quadro dei soli 6,5 milioni disponibili fino all'entrata in vigore della nuova LRTV, il che ci vale ancora una volta un taglio lineare del 5,4% sulla nostra spettanza teorica ai sensi della legge);
- uno scrupoloso rispetto del budget 2006 tanto sul fronte dei costi che dei ricavi, entrambi fermi a 90 mila fr. in meno del preventivato (-1,5%);
- una chiusura nuovamente in pareggio con un rallegrante cash flow di 350 mila franchi interamente destinati agli ammortamenti.

3. Conto annuale 2006 e rapporto di revisione

Il CdA aveva impostato un **budget di moderata crescita per il 2006**, con una previsione di aumento del 9% tanto delle entrate quanto delle uscite e con l'obiettivo di raggiungere nuovamente il pareggio. Il conto d'esercizio conferma tale previsione, con una crescita leggermente inferiore tanto delle entrate quanto delle uscite e chiude per la seconda volta in rigoroso pareggio a +/- Fr. 0.- dopo aver nuovamente consentito degli ammortamenti adeguati, a parziale compensazione di quanto insufficientemente ammortizzato negli anni precedenti.

Di seguito i dettagli ed i raffronti con gli anni precedenti.

Rispetto al 2005 abbiamo i ricavi e i costi a +7.5%, rispetto al budget siamo a -1,6% per entrambi. Si tratta del nuovo massimo storico per l'azienda, **in equilibrio a Fr. 5'555'868.-**.

La crescita dei ricavi è dovuto tanto al maggior fatturato commerciale, **+7,8%**, quanto alla maggior quota di canone. Crescono produzioni e sponsoring, calano i ricavi da emissione (spot e publiredazionali), rimangono stabili le co-produzioni. Cresce dunque ancora il fabbisogno di lavoro di produzione propria per raggiungere tali risultati.

Fra le voci di spesa crescono sensibilmente i costi di personale, **+13%**, a seguito dell'adeguamento dei livelli salariali e della crescita di organico per affrontare le sfide future. Gli altri costi rimangono stabili a **+1,3%**, con una crescita leggermente più marcata dei costi leasing, dei programmi propri e della produzione per clienti.

In sintesi abbiamo conosciuto una crescita equilibrata delle entrate e delle uscite, proseguendo con vigore il ritmo sostenuto degli ammortamenti, compensando in toto le insufficienze del passato per quanto attiene alle infrastrutture e iniziando un modesto ammortamento dell'immobile.

Il conto economico 2006 – convalidato dal rapporto di revisione della spett. Ernst&Young – chiude dunque con un risultato prima di interessi ed imposte **(EBIT) di 117'239.- Fr.** (nel 2005 era stato di 101'039.-).

L'utile/perdita d'esercizio è stata intenzionalmente fissata esattamente a **Fr. 0.-** (idem nel 2005, mentre nel 2004 avemmo una perdita di Fr. 107'898.-, nel 2003 di Fr. 105'334.-, nel 2002 Fr. 66'576.-, nel 2001 Fr. 49'125.-, nel 2000 Fr. 119'863.-, nel 1999 Fr. 204'798.-). **Non v'è dunque da riportare né utile né perdita.**

Il cash flow di +350'808.- Fr. è attivo per il secondo anno dopo l'unico anno negativo che fu il 2004, il quale faceva peraltro seguito a ben sei anni positivi (nel 2005 fu di +397'520.- Fr., nel 2004 di -57'898.- Fr., nel 2003 di +94'239.- nel 2002 di +233'099.-, nel 2001 di +314'701.-, nel 2000 +176'463.-, nel 1999 +44'000.-).

Gli ammortamenti rimangono parimenti consistenti a **Fr. 350'808.-** (nel 2005 erano di Fr. 397 mila, nel 2004 erano stati solo di Fr. 50'000. per i noti motivi, nel 2003 Fr. 200 mila, nel 2002 Fr. 300 mila, nel 2001 Fr. 363 mila, nel 2000 Fr. 280 mila, nel 1999 Fr. 248 mila) e lasciano ben sperare per il futuro, ritenuto che gli immobilizzi tecnici sono ridotti al minimo ed i nuovi investimenti vengono fatti principalmente in leasing. Come previsto abbiamo finalmente potuto iniziare l'ammortamento dello stabile per **152'000.- Fr.**

4. Bilancio, capitale, crediti, investimenti e leasing

Il bilancio al 31.12.2006 presenta attivi e passivi per Fr. 6'842'360.- (al 31.12.2005 erano 6'174'593.-). Non dovendosi riportare perdita d'esercizio, la perdita di bilancio rimane fissa a Fr. 1'849'897.-. Un livello sopportabile e fortunatamente lontano dai limiti legali a fronte del capitale sociale di 4'950'000.- fr..

I crediti commerciali a fine anno rimangono sostanzialmente stabili e superano di 400 mila Fr. i debiti a corto termine.

Non vi è capitale di terzi a lungo termine, salvo i due mutui ipotecari per complessivi 2,2 milioni concessi dalla BancaStato e coperti da equivalenti cartelle ipotecarie (ne rimangono inutilizzate per 900 mila franchi, stabilite dalla precedente proprietà) e salvo i crediti speciali di Fr. 415 mila ricevuti da terzi per finanziare l'operazione Radio 3iii.

Nel 2006 abbiamo attivato investimenti per 721'701.- franchi, comprensivi di 343'827.- della nuova ala dello stabile destinata ad accogliere la radio, mentre 30 mila Fr. sono di attivazione e 20 mila di ammortamento degli archivi (quello redazionale e quello commerciale sono ora a bilancio per 200 mila Fr., che era l'obiettivo prefissato).

Scaduti il 30.11.06 i vecchi leasing di 600 mila Fr. sulle infrastrutture tecniche (1999), proseguono quelli di 444 mila Fr. accesi nel 2004 per la digitalizzazione della regia e degli studi. A questi si è aggiunto il nuovo leasing per la digitalizzazione dell'emissione (639 mila Fr. al 1. ottobre, 607 mila a fine anno) che assieme ai veicoli aziendali (passati da sette a nove) porta il totale degli impegni leasing a Fr. 1'027'501.- al 31.12.2006 (erano 580'277.- a fine 2005).

5. Strategia aziendale 2006-2010

Come detto in Premessa, la Direzione ed il CdA hanno concentrato i loro sforzi nell'applicazione della "Strategia aziendale 2006-2010" approvata il 31 gennaio 2006. Tale documento (con allegato "Elenco delle Misure concrete, responsabilità individuali e calendario d'esecuzione" e Piano finanziario 2006-2010) definisce i seguenti 12 obiettivi strategici quinquennali:

Obbiettivi	Stato di avanzamento
OS 1. Aggiornare la Linea editoriale	Da effettuare a metà 2007
OS 2. Rinnovare la Concessione	Concorso fine 2007, concessione inizio 2008
OS 3. Equilibrare le Finanze	Raggiunto nel 2005 e nel 2006, rimanere vigili
OS 4. Migliorare l'Offerta	In corso, da introdurre il controllo di qualità
OS 5. Accrescere il Pubblico	In crescita, da migliorare la promozione
OS 6. Valorizzare le Risorse umane	In corso, da migliorare formazione+flussi lavoro
OS 7. Ripensare la Strategia commerciale	In corso con consulenza esterna, pronto fine '07
OS 8. Rinnovare le Infrastrutture	2/3 OK, da digitalizzare produz. news+archivi
OS 9. Estendere la Diffusione	DVB-C+BluewinTV ok, DVB-T+S+H in studio
OS 10. Creare Sinergie multimediali	Vedi Capitolo 7 della presente Relazione
OS 11. Rispondere alla TSI	Situazione di stallo, da valutare
OS 12. Sviluppare la Produzione per terzi	Potenziamento graduale in corso, salto nel 2008

Con relazione al CdA del 29 gennaio 2007, la Direzione ha fatto il punto dettagliato dello stato di avanzamento di questi 12 obiettivi e proseguirà in tal senso. Sull'OS 10. "sinergie multimediali", fondamentale per il futuro dell'azienda che diventa "gruppo" includendo radio e sviluppo web, riferiamo in dettaglio al capitolo 7 (e lo faremo anche negli anni futuri con un capitolo ad hoc della nostra Relazione, pur non consolidando le partecipazioni in quanto inferiori al 50%).

6. Prospettive per il 2007 e gli anni successivi: nuova LRTV e nuova spinta propulsiva con investimento sul futuro

La nuova LRTV – entrata finalmente in vigore il 1. Aprile 2007 assieme alla nuova Ordinanza ORTV – produrrà i propri effetti finanziari solo nel 2008, con nuova concessione e accresciuta quota di canone. Tuttavia TeleTicino deve già affrontare il 2007 con una nuova dinamica propulsiva onde gettare le basi per una solida posizione futura e non accontentarsi di una "vittoria di Pirro", qualora le nuove condizioni legali si accompagnassero ad un calo delle entrate commerciali frutto dell'accresciuta concorrenza sul mercato e del progressivo spostamento dell'utenza verso il web.

Pertanto abbiamo impostato una politica multimediale molto attiva di cui parliamo sotto, ed un budget 2007 che "investe sul futuro" anche per quanto riguarda l'organico e le produzioni di TeleTicino medesima, con una maggiore crescita delle uscite che delle entrate ed una perdita che il CdA ha autorizzato fino a concorrenza di Fr. 300 mila.

Dal 2008 contiamo invece su di una discreta maggior entrata che permetta di dimezzare la perdita riportata entro il 2011 (anziché il 2010, come previsto dall'OS 3. della Strategia aziendale). L'obiettivo sarà allora quello di raggiungere la piena maturità del "progetto TeleTicino" con un budget annuo equilibrato attorno agli 8 milioni.

Nel dettaglio, il **Budget 2007** prevede **ricavi in crescita dell'8% a 6 milioni** (quota canone +10% a Fr. 1'456'000 e ricavi commerciali +7,5% a Fr. 4'546'000.-) e **costi in crescita del 13% a 6,3 milioni**, con una **perdita di 300 mila franchi**. I dati del primo trimestre ci indicano che i costi dovrebbero poter essere rispettati, mentre l'obiettivo commerciale richiederà molto impegno per essere raggiunto.

7. Sviluppo quale Gruppo multimediale

Il fenomeno generale della "convergenza dei media", la rapida transizione verso una fruizione dei contents via web, nonché le sfide particolari del piccolo mercato ticinese (Publisuisse/RTSI commercialmente sempre più aggressiva, portale Ticinonline che intende profilarsi quale operatore radio-TV per conto proprio dopo aver declinato le nostre proposte di sinergia) ci impongono uno sviluppo quale "gruppo multimediale" ancor più accentuato di quanto tratteggiato nella Strategia aziendale 2006-2010.

7.1. Radio 3 iii

La repentina decisione della vecchia proprietà di Radio 3iii SA di cederci – dopo anni di discussioni infruttuose – il pacchetto di controllo dell'emittente (42% a TeleTicino e 11% al nostro partner Umberto Giovine) ci ha consentito di accelerare i tempi, portando a Melide la sede della radio e integrandola nella nostra gestione (pur con conti, azionariato e CdA chiaramente separati).

Alberto Méнасche è entrato nel CdA della Radio, presieduto da Umberto Giovine, mentre Filippo Lombardi ha assunto la funzione di Amministratore delegato.

Il Board di direzione di TeleTicino ha assunto, con la medesima ripartizione delle responsabilità, le funzioni di direzione della radio (amministrazione, programmi, tecnica, commerciale).

Un primo miglioramento dell'informazione ha già avuto luogo, sotto la supervisione del nostro Direttore dei Programmi Marco Bazzi, mentre il fatturato commerciale denota una rallegrante crescita. Ulteriori passi avranno luogo nei prossimi mesi, mentre un rimpasto complessivo del palinsesto (con relativa campagna di comunicazione) avverrà ad inizio 2008.

7.2. Radio Fiume Ticino

Con questa emittente sono in corso discussioni per il rilevamento di una quota minoritaria e per un accordo di gestione che permetterebbe di centralizzare alcuni servizi, di coordinare l'informazione e di diversificare per contro palinsesti dell'animazione e della musica, ritenuto che entrambe le emittenti sono chiamate a coprire gran parte della popolazione ticinese a seguito della modifica dell'ORTV in merito alle zone di diffusione (Luganese concesso quale "zona B" a RFT, Locarnese e Bellinzonese a Radio 3iii).

7.3. Ticinonews.ch

Parimenti abbiamo potuto acquisire il portale www.ticinonews.ch assumendo il suo ideatore Filippo Giani, divenuto "coordinatore multimedia" del Gruppo. Il portale dispone già di un discreto pubblico (ca. 2 milioni di pagine visitate al mese, quasi 30 mila single users mensili) e viene attualmente rinnovato a tappe. Integra già le componenti TeleTicino e Radio 3iii, ed è destinato ad essere ridisegnato nella seconda metà del 2007/inizio 2008.

8. Proposte per le nomine statutarie

Il Consiglio d'amministrazione di TeleTicino è stato eletto per un anno il 5 aprile 2006. Si ripropone in blocco all'Assemblea per l'anno 2007-2008 con la seguente composizione:

- Alberto Méнасche, presidente CdA;
- Filippo Lombardi, amministratore delegato;
- Donato Barbuscia, Rocco Barzaghini, Marco Bertoli, Franco Ghezzi, Roby Noris, Peter Keller e Giorgio Ricci, membri.

Quale ufficio di revisione, il CdA propone di riconfermare per un anno la spett. Ernst & Young di Lugano nella persona del sig. Stefano Caccia.

Melide, 2 aprile 2007

Per il Consiglio d'Amministrazione

Alberto Méнасche, presidente

Filippo Lombardi, delegato

All'Assemblea generale degli azionisti della
Tele Ticino SA, Melide

Lugano, 22 marzo 2007

Rapporto dell'Ufficio di revisione

In qualità di Ufficio di revisione abbiamo verificato la contabilità e il conto annuale (bilancio, conto economico e allegato) della Tele Ticino SA per l'esercizio chiuso al 31.12.2006.

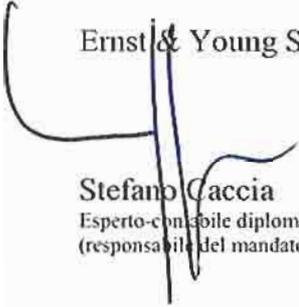
Il Consiglio d'amministrazione è responsabile dell'allestimento del conto annuale, mentre il nostro compito consiste nella sua verifica e nell'espressione di un giudizio in merito. Confermiamo di adempiere i requisiti legali relativi all'abilitazione professionale e all'indipendenza.

La nostra verifica è stata effettuata conformemente alle norme della categoria professionale svizzera, le quali richiedono che la stessa venga pianificata ed effettuata in maniera tale che anomalie significative nel conto annuale possano essere identificate con un grado di sicurezza accettabile. Abbiamo verificato le posizioni e le informazioni del conto annuale mediante procedure analitiche e di verifica a campione. Abbiamo inoltre giudicato l'applicazione dei principi contabili determinanti, le decisioni significative in materia di valutazione, nonché la presentazione del conto annuale nel suo complesso. Siamo dell'avviso che la nostra verifica costituisca una base sufficiente per la presente nostra opinione.

A nostro giudizio la contabilità ed il conto annuale sono conformi alle disposizioni legali svizzere e statutarie.

Raccomandiamo di approvare il conto annuale a Voi sottoposto.

Ernst & Young SA



Stefano Caccia
Esperto-contabile diplomato
(responsabile del mandato)



Paolo Rezzonico
lic. oec. publ.

Allegato:

– Conto annuale (bilancio, conto economico e allegato)

TELE TICINO SA, MELIDE

BILANCIO AL 31 DICEMBRE 2006

	<u>31.12.2006</u>	<u>31.12.2005</u>
	CHF	CHF
ATTIVI		
Sostanza circolante		
Mezzi liquidi	1'483'144	1'180'440
Crediti commerciali		
verso terzi netti	1'280'543	1'284'900
verso azionisti	34'970	36'315
Ratei e risconti attivi	107'521	95'675
Totale sostanza circolante	<u>2'906'178</u>	<u>2'597'330</u>
Sostanza fissa materiale		
Immobilizzi tecnici	232'413	189'833
Scenografia studi televisivi	110'661	95'458
Archivio	199'150	189'150
Automezzi	7'518	5'871
Macchine e mobilio d'ufficio	280'163	210'806
Rinnovo immobile	293'997	293'909
Spese acquisto immobile	10'453	14'063
Stabile	1'475'000	1'550'000
Nuova area stabile	326'827	0
Terreno	1'000'000	1'000'000
Totale sostanza fissa materiale	<u>3'936'182</u>	<u>3'549'090</u>
Sostanza fissa immateriale		
Spese di costituzione	0	16'198
Totale sostanza fissa immateriale	<u>0</u>	<u>16'198</u>
TOTALE ATTIVI	<u><u>6'842'360</u></u>	<u><u>6'162'618</u></u>

TELE TICINO SA, MELIDE
BILANCIO AL 31 DICEMBRE 2006

	31.12.2006	31.12.2005
	CHF	CHF
PASSIVI		
Capitale terzi a corto termine		
Debiti commerciali:		
verso terzi	914'638	714'890
verso azionisti	1'065	1'065
Prestiti da terzi	50'000	0
Ratei e risconti passivi	157'553	142'559
Totale capitale terzi a corto termine	1'123'257	858'515
Capitale terzi a lungo termine		
Prestiti da terzi	415'000	
Ipoteca	2'200'000	2'200'000
Totale capitale terzi a lungo termine	2'615'000	2'200'000
Totale capitale terzi	3'738'257	3'058'515
Capitale proprio		
Capitale sociale	4'950'000	4'950'000
Riserva legale	4'000	4'000
Perdita di bilancio		
<i>Perdita riportata</i>	-1'849'897	-1'849'897
<i>Risultato d'esercizio</i>	0	0
Perdita di bilancio	-1'849'897	-1'849'897
Totale capitale proprio	3'104'103	3'104'103
TOTALE PASSIVI	6'842'360	6'162'618

TELE TICINO SA, MELIDE

CONTO ECONOMICO PER L'ESERCIZIO 2006

	2006	2005
	CHF	CHF
RICAVI		
Ricavi della produzione		
Ricavi da emissioni	1'639'692	1'880'380
Ricavi da sponsoring	1'058'551	804'438
Ricavi da coproduzioni	460'924	483'320
Ricavi da produzioni	736'159	494'545
Ricavi da riproduzioni	45'612	24'431
Altri ricavi	307'734	294'005
UFCOM	1'324'099	1'231'500
Totale ricavi della produzione	5'572'771	5'212'619
Diminuzioni dei ricavi	-16'903	-44'679
Totale RICAVI	5'555'868	5'167'940
COSTI		
Costi materiali e prestazioni		
Costi da emissioni per clienti	0	-13'475
Costi coproduzioni	-190'426	-155'581
Costi produzioni per clienti	-177'421	-74'673
Costi riproduzioni	-12'826	-3'154
Costi programmi propri	-336'086	-280'718
Costi programmi speciali	-245'275	-300'794
Attivazioni (archivi)	30'000	30'000
Totale costi materiali e prestazioni	-932'034	-798'394
Costi del personale		
Costi del personale interno	-2'919'494	-2'537'300
Costi del personale esterno	-140'086	-166'752
Totale costi del personale	-3'059'580	-2'704'052
Costi diversi d'esercizio		
Costi uso immobili	-49'278	-42'005
Costi man/rip/sost impianti e mobilio	-311'546	-241'411
Costi veicoli	-90'607	-77'495
Assicurazioni e contributi	-71'666	-74'330
Costi energia	-53'084	-54'713
Costi amministrazione	-178'612	-198'126
Costi pubblicità e marketing	-218'850	-271'216
Altri costi d'esercizio	-145'913	-192'379
Risultato finanziario	-93'890	-77'415
Ammortamenti	-350'808	-397'520
Totale costi diversi d'esercizio	-1'564'254	-1'626'610
Costi e ricavi straordinari	0	-38'885
Totale COSTI	-5'555'868	-5'167'940
Perdita d'esercizio	0	0

TELE TICINO SA, MELIDE
ALLEGATO AL 31 DICEMBRE 2006

	<u>31.12.2006</u>	<u>31.12.2005</u>
	CHF	CHF
Attivi costituiti in pegno		
Immobile		
Valore contabile del terreno e dello stabile	3'095'823	2'857'972
Cartelle ipotecarie gravanti l'immobile CHF 3'100'000 di cui depositate a pegno	2'200'000	2'200'000
Ipoteca: Banca dello Stato del Cantone Ticino	2'200'000	2'200'000
Impegni leasing		
Impegni leasing non a bilancio	1'027'501	574'089
Valore assicurativo		
Installazioni	1'403'440	1'403'440
Merce	395'000	395'000
Stabile	2'500'000	2'500'000

Mandato di prestazioni a TeleTicino

Radio 3i Società Anonima in Melide, beneficiaria di una concessione federale quale emittente radiofonica locale su OUC, dà mandato a TeleTicino SA in Melide di gestire operativamente l'emittente medesima sulla base delle seguenti condizioni:

- a) Applicazione della Linea editoriale allegata.
- b) Rigoroso rispetto dell'indipendenza della redazione, la cui conduzione incombe alla caporedattrice responsabile di Radio 3iii, signora Laila Meroni.
- c) Fatturazione dei costi delle prestazioni amministrative, tecniche, di coordinamento e di direzione, secondo gli accordi stipulati e verbalizzati dai rispettivi Consigli di amministrazione, con l'obiettivo di mantenere il pareggio del conto economico, gli ammortamenti e le riserve necessarie agli investimenti futuri, e di allestire la relativa documentazione per la vigilanza di competenza dell'UFCOM.

Melide, 3 gennaio 2007

Per il Consiglio d'Amministrazione di Radio 3i SA

Umberto Giovine, presidente



PALINSESTO 2008 "Prime - Time"

valido dal 07.01 al 20.06.2008

ORE	LUNEDÌ REPLICHE POMERIDIANE	MARTEDÌ REPLICHE POMERIDIANE	MERCOLEDÌ REPLICHE POMERIDIANE	GIOVEDÌ REPLICHE POMERIDIANE	VENERDÌ REPLICHE POMERIDIANE	SABATO REPLICHE POMERIDIANE	DOMENICA REPLICHE POMERIDIANE
17	17:00 SOAP OPERA	17:00 SOAP OPERA	17:00 SOAP OPERA	17:00 SOAP OPERA	17:00 SOAP OPERA	SOAP OPERA	CONFESSIONI
						17:15 SOAP OPERA	
18	17:45 SOAP OPERA	17:45 SOAP OPERA	17:45 SOAP OPERA	17:45 SOAP OPERA	17:45 SOAP OPERA		17:30 AGRISAPORI
						18:00 CARITAS INSIEME	18:00 CARITAS INSIEME
18	18:30 ZOOM BELLEZZA mensile	18:30 ISTANTANEA	18:30 GPS MOTORI	18:30 L'ARCA DI NOÈ	18:30 ISTANTANEA	18:30 ZOOM BELLEZZA mensile	18:30 GPS MOTORI
19	18:45 TICINO NEWS	18:45 TICINO NEWS	18:45 TICINO NEWS	18:45 TICINO NEWS	18:45 TICINO NEWS	18:45 TICINO NEWS Meteo	18:45 TICINO NEWS 7
						19:00 GPS MOTORI	
19	19:15 AGGIOR. FINANZIARIO	19:15 AGGIOR. FINANZIARIO	19:15 AGGIOR. FINANZIARIO	19:15 AGGIOR. FINANZIARIO	19:15 AGGIOR. FINANZIARIO		
	19:20 ISTANTANEA	19:20 PRIMO PIANO	19:20 L'ARCA DI NOÈ	19:20 PRIMO PIANO	19:20 FACCIA A FACCIA	19:20 L'ARCA DI NOÈ	19:15 ISTANTANEA
20	19:35 TICINO NEWS	19:35 TICINO NEWS	19:35 TICINO NEWS	19:35 TICINO NEWS	19:35 TICINO NEWS	19:35 TICINO NEWS Meteo	19:30 AGRISAPORI
						19:50 VIETATO AI MAGGIORI	20:00 TICINO NEWS 7
20	20:10 AGGIOR. FINANZIARIO	20:10 AGGIOR. FINANZIARIO	20:10 AGGIOR. FINANZIARIO	20:10 AGGIOR. FINANZIARIO	20:10 AGGIOR. FINANZIARIO		
	20:15 ZOOM BELLEZZA mensile	20:15 PRIMO PIANO	20:15 ISTANTANEA	20:15 PRIMO PIANO	20:15 ZOOM BELLEZZA mensile		
20	20:30 TICINO NEWS	20:30 TICINO NEWS	20:30 TICINO NEWS	20:30 TICINO NEWS	20:30 TICINO NEWS	20:20 TICINO NEWS Meteo	20:30 L'ARCA DI NOÈ
						20:40 GPS MOTORI	20:45 ZOOM BELLEZZA mensile
21	20:55 AGGIOR. FINANZIARIO	20:55 AGGIOR. FINANZIARIO	20:55 AGGIOR. FINANZIARIO	20:55 AGGIOR. FINANZIARIO	20:55 AGGIOR. FINANZIARIO		
	21:00 CONFESSIONI	21:00 PIAZZA DEL CORRIERE	21:00 MATRIOSKA	21:00 FUORIGIOCO	21:00 IL PONTE	21:00 MATRIOSKA	21:00 PIAZZA DEL CORRIERE
21					21:30 FACCIA A FACCIA		
	21:45 PALLA AL CENTRO		21:45 MATRIOSKA	21:45 FUORIGIOCO	21:45 AGRISAPORI	21:45 MATRIOSKA	
22	22:15 GPS MOTORI	22:15 ZOOM BELLEZZA mensile			22:15 L'ARCA DI NOÈ		22:15 FACCIA A FACCIA
22	22:30 AGRISAPORI	22:30 TICINO NEWS Meteo	22:30 PALLA AL CENTRO	22:30 AGRISAPORI	22:30 TICINO NEWS Meteo	22:30 CONFESSIONI	22:30 GPS MOTORI
							22:45 PRIMO PIANO
23	23:00 TICINO NEWS	23:00 AGGIOR. FINANZIARIO	23:00 TICINO NEWS	23:00 TICINO NEWS	23:00 AGGIOR. FINANZIARIO		
23	23:30 AGGIOR. FINANZIARIO	23:30 FUTURE	23:30 TICINO NEWS	23:30 TICINO NEWS	23:30 FUTURE		23:15 TICINO NEWS 7
						23:15 TICINO NEWS Meteo	
23	23:30 PALLA AL CENTRO	23:30 PRIMO PIANO	23:30 L'ARCA DI NOÈ	23:30 PRIMO PIANO	23:30 FACCIA A FACCIA	23:30 GPS MOTORI	23:30 AGRISAPORI
24	00:00 CONFESSIONI	23:45 PIAZZA DEL CORRIERE	23:45 MATRIOSKA	23:45 FUORIGIOCO	23:45 IL PONTE	23:45 FUORIGIOCO	00:00 CARITAS INSIEME
						00:15 PROGRAMMI NO STOP	
24			00:30 MATRIOSKA				00:30 PROGRAMMI NO STOP

CHIAVE DI LETTURA:

Informazione	Dibattito in studio	Economia e finanza	Intrattenimento	Soap opera	Integrazione	Rubriche Commerciali
Approfondimento	Confronto	Rubrica di attualità	Sport	Documentari	Religione e socialità	Blocchi pubblicitari



Ticino News

Tipologia: Telegiornale d'informazione locale

Orario di emissione: da lunedì a sabato alle 18.45

Durata: 25 minuti

Contenuto:

Ticino News riferisce i principali avvenimenti della giornata, offrendo al pubblico ticinese notizie, servizi e commenti con la vivacità, l'agilità e la tempestività che da sempre contraddistinguono il telegiornale regionale curato dalla redazione diretta da Marco Bazzi.

Ogni lunedì, inoltre, *Ticino News* presenta *Il lupo e l'agnello* della settimana: due personaggi vengono messi a confronto e i telespettatori hanno la possibilità di esprimere la propria preferenza votandoli tramite sms. Il risultato viene comunicato il venerdì all'interno del telegiornale.

Al termine di *Ticino News* seguono le previsioni del tempo.



Ticino News 7

Tipologia: Riepilogo della cronaca della settimana

Orario di emissione: domenica alle 18.45

Durata: 30 minuti

Contenuto:

Ticino News 7 è il rotocalco della domenica che ripropone i principali servizi della settimana proposti dalla redazione di "Ticino News".



Primo Piano

Tipologia: Approfondimento

Orario di emissione: martedì alle 19.15

Durata: 12 minuti

Contenuto:

Il martedì e il giovedì, dopo *Ticino News* e le previsioni del tempo, lo studio del telegiornale dà spazio ad un ospite con il quale il giornalista commenta, oltre al tema per cui viene invitato, pure un paio di avvenimenti del giorno o della settimana.



Confessioni

Tipologia: Talk-show

Orario di emissione: lunedì alle 21.00

Conduttori: Prisca Dindo e Andrea Leoni

Durata: 45 minuti

Contenuto:

Si intitola *Confessioni* e non a caso. È nell'intimità di un confessionale che gli ospiti di Prisca Dindo e Andrea Leoni si raccontano. Un talk-show per fornirvi un ritratto inusuale di personaggi della politica, dello spettacolo e della cultura ticinese. Una chiacchierata un po' scanzonata ma senza peli sulla lingua, tra il pubblico e il privato. Due le confessioni previste per ogni puntata, ogni lunedì in prima serata.



Arena medica

Tipologia: Settimanale di medicina

Orario di emissione: lunedì alle 22.30

Conduttrice: Simona Galli

Durata: 30 minuti

Contenuto:

Arena Medica affronta in ogni puntata una determinata patologia, selezionata tra quelle più diffuse o di maggior interesse per il grande pubblico.

Lo specialista in studio analizza le cause della patologia in questione, mette a fuoco i sintomi e, soprattutto, illustra le terapie che possono portare al suo alleviamento o alla guarigione.



Piazza del Corriere

Tipologia: Dibattito

Orario di emissione: martedì alle 21.00

Conduttori: Giancarlo Dillena, Alfonso Tuor, Mario Tettamanti, Carlo Manzoni, Saverio Snider

Durata: 75 minuti

Contenuto:

Piazza del Corriere affronta temi di attualità che hanno una significativa incidenza sulla realtà cantonale. Basata su materiali raccolti dalla redazione del Corriere del Ticino, la trasmissione è una testimonianza concreta delle possibilità di collaborazione tra stampa scritta e mezzo televisivo. Una caratteristica peculiare dell'emissione è la possibilità per il pubblico di intervenire telefonicamente in diretta con domande e osservazioni.



Matrioska

Tipologia: Dibattito

Orario di emissione: mercoledì alle 21.00

Conduttore: Marco Bazzi

Durata: 90 minuti

Contenuto:

La prima serata del mercoledì è, come da tradizione, con *Matrioska*, un confronto a più voci, moderato con piglio grintoso dal Direttore dell'Informazione di TeleTicino Marco Bazzi. Ogni settimana, vengono affrontati quei temi di politica, sport, cronaca, economia, socialità e cultura, che fanno discutere in Ticino e non solo.

La trasmissione, inoltre, coinvolge attivamente i telespettatori che sono invitati ad esprimere la propria opinione rispondendo ad un sondaggio telefonico i cui risultati vengono analizzati e commentati in diretta dagli ospiti in studio.



Fuorigioco

Tipologia: Trasmissione sportiva

Orario di emissione: giovedì alle 21.00

Conduttore: Luca Sciarini

Durata: 90 minuti

Contenuto:

Fuorigioco è l'appuntamento del giovedì sera degli sportivi: una finestra su calcio e hockey, ma non solo. Ogni settimana gli ospiti di Luca Sciarini fanno il punto della situazione su campionato, situazioni societarie, movimenti di mercato, rapporto tra socialità e sport, ecc...

Anche il pubblico può partecipare attivamente alla trasmissione con osservazioni e domande che possono essere poste inviando un sms al numero 939 o una mail a fuorigioco@teleticino.ch



Palla al centro

Tipologia: Rubrica del calcio minore, una coproduzione RTSI-TeleTicino

Orario di emissione: lunedì alle 21.45

Conduttore: Davide Riva

Durata: 30 minuti

Contenuto:

Palla al centro, la nuova trasmissione dedicata al calcio regionale della Svizzera italiana. Il ciclo comprende 24 puntate e copre l'intera durata dei campionati regionali.

Palla al centro è co-prodotta da RTSI e TeleTicino e sarà diffusa su entrambe le emittenti. Produzione esecutiva di TeleTicino, programma curato da Gianni Bernasconi e condotto da Davide Riva.

Il programma affronterà in una trentina di minuti i temi di attualità sportiva e di costume del vasto mondo del calcio regionale con ospiti in studio e servizi girati nei campi da gioco della nostra regione. Fra le novità di quest'anno, l'introduzione di uno spazio riservato per "la regola del calcio", un appuntamento settimanale con Francesco Bianchi, presidente degli arbitri svizzeri, che spiega di volta in volta le regole del gioco.



Faccia a Faccia

Tipologia: Dibattito

Orario di emissione: venerdì alle 19.20

Conduce: Italo Carrasco

Durata: 12 minuti

Contenuto:

Ogni settimana, nello studio di *Faccia a Faccia* si confrontano e si scontrano due personaggi del mondo politico, economico o sociale ticinese, su temi che caratterizzano l'attualità cantonale e non solo.



Il Ponte

Tipologia: Settimanale d'informazione sull'integrazione degli stranieri. Vincitore del "Premio svizzero dell'integrazione 2005"

Orario di emissione: venerdì alle 21.00

Conduce: Zlatko Hodzic

Durata: 30 minuti

Contenuto:

La trasmissione si prefigge di favorire l'apertura e la comprensione reciproca tra svizzeri e stranieri, al fine di alimentare le rispettive conoscenze delle tradizioni e della cultura.

Tra i temi trattati spiccano: l'integrazione, le piccole o medie imprese gestite da stranieri, i rapporti interpersonali sul lavoro e in società, gli eventi culturali delle diverse etnie, la lotta al razzismo e la difesa dei diritti umani.

La Commissione federale degli stranieri e l'Ufficio federale della migrazione hanno assegnato il primo "Premio svizzero dell'integrazione" alla trasmissione *Il Ponte*, curata da Zlatko Hodzic e realizzata da Olmo Invernizzi. Questo prestigioso riconoscimento è stato istituito per sottolineare il o i progetti che maggiormente contribuiscono a promuovere la causa dell'integrazione degli stranieri nel nostro Paese.



GPS – Guida. Passione. Sicurezza.

Tipologia: magazine settimanale dedicato al mondo dei motori e alla sicurezza stradale

Conduce: Caroline Roth

Durata: 15 minuti

Orario di emissione: sabato alle 19.00

Contenuto:

Il DNA di *GPS* - magazine settimanale dedicato al mondo dei motori e alla sicurezza stradale -, è iscritto nel suo stesso nome. Oltre ad essere l'acronimo di Guida Passione e Sicurezza, *GPS* è, soprattutto, il navigatore satellitare montato sulle automobili: quello straordinario apparecchio capace di aiutare il conducente a trovare la via più nascosta, anche nel traffico più intenso.

Non a caso, infatti, *GPS* si prefigge proprio questo obiettivo: orientare il telespettatore-consumatore- appassionato di automobili nella scelta di un nuovo veicolo; nel comportamento più corretto da adottare sulle strade; nella conoscenza delle ultime tecnologie applicate al mondo dei motori; oppure, lo invita semplicemente a sognare, mostrandogli le immagini - sempre accattivanti - di vetture da sogno.



EnergEtica

Tipologia: Magazine tecnico-scientifico

Orario di emissione: lunedì alle 21.30

A cura di: Gianfranco De Santis

Durata: 12 minuti

Contenuto:

EnergEtica è un viaggio nell'etica dell'energia. In questa nuova serie scopriremo, insieme ad esperti di calibro nazionale ed internazionale, quali sono le possibilità concrete offerte da scienza e tecnica per produrre oggi e domani energia sufficiente per i nostri bisogni, ma nel rispetto dell'ambiente.



Aktivo

Tipologia: Settimanale dedicato alla terza età

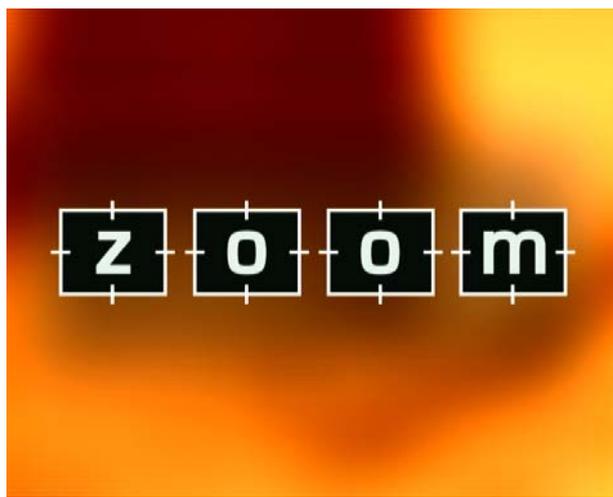
Orario di emissione: giovedì alle 19.15

A cura di: Alessandra Cattori e Francesco Pellegrinelli

Durata: 12 minuti

Contenuto:

Aktivo è un programma interamente dedicato alla terza età. Alessandra Cattori incontra di volta in volta persone anziane che illustrano le loro attività.



Zoom

Tipologia: Reportage

A cura di: Alessandra Cattori e Isabella Aricò

Orario di emissione: giovedì alle 18.30

Contenuto:

Zoom va a catturare le curiosità, le iniziative, le novità, i personaggi e le realtà del nostro Cantone.

I temi trattati sono di vario genere: si va dalla cultura (mostre, rassegne, eventi, fondazioni) alla socialità (istituti, foyer, consultori), dallo spettacolo allo sport (manifestazioni, associazioni) e non solo...



Zoom Bellezza

Tipologia: Rubrica sulle acconciature e sul make up

Orario di emissione: lunedì alle 18.30

A cura di: Caroline Roth

Durata: 12 minuti

Contenuto:

Voglia di cambiare look? I nostri hairstylist sono a disposizione dei telespettatori che sono stufi della propria immagine! Le telecamere di TeleTicino seguono le varie fasi del cambiamento: acconciatura, colorazione, mèches, trattamenti curativi e anche una consulenza personalizzata sul trucco.



L'istantanea

Tipologia: Flash su società, economia e ambiente

Orario di emissione: lunedì alle 19.20 (al termine del ciclo di Gulliver)

A cura di: Gianfranco de Santis

Durata: 12 minuti

Contenuto:

L'istantanea offre una visione su tematiche e realtà che interessano tutti noi. Tocca aspetti legati alla vita pubblica, economica e ambientale. Ascolta le vostre opinioni e quelle degli esperti. Un modo dunque per capire insieme e formarsi un'opinione anche sui fenomeni più complessi.



Gulliver

Tipologia: Reportage

A cura di: Gianfranco De Santis

Orario di emissione: lunedì alle 19.20 (al termine del ciclo de L'Istantanea)

Durata: 12 minuti

Contenuto:

“*Gulliver*” è il nuovo format dedicato ad importanti realtà imprenditoriali ticinesi che si sono distinte nel panorama nazionale, europeo ed internazionale grazie alla loro creatività, iniziativa ed inventiva.

Con piglio dinamico e vivace “*Gulliver*” intraprenderà un viaggio all’interno delle stesse evidenziandone la storia, gli aspetti produttivi e tecnologici e la politica manageriale. Illustrerà inoltre le opportunità di lavoro proposte dalle aziende presentate e da altre aziende ticinesi in collaborazione con Aiti.

L'ARCA DI NOÈ

L'Arca di Noè

Emissione: mercoledì alle 19.20

Durata: 15 minuti

A cura di: Sara Bellini, con la collaborazione di Isabella Aricò

Realizzazione: Elena Albanese

In collaborazione con: Migros Ticino e Protezione Svizzera Animali

Contenuto:

Seconda edizione per *L'Arca di Noè*, la cui formula rimane invariata: ogni settimana vi saranno rubriche fisse e argomenti di varia natura, il tutto senza lasciare spazio a sbadigli e condensato in soli 15 minuti!

La parte più importante va ai trovatelli di *"Cerco Casa"*, con gli appelli fatti direttamente dai rifugi di Lugano e Dintorni, Locarno e Vallemaggia, Ceresio e Mendrisiotto, Biasca e Valli. Vi sono poi gli appuntamenti con la salute e l'alimentazione; le ricerche dei fuggitivi a quattro zampe di *"Wanted!"*; i servizi su associazioni, esposizioni, dibattiti, ecc.; i reportage di Mark Rissi della Protezione Svizzera degli Animali e, naturalmente, il concorso fotografico *"Un sorriso con i baffi!"*, con un bel bottino: tutte le settimane, 100 franchi in buoni-acquisto in palio tra quanti votano via sms e il superpremio finale da 1000 franchi in buoni-acquisto per lo scatto preferito.

Per partecipare al concorso fotografico *"Un sorriso con i baffi!"* e vedere i vostri beniamini in TV, spedite una foto a: arcadinoe@teleticino.ch oppure L'Arca di Noè, TeleTicino, Via Carona 6, 6815 Melide.



Vietato ai maggiori!

Tipologia: Talk-show con i ragazzi

Orario di emissione: sabato alle 19.45

Conduce: Alessandra Cattori

Durata: 30 minuti

Contenuto:

I ragazzi in studio dicono la loro sul "tema della settimana": sogni, aspirazioni, famiglia, sport, hobby, amicizia, amore, mettendo talvolta in discussione il mondo degli adulti e dibattendo sulle questioni che fanno parlare anche i "grandi".



Future

Tipologia: Bisettimanale di economia e finanza

Orario di emissione: martedì e venerdì alle 23.00

Conduttore: Alfonso Tuor

Durata: 30 minuti

Contenuto:

Future fornisce un continuo aggiornamento sull'andamento dei mercati finanziari, non solo ai telespettatori del Cantone, ma anche a quelli italiani. La trasmissione, infatti, viene diffusa anche nella vicina penisola ed è visibile sino in Liguria.

Oltre alla presenza in studio di esperti della piazza finanziaria ticinese, sollecitati ad esprimere analisi e previsioni sull'andamento dei mercati azionari, obbligazionari e dei cambi, la trasmissione si avvale della collaborazione della redazione dell'agenzia Bloomberg per quel che concerne l'indicazione delle tendenze borsistiche, ovvero indici, titoli, valute, ecc.

Intento di *Future* è pure quello di mettere in evidenza gli *atouts* della piazza finanziaria ticinese e la volontà di resistenza a taluni attacchi esterni.



Agrisapori

Tipologia: Programma di agriturismo ed enogastronomia

Orario di emissione: domenica alle 12.30

A cura di: Antonio Gavazza e Fabrizio Salce

Durata: 25 minuti

Contenuto:

Agrisapori accompagna il telespettatore alla scoperta delle tradizioni, della storia e della cultura dell'agricoltura e dell'enogastronomia italiane.

Nel corso delle puntate vengono affrontate le più disparate tematiche inerenti i prodotti tipici italiani e non solo, evidenziandone la genuinità e conoscendone le fasi di produzione: dalla zootecnica all'ortofrutta, dal comparto lattiero caseario a quello degli insaccati, dai dolci alle grandi manifestazioni di settore, dalle riforme legislative all'enogastronomia.

Tradizioni, storia, cultura ma anche territorio e ambiente, filiere produttive e mercati, in un contesto televisivo che racconta le cose mediante un linguaggio informativo esplicito per il pubblico.



Caritas Insieme

Tipologia: Magazine settimanale di informazione sociale e religiosa

Orario di emissione: sabato alle 18.00

Conduttori: I collaboratori di Caritas Ticino

Durata: 30 minuti

Contenuto:

Un magazine televisivo prodotto e realizzato da Caritas Ticino nel suo studio TV di Pregassona con la collaborazione di amici e volontari.

In onda da Natale del 1994, questa trasmissione di approfondimento legata all'attività multiforme dell'editore Caritas Ticino si muove in parallelo con la rivista omonima su carta e online. Lo scopo è quello di dare voce a esperienze, che sul fronte sociale e ecclesiale sono segni di speranza.

Caritas Insieme apre con la rubrica "Il Vangelo in casa" con don Giorgio Paximadi, esegeta, che conversa con Dante Balbo su una barca ondeggiante sul lago di Tiberiade, uno scenario virtuale realizzato con grafica 3D.

Il secondo spazio è dedicato a informazioni, approfondimenti e testimonianze; partendo dall'osservatorio di Caritas Ticino si alternano temi sociali o di vita ecclesiale, accogliendo ospiti in studio o realizzando in esterno servizi e interviste. Tematiche ricorrenti sono: disagio sociale, lotta alla disoccupazione, programmi occupazionali, famiglia, anziani, terzo mondo, povertà, esperienze di comunità, movimenti e volontariato.

Nuova rubrica: "Isolario - mappe di isole e arcipelaghi visibili ed invisibili" con lo psichiatra Graziano_Martignoni.

Spostandosi ai quattro angoli della rete mondiale, dialogando con una webcam che gli svolazza intorno, lo psichiatra Graziano Martignoni, qui in veste di filosofo traghettatore del web, spazia da concetti come viaggio ed errare, esodo ed esilio, oggetti cambiati dalla modernità, uomini trasformati dalla comunicazione, imprigionati dal pensiero debole.

Breve manuale di giornalismo

Premessa

Per fare il giornalista occorre avere due passioni: la lettura e la scrittura. E una virtù, che alcuni considerano un difetto: un'accanita curiosità.

Un buon giornalista resta tale sia che lavori per un giornale sia che lavori per un media elettronico, televisione, radio, portale internet.

Il giornalismo è un mestiere che non si apprende a scuola ma in redazione, e soprattutto *fuori* dalla redazione. E per apprenderlo bene bisogna avere quella che un tempo si chiamava *la stoffa*. Chi pensa che il giornalismo sia un ripiego per mancati avvocati o ingegneri o insegnanti, ha sbagliato lavoro ed è meglio che lo cambi.

Una delle cose che chi fa giornalismo dovrebbe dimenticare, soprattutto nei primi anni di pratica, è l'orologio. E anche il calendario delle festività. È un mestiere che neppure la sera ammette di essere lasciato fuori dalla porta di casa. Potremmo quasi parlare di *missione*.

Il giornalismo è un mestiere ad alto rischio di errore e che si può imparare soltanto sbagliando. L'abilità sta nel non commettere troppi errori e soprattutto non così gravi da bruciarsi in partenza carriera e credibilità. Nella cronaca locale, paradossalmente, vengono perdonati più facilmente errori gravi (una notizia infondata) che errori banali: un nome sbagliato, una località storpiata, ecc.

L'imparzialità è un principio irrinunciabile di questo mestiere. Non l'oggettività, che deve comunque essere un obiettivo a cui tendere. Ma l'imparzialità, l'equidistanza dalle parti, la buona fede. In una parola, la ricerca della verità, che significa tentare di avvicinarsi il più possibile alla realtà dei fatti, senza pregiudizi o opinioni preconcepite.

E a proposito delle opinioni, non devono trasparire nei servizi di cronaca. Vanno espresse unicamente negli spazi di commento, che devono essere chiaramente identificati e identificabili come tali.

Un'altra cosa importante: quando parlate con un interlocutore, di persona o al telefono, dovete chiarire esattamente le vostre intenzioni: se si tratta di una chiacchierata informale, dove lui potrà raccontare liberamente quel che pensa, o se intendete utilizzare e pubblicare le sue dichiarazioni. In quest'ultimo caso dovete avvertirlo. A questo proposito, su temi delicati, è buona regola rileggere al vostro interlocutore le dichiarazioni che avete riportato. Evita grane, incomprensioni ed equivoci.

La regola delle cinque S

Soldi, sangue, sesso, salute, sport. Sono le cosiddette *cinque S*, che indicano gli argomenti che riscuotono maggiore interesse, a volte anche morboso, nella gente. Non si tratta di una regola aurea, ma va tenuta in costante considerazione. In altre parole, significa che il pubblico che segue l'informazione è interessato in particolare a temi economici, soprattutto a quelli che toccano il portafogli dell'individuo (tasse, prezzi, multe, premi assicurativi, ecc), agli avvenimenti di cronaca nera, a quelli che in qualche modo hanno a che fare con la sessualità (sui principali portali internet italiani in questi giorni si parlava molto dei preservativi spray, in fase di sperimentazione, senza contare i vari calendari di nudi), alle questioni che toccano la salute e, naturalmente, allo sport. Nella costruzione di un giornale, come in quella di un telegiornale, occorre dunque tener conto anche della *regola delle cinque S*.

Scoop e notizie

Il concetto di scoop viene spesso banalizzato. I giornalisti tendono a pensare che per fare uno scoop basti dare una notizia che meriti di essere ripresa dagli altri colleghi sui giornali dell'indomani: la chiusura di un'inchiesta penale, l'ennesimo arresto nell'ambito di un'indagine, il contenuto di una perizia, il deputato che critica un ministro... In realtà, il vero scoop è qualcosa di molto più importante, è una notizia o un'intervista che provoca reazioni a valanga, a catena. Ovviamente, per essere uno scoop, deve essere una notizia esclusiva. Forse un possibile metro per distinguere lo scoop da una semplice notizia potrebbe essere: *il tema di cui il giorno dopo tutti parlano nei bar*. Lo scoop è importante ma non deve diventare un'ossessione nel lavoro quotidiano. E, soprattutto, non va cercato ad ogni costo. Uno scoop non vale una fonte bruciata o il rischio di pubblicare una notizia infondata.

Giornali e telegiornali

Il lettore di un giornale può scegliere il modo di fruire del mezzo di comunicazione. Può decidere cosa leggere e cosa tralasciare: solo un articolo o più articoli, solo il titolo o l'intero testo, una pagina o più pagine. Può concentrarsi sullo sport, sulla politica, sulla cronaca, sui commenti... Può dedicare alla lettura pochi minuti o un'ora, e può anche scegliere quando e dove leggere il giornale.

Il telespettatore è invece vincolato: deve mettersi davanti alla tivù per l'appuntamento con l'informazione, deve sottostare a scelte di impaginazione fisse, che altri hanno fatto per lui, non può voltare pagina o saltare un servizio, e se non si sente coinvolto o interessato usa il telecomando. Il

telespettatore non può nemmeno riascoltare una frase, se non ne ha capito il senso o se è stato distratto dallo squillo del telefono. Ecco perché, sezionando i tg, le televisioni stanno sviluppando sui loro siti internet sistemi che consentono di scegliere quali servizi guardare e quando guardarli, ed eventualmente di riguardarli.

Sia un giornale sia un telegiornale devono comunque sedurre, devono rendersi piacevoli e gradevoli, da leggere o da sfogliare, da guardare o da seguire.

Rispetto al giornale, il telegiornale ha un rapporto più diretto con il presente: riferisce notizie più fresche, che possono anche essere aggiornate durante la diretta, e proprio perché l'edizione avviene *in diretta*, e non è filtrata dai tempi della stampa e della distribuzione, non esclude elementi di sorpresa. Esempio è la formula di certi tg che prima di lanciare le previsioni del tempo danno appuntamento ai telespettatori per gli aggiornamenti dell'ultima ora. Anche se deludono quasi sempre le attese.

Il telegiornale ha comunque uno scarto ridottissimo rispetto al tempo che l'utente percepisce come *presente*, perché dà l'illusione di *nascere nel presente*. In realtà nasce in gran parte molte ore prima.

In più, rispetto al giornale, il telegiornale ha alcuni vantaggi: mostra le immagini degli avvenimenti, i volti degli intervistati, le loro espressioni, ha un conduttore (una sorta di narratore con il quale il pubblico stabilisce un rapporto di simpatia, di familiarità o di fiducia), può essere visto e ascoltato o soltanto ascoltato, mentre si sbrigano altre faccende, e non richiede l'impegno della lettura.

In un tg, inoltre, la comunicazione dell'informazione si sviluppa su più livelli, molti dei quali sono *non-verbali*: immagini, rumori di fondo, musica, espressioni, posture, gesti, atteggiamenti, silenzi...

La costruzione di un telegiornale

Lo schema di un tg, anche di un tg locale, deve riflettere più o meno l'impaginazione di un giornale e articolarsi secondo una logica precisa: il o i servizi di apertura, che possono essere di politica, di cronaca nera, giudiziaria o bianca, ma anche di sport in caso di eventi importanti (per esempio la squadra locale che vince il campionato).

L'ordine va deciso poco prima di chiudere l'edizione secondo una scala di importanza e di interesse che sta alla redazione valutare.

Se è possibile, il tg locale (come anche i giornali locali), più ancora dei tg nazionali, deve puntare su notizie o approfondimenti propri, meglio se esclusivi, e porli in evidenza. Soprattutto in regioni a forte competizione editoriale come il Ticino. Importante è che il tg abbia una propria identità, che si ottiene nella scelta dei temi e nelle regole del loro sviluppo.

Il tg locale lavora raramente con le agenzie di stampa, ed è dunque più "libero", meno conformato nell'impostazione e nelle scelte redazionali rispetto

ai notiziari nazionali. Lascia più spazio ai giornalisti per cercare notizie. Anche perché spesso accade che, per costruire una scaletta di cronaca locale, le notizie bisogna andarsene a cercare, non potendo contare su un'ampia scelta di eventi nazionali o internazionali. Il telefono è, in questo lavoro di ricerca, uno degli strumenti fondamentali e non bisogna avere timore ad usarlo: *attaccarsi al telefono*, finché si scova qualcosa.

La scaletta deve comprendere servizi di vario genere: cronaca, politica, colore, sport ed eventualmente cultura. Di regola, almeno la metà dei servizi dovrebbe proporre al proprio interno una o più interviste che, se ben tagliate e intrecciate con la parte testuale, conferiscono ritmo e leggerezza al pezzo.

Poco prima della diretta, il conduttore raccoglie i lanci dai colleghi e insieme a loro confeziona la copertina. I lanci non devono essere le prime quattro righe del servizio, cosa che tra l'altro dà al telespettatore l'impressione di ripetitività. Devono riassumere, molto brevemente, tutti gli elementi più importanti del testo: la notizia e i suoi contorni. Lo stesso vale per i lanci di copertina.

Le notizie tra immagini e parole

In un servizio televisivo le immagini sono importanti quanto le parole. Ma si tratta di un equilibrio variabile, mai statico.

A volte le parole possono avere un'importanza prevalente. Una notizia clamorosa, meglio ancora se esclusiva, ha un forte impatto anche se illustrata con immagini d'archivio o scadenti. Esempio: hanno arrestato un personaggio eccellente. Il messaggio che interessa il telespettatore sta nel racconto del fatto: chi hanno arrestato, quando, per quale motivo, ecc.

In altri casi sono le immagini ad avere il sopravvento. Prendiamo una sciagura stradale, come il rogo del Gottardo o il più recente incidente della Via Mala. In casi del genere, in televisione, si può dire che la notizia sta nelle immagini. E nelle testimonianze di chi ha visto e di chi è sopravvissuto. Le parole servono solo a inquadrare l'avvenimento: quando è accaduto, per quali cause, quante sono le vittime.

La prossimità

Sul piano emozionale, cinquanta morti per un attentato in Iraq non valgono, per una comunità locale, quanto tre morti in un incidente stradale accaduto sul proprio territorio. Stesso discorso per le notizie locali, di carattere politico, giudiziario, sportivo, culturale. In questo sta il senso e la forza dell'informazione locale, che resta un punto centrale di interesse per le comunità, soprattutto per quelle che hanno una forte identità. È lo stesso principio che nelle metropoli ha fatto nascere il fenomeno delle tivù di quartiere.

Ancora: la morte di tre *stranieri*, per una comunità locale, non vale quanto la morte di tre membri della comunità, che hanno un volto e un nome noti,

rapporti sociali e legami affettivi con altri membri della comunità. Membri nei quali si innesca il sentimento del lutto, o della condivisione emozionale in caso di eventi che non hanno carattere tragico, fattori che incidono sulla percezione e sull'interesse per la notizia.

Si potrebbe aggiungere che la morte di tre adulti, per una comunità locale, non vale quanto la morte di tre giovani. O che un morto per incidente non vale quanto un morto ammazzato.

Può sembrare un discorso cinico, ma è una semplice constatazione. I gradi di percezione di una notizia sono influenzati da molti fattori psicologici e sociali, individuali e collettivi, e in larga parte dall'elemento della *prossimità*.

Per una comunità, una tragedia che colpisce propri membri è emozionalmente più forte di una tragedia che mediaticamente ha magari un impatto internazionale.

Questa scala delle emozioni vale anche su un piano geografico continentale: un attentato a Londra o Madrid ha emozionalmente più impatto per noi europei rispetto a un attentato che avviene, per esempio, in Egitto. A meno che vengano colpiti membri di una particolare comunità, com'è accaduto alcuni anni fa a Luxor, dove persero la vita molti turisti svizzeri, o che teatro dell'attentato sia una località molto frequentata anche da membri della comunità locale e dunque psicologicamente prossima: per esempio Sharm El Sheik.

Il cronista locale può comunque inserirsi in eventi internazionali, cercando testimonianze di membri della sua comunità che hanno assistito alla tragedia.

Vi sono poi eventi talmente straordinari e imponenti per la loro drammaticità, come lo Tsunami o l'attacco alle Torri Gemelle, che impongono un interessamento anche da parte del cronista locale, il quale può e deve però trattarli con un taglio diverso rispetto ai telegiornali nazionali o internazionali, cercando di mantenere la prospettiva della prossimità. Esempio: servizio su eventuali dispersi, intervista a un membro della comunità scampato alla tragedia, o che si attiva per raccogliere fondi, ecc.

Le riprese

L'ideale è che il giornalista accompagni il cameraman durante le riprese che gli serviranno per il servizio, che gli dia precise indicazioni su cosa e come filmare: panoramiche lente o veloci, zoommate, riprese fisse, dettagli, camera-car, camminate, ecc. E soprattutto che impari a vedere con l'occhio del cameraman, in modo da saper già con che tipo di immagini dovrà lavorare. Giornalista e cameraman devono decidere insieme, in base al tipo di servizio che stanno realizzando se usare il cavalletto o se preferire invece la camera a spalla, o cercare volutamente riprese *sporche*, che diano il senso della cronaca *live*.

Un servizio può essere composto da immagini fresche e d'archivio, o solo da immagini fresche, o solo d'archivio. Il giornalista deve conoscere in ogni caso il materiale filmato di cui dispone e costruire il suo testo in base alle immagini.

Testo e linguaggio

Scrivere un testo giornalistico deve impegnare l'autore con tutte le sue facoltà percettive e creative e deve scaturire da una passione, da un amore per la parola e per la narrazione, che attraverso la parola prende forma.

Deve scattare in chi scrive una sorta di meccanismo di trance. Il giornalista ha raccolto il materiale, le immagini, le informazioni, i dettagli che gli consentono di raccontare in modo credibile e realistico una storia. Nessuna storia va considerata banale da parte di chi deve raccontarla. O meglio, anche una storia banale può trasformarsi in un buon servizio se è ben raccontata.

Qui stiamo parlando di servizi giornalistici nel vero senso della parola, ma capita a volte che il cronista si trovi costretto a riferire di fatti poco entusiasmanti, come l'inaugurazione di una filiale di un grande magazzino. Ebbene, anche nelle poche righe che magari precedono l'intervista al direttore del negozio dovrà cercare di dar vita a un piccolo racconto.

Quando scrive, il giornalista deve avere ben chiara, nella mente, una traccia, la storia che sta per raccontare, e deve dare la notizia (quella che lui ha individuato come *notizia*), nelle prime righe del testo. La notizia deve poi essere inquadrata nell'evento secondo le classiche regole del giornalismo anglosassone: *chi. come, dove, quando, perché*. Esempio: *Un operaio di trent'anni ha perso la vita oggi pomeriggio a Lugano. L'uomo, che stava lavorando sul tetto di un edificio in costruzione, ha perso l'equilibrio ed è precipitato da una ventina di metri.*

La stesura del testo è il momento saliente e conclusivo di un lavoro che può essere durato ore, a volte giorni in caso di *inchieste*, e richiede la massima concentrazione e attenzione. Quando il giornalista si mette davanti al computer dovrebbe aver già immaginato l'attacco, e magari anche le frasi successive. Poi, man mano che lo scritto si sviluppa, parole e frasi vanno attentamente pesate e il testo va riletto, possibilmente più volte, mentalmente o ad alta voce, per verificare che scorra, che non vi siano ripetizioni, che la narrazione sia comprensibile.

Un buon testo deve essere comprensibile, lineare, e deve soprattutto avere ritmo. Deve scorrere senza sussulti, come l'acqua di un grande fiume. Ma tutto questo processo creativo, nel giornalismo, deve avvenire in tempi molto più rapidi rispetto a quelli della narrativa. Il giornalista deve imparare a scrivere sotto pressione e, di più, deve dare il massimo di sé quando è pressato dal tempo.

Scrivere per un tg, poi, è molto diverso che scrivere per un giornale. Lo spazio a disposizione per raccontare il fatto è molto più limitato e il linguaggio

deve quindi essere molto chiaro e la narrazione lineare, perché il telespettatore deve capire il contenuto mentre ascolta, e non ha la possibilità di rileggere una frase che gli è parsa poco chiara.

Il giornalista deve dunque concentrarsi sugli elementi essenziali della notizia, quelli che ritiene più importanti, ed eliminare tutto ciò che è superfluo. Ma deve farlo con un discorso semplice e logico, che non lasci spazio a incomprensioni, perché ha il dovere di farsi capire al volo. Le frasi devono essere il più possibile brevi. Sono da preferire le parole semplici, da evitare le metafore, i troppi virgolettati e soprattutto le subordinate.

Oggi gli operai dell'edilizia hanno scioperato è da preferire a *hanno incrociato le braccia* o *si sono astenuti dal lavoro*. Queste ultime sono formule che si possono usare, al limite, per evitare ripetizioni, ma non nell'attacco del pezzo.

Roberto Quintini, giornalista che ha lavorato per diverse tivù locali italiane e per reti nazionali, nel suo libro *Giornalista tivù* cita alcuni esempi. *Conferire con, dare lettura di, far rientro a, unirsi in matrimonio, allineare le monete, mandare assolto*, vanno tradotti con *parlare, leggere, tornare, sposarsi, svalutare, assolvere*.

Da evitare, ma questo vale per tutti i giornalisti, anche sigle poco note, termini stranieri (*trend, step, welfare, shopping...*), o parole che fanno parte di gerghi specialistici o professionali (o almeno spiegare che cosa significano), come pure termini burocratici, tipo *espletare, incentivare, ovviare, a norma di legge, risorse umane...* *A un incidente della circolazione* è preferibile *un incidente stradale*. Attenzione poi a certi strafalcioni riportati nei comunicati stampa o di uso comune.

Alcuni esempi: il *libervit*, l'attezzo che i pompieri usano per tagliare le lamiere delle auto per estrarre le vittime di un incidente è *una pinza idraulica*. *Il paziente è stato rilasciato dopo le cure del caso*, frase che a volte si trova nei comunicati di polizia (dove qualche mese fa abbiamo letto *polizia laquale* in luogo di *polizia lacuale!*) significa che è *stato dimesso*.

Da evitare anche *dopo le cure del caso*. E anche *per motivi che l'inchiesta dovrà chiarire*. In caso di incidenti, la vittima è *in pericolo di morte* e non *in pericolo di vita*; oppure, *la sua vita è in pericolo*.

A la conferenza si è tenuta presso la clinica... va decisamente preferito *la conferenza si è tenuta alla clinica...* Lo *spirito pompieristico* è lo *spirito del corpo pompieri*. L'*incarto*, usato per definire dossier politici o giudiziari, è un termine errato, che va sostituito con *incartamento*. L'*attrattività* di una regione è l'*attrattiva* di una regione. Il *packer* è una *scavatrice*. Al posto di un tetto di *eternit*, molto meglio un tetto di lamiera ondulata. L'*albergheria* è il *settore alberghiero*. Evitare anche, quando si parla di un'azienda, di aggiungere *Sa*, che sta per *società anonima*. Un testo giornalistico non è il registro di commercio.

Altri esempi tratti da *Lo scottante problema delle caldarroste*, di **Massimo Loche**, giornalista Rai. *Cadavere* è sostantivo, non si scrive, dunque, *l'uomo è stato trovato cadavere*. La legge *commina* la pena, il giudice *la infligge*. Una

commissione è sempre *apposita*. Gli aerei *decollano*, e la metafora non va abusata in servizi di taglio economico. Banali e stucchevoli sono anche *il testimone eccellente, il mandante eccellente*, ecc. I luoghi, i palazzi vengono *evacuati*, non le persone, che semmai vengono *sfollate*.

Il giornalista non scrive per i poliziotti, per i politici, per gli avvocati, per gli ingegneri o per gli impresari edili. Scrive per la gente comune, e deve rendere i suoi testi comprensibili a tutti, evitando, o usando con parsimonia, frasi fatte o metafore tipo come *nell'occhio del ciclone, la punta dell'iceberg, il rapinatore è ancora uccel di bosco, da oggi due imputati alla sbarra, si sono accesi i riflettori su...* Da evitare anche il ticinesissimo *alle nostre latitudini...*

Indro Montanelli diceva che per lui l'importante era farsi capire tanto dal banchiere quanto dal lattaio, ma soprattutto dal lattaio.

Tanto più i principi appena elencati valgono in televisione, dove una sigla, prendiamo per esempio *Acuti*, rischia di essere totalmente incomprensibile per chi ascolta. La si può usare, ma solo dopo aver premesso che si tratta dell'Associazione dei comuni urbani ticinesi.

Il giornalista non deve nemmeno sfoggiare la propria cultura o infarcire i suoi pezzi di citazioni dotte o di parole forbite. Ciò non significa che debba scrivere in maniera banale. Anzi, deve porre estrema attenzione alla grammatica, alla sintassi e al rispetto dei tempi verbali. Ancora una cosa: non è suo compito esprimere giudizi sui fatti: da evitare, quindi, *per fortuna, sfortunatamente, disgraziatamente, purtroppo, ecc.*

Il servizio di cronaca

Vi sono diversi modi di confezionare un servizio di cronaca per un tg. Di regola deve essere breve (tra un minuto e mezzo e due minuti e mezzo). Può essere composto di solo testo o di testo e interviste.

Da evitare attacchi banali tipo *Oggi si è svolta una conferenza stampa per presentare i nuovi premi di cassa malati*. Molto meglio: *I premi di cassa malati aumenteranno del cinque per cento. È emerso nel corso della conferenza stampa indetta oggi dal Dipartimento...* L'attacco è importante, perché deve convincere il telespettatore a seguire con attenzione il servizio. Evitare dunque formule come *Nessuna sorpresa, Nulla di importante è emerso...*, ecc. È anche sconsigliato iniziare con un lungo virgolettato, perché il telespettatore non capisce immediatamente chi stia parlando, anche se ne vede un volto sullo schermo. Meglio la formula: *Il ministro è inferocito per gli attacchi dell'opposizione, Sono fondati su calunnie, dice...*

Le dichiarazioni in prima persona vanno usate con parsimonia, a meno che non siano particolarmente importanti o incisive e meritino dunque una citazione diretta. In genere, *Secondo il ministro l'opposizione sta facendo demagogia* è preferibile a *Sono convinto che l'opposizione mi attacchi per scopi demagogici*.

Le fonti vanno sempre citate. Gli attacchi anonimi non vanno presi in considerazione, se non in alcuni casi ben precisi. Per esempio: *Alcuni deputati del gruppo parlamentare ritengono che il ministro abbia sbagliato i suoi calcoli.* Ma occorre che il giornalista abbia raccolto personalmente le critiche parlando con i deputati che le esprimono.

Con parsimonia vanno usati anche i *sembra che*. Ammessi in caso di inchieste, di incidenti quando non vi sono riscontri oggettivi: *Sembra che l'automobilista stesse tentando un sorpasso.* Meglio però la formula: *La polizia ipotizza che stesse...* Anche il condizionale può evitare affermazioni perentorie in mancanza di conferme: *L'uomo avrebbe confessato. Ma il suo legale non conferma.*

Tuttavia si fa largo nel giornalismo moderno, il *gossip*, vale a dire il pettegolezzo. Può essere deleterio, ma a volte (tenendo comunque conto del sacrosanto diritto alla privacy) un pezzo rosa, in qualsiasi ambito, può intrigare il lettore o il telespettatore. E nel *gossip* il condizionale è sempre d'obbligo.

Le fonti

Esistono quattro tipi di fonti: *quelle istituzionali* (governo, commissioni parlamentari, partiti, polizia, esercito, magistratura, ecc.); *quelle non istituzionali* (singoli o gruppi di cittadini, aziende, comitati, associazioni, organizzazioni, ecc.); le agenzie di stampa, o altri organi di stampa; e le *fonti confidenziali*.

Di qualsiasi tipo sia, in un servizio la fonte va sempre citata. *Secondo l'Ats... Secondo il Partito ... Stando al Ministero pubblico... L'UBS ha fatto sapere... Il Sindacato sostiene... Il giornale scrive... Il gruppo spontaneo contro il traffico accusa... Stando a fonti confidenziali, oppure, secondo informazioni in nostro possesso.*

Occorre però tenere presente che pure le fonti istituzionali possono sbagliare o fornire, anche volutamente, informazioni distorte o incomplete, o tralasciare dettagli che non considerano importanti e che, invece, dal profilo giornalistico lo sono. Per cui, se il cronista ha una notizia sulla quale vi sono versioni contrastanti farà bene a verificare anche l'attendibilità dell'informazione ufficiale. O, in caso per esempio di comunicati stampa su inchieste giudiziarie (sempre avari di particolari), dovrà costruire il proprio servizio cercando di raccogliere altre informazioni, se ha il tempo per farlo. Le fonti integrative sono in casi del genere avvocati, denunciati, testimoni, poliziotti.

Entriamo così nella sfera molto delicata delle fonti confidenziali. Per accedere a un confidente, il giornalista deve costruire anzitutto con lui un rapporto di fiducia, che si fonda sul reciproco rispetto e su un principio fondamentale: mai tradire la fonte, mai rivelarla, possibilmente nemmeno ai colleghi, soprattutto a quelli concorrenti.

Del resto, lo stesso Codice penale protegge i giornalisti, in nome della libertà di informazione, autorizzandoli a non rivelare la fonte di una notizia anche nel caso in cui la sua divulgazione comporti ipotesi di reato contro ignoti: per esempio la violazione del segreto d'ufficio o del segreto fiscale.

La magistratura può però punire, nell'ambito dei reati contro l'onore, chi divulga una notizia falsa o infamante, ma solo nel caso in cui la vittima denunci l'autore del servizio. I reati contro l'onore non sono infatti perseguibili d'ufficio.

Caso per caso, il giornalista deve valutare con attenzione l'attendibilità del proprio confidente. Rimanendo in tema di cronaca nera o giudiziaria, se si tratta di un semplice agente di polizia, dovrà prendere con le pinze le informazioni ricevute; se si tratta invece di un commissario o di un ufficiale potrà andare abbastanza sul sicuro. Ancora più sicuro della correttezza delle informazioni, il giornalista potrà esserlo se sa di parlare con il poliziotto che ha coordinato l'inchiesta di cui sta riferendo. Ma dovrà comunque considerare che le informazioni raccolte a titolo confidenziale potrebbero essere volutamente parziali, finalizzate per esempio alla divulgazione di elementi a sostegno della tesi degli inquirenti.

Una cautela che va tenuta ancora in maggior conto quando si parla di politica, un terreno minato, sul quale si combattono costanti battaglie, e dove le parti hanno un evidente interesse a far filtrare notizie tendenziose.

Il giornalista deve sempre avere la consapevolezza che, in buona o in cattiva fede, qualcuno lo sta utilizzando per rendere pubblica una notizia, una posizione, un messaggio, un particolare. Per questo non deve mai perdere il senso critico rispetto a ciò che gli viene raccontato, e deve sempre mantenere una distanza psicologica e una indipendenza di giudizio rispetto al proprio interlocutore, sia esso confidenziale o dichiarato.

Tornando alle fonti confidenziali, occorre usarle con molta prudenza, anche se non sono di tipo istituzionale: pure gli avvocati hanno interesse a far filtrare informazioni favorevoli ai loro clienti. Sempre meglio, se possibile, avere una doppia verifica che porti a conclusioni convergenti. Soprattutto quando si tratta di notizie delicate. Ancora una cosa: in caso di notizie fondate su documenti riservati è preferibile procurarsi una copia di questi ultimi, o almeno averli letti personalmente. Se proprio non è possibile, fateveli leggere al telefono.

Comunicati e conferenze stampa

Buona parte del lavoro giornalistico prende spunto da comunicati e conferenze stampa. Nel primo caso, la regola fondamentale è non ricopiare, ma riscrivere le note in un linguaggio adeguato, e non limitarsi alle informazioni in esse contenute, ma approfondirle, raccogliendo reazioni o cercando altri particolari.

Nel caso delle conferenze stampa, a dipendenza dell'importanza dei temi che affrontano, è bene ascoltare ciò che viene detto e individuare un punto centrale, *la notizia*, dal quale poi partire per realizzare le successive interviste ai relatori e costruire il servizio. Un altro consiglio: durante una conferenza stampa, a meno che si tratti di un evento di grande importanza, è bene evitare di porre domande in pubblico. Meglio porle alla fine, ai singoli interlocutori, per cercare di ottenere informazioni e particolari in esclusiva.

L'intervista

Il giornalista pone le domande e, nel limite della correttezza e della buona educazione, deve imporre la propria personalità senza lasciarsi condizionare o intimidire dal suo interlocutore. Una cosa da evitare assolutamente è annuire alle risposte dell'intervistato: comunica soggezione e insicurezza e, se il giornalista è ripreso dalla telecamera, il pubblico avrà l'impressione che dia ragione all'interlocutore. Può anche pensare che abbia ragione, ma non deve darlo a vedere.

Prima di realizzare un'intervista (altro conto è limitarsi a raccogliere una *dichiarazione*) il giornalista deve prepararsi sul tema e parlare con il suo interlocutore per capire che cosa intende dire. È fondamentale, per porre domande pertinenti e corrette. Deve inoltre informare l'intervistato del tempo che avrà a disposizione, e se è poco raccomandargli di essere conciso.

Le domande devono essere brevi e vanno poste in modo semplice e comprensibile, in modo che il giornalista possa poi decidere di integrarle eventualmente nel proprio servizio. L'intervista deve inoltre avere una logica nella successione delle domande e non essere dispersiva.

Durante un'intervista, sia che si svolga in una trasmissione in studio sia che serva per un pezzo di cronaca, il giornalista deve ascoltare attentamente ciò che l'interlocutore dice ed eventualmente modificare la scaletta che si era preparata.

Scrivono **Maurizio Costanzo** il *La televisione è piccola: Ascoltare è diverso da sentire. Ascoltare per me significa anche ascoltare i silenzi. Anzi, l'arte di far parlare le persone presuppone l'arte di ascoltare i silenzi.*

Occorre inoltre saper cogliere l'importanza di una dichiarazione e non lasciarla cadere nel vuoto. Poniamo un'intervista a un ministro su un tema ambientale; durante la quale il politico dice *Sono stufo di tutti questi attacchi. Sto pensando di dimettermi*; il giornalista deve capire che questa è la notizia e modificare completamente il concetto iniziale dell'intervista: il tema ambientale diventa a quel punto decisamente secondario.

Non solo: certe dichiarazioni importanti meritano di essere approfondite immediatamente con altre reazioni. Nel caso citato, si può sentire, per esempio, il presidente del partito a cui appartiene il ministro.

Se il tema è complesso, o se l'intervista è molto lunga, è bene preparare una scaletta, ma le domande devono essere più che altro dei punti sintetici e non

vanno lette quando vengono formulate. Un giornalista che legge le domande è poco credibile, manifesta insicurezza e scarsa conoscenza del tema. Si pone inoltre in una situazione psicologica di debolezza nei confronti del suo interlocutore. E chi ha paura di un cane, più facilmente verrà morso, chi teme il cavallo rischia di essere disarcionato.

Scrivono ancora Costanzo: *La scaletta deve avere il valore di un bastone, non di una gamba. Va interiorizzata e poi dimenticata, in modo che l'intervistatore sia libero di inventare al momento nel caso in cui si trovi davanti un clima o una persona diversa da quella immaginata.*

Quando realizza un'intervista, il giornalista deve assicurarsi che il cameraman abbia scelto una buona localizzazione (evitare i muri chiari e spogli, parti di oggetti non identificabili che entrano in campo, controluce, riprese di profilo, ecc) e dare indicazioni sul tipo di inquadratura, più o meno stretta, a dipendenza dell'interlocutore e del tema di cui parla.

In ogni caso, al termine di un'intervista il giornalista dovrebbe ricordarsi esattamente le dichiarazioni più importanti rilasciate dal suo interlocutore e la loro successione, il che gli permetterà di evitare la perdita di tempo di riascoltare il girato prima di andare in montaggio. Cosa invece consigliata in caso di interviste molto lunghe e su temi particolarmente complessi o delicati.

I tagli dell'intervista

Quasi ogni intervista realizzata per la tivù va tagliata. Difficilmente un interlocutore rispetterà il poco tempo che ha a disposizione. L'insieme di dichiarazioni che si ottiene dopo i tagli in fase di montaggio deve comunque riflettere esattamente il pensiero espresso dall'intervistato e non stravolgerlo. È possibile variare la successione delle risposte, anticipando nel servizio una dichiarazione che si trovava magari in coda all'intervista. Ha senso farlo se si giudica che quella risposta sia particolarmente importante o sia logica nel quadro della costruzione del servizio.

Per rendere più snello e ritmato il servizio è buona regola intercalare brani testuali tra una dichiarazione e l'altra. Un'intervista può anche essere proposta in modo integrale, o con pochi tagli, e senza interventi testuali. Ma in un tg non deve superare un tempo ragionevole (tre, quattro minuti al massimo). È il caso di interviste a personaggi importanti che rilasciano dichiarazioni altrettanto importanti.

Il montaggio

Vi sono due scuole: chi costruisce il testo sulla base del montato e chi costruisce il montato sulla base del testo. Personalmente prediligo la seconda. In ogni caso, il montaggio è un momento fondamentale del lavoro giornalistico.

I tempi della cronaca non sempre consentono al giornalista di seguire tutto il montaggio. L'importante è però che lo faccia in caso di servizi *delicati* o di reportage dove le immagini sono particolarmente rilevanti, significative o spettacolari. E in casi del genere è bene che al montaggio partecipi anche il cameraman che le ha girate.

La fase di montaggio è quella in cui si intrecciano diverse sensibilità e tre differenti mestieri: quello dell'operatore, quello del giornalista e quello del realizzatore. Sta a quest'ultimo decidere la successione delle immagini, secondo principi simili a quelli dell'arte cinematografica, ma giornalista e cameraman devono dare suggerimenti e consigli.

Solo se il cronista si fida ciecamente del collega che realizza il montaggio potrà lasciarlo da solo a *coprire* un pezzo, ma soltanto dopo avergli fornito precise indicazioni sulle immagini da usare, sui personaggi da citare in video. Il giornalista televisivo, soprattutto se proviene dalla carta stampata, deve imparare a considerare e rispettare il lavoro dei tecnici. *Dammi una sporcata di immagini o copri con quel che trovi in archivio*, sono frasi che non dovrebbero mai essere pronunciate in una redazione di informazione televisiva. Con l'unica eccezione di notizie clamorose che arrivano all'ultimo momento e che meritano l'apertura del tg.

Le brevi

Sono importanti. Non ogni notizia merita un servizio, ma ogni notizia che sia ritenuta tale dalla redazione merita di essere data. Sotto forma di breve o di testo supportato da immagini, che in gergo si chiama *beta-in*. Anche per la scrittura di una breve valgono i principi esposti in precedenza: la breve deve essere scritta in modo chiaro e corretto, e deve contenere tutti i principali elementi della notizia.

Le pressioni sui media

Sono molte e di vario tipo. Ma le principali provengono dal mondo politico e pubblicitario, e a volte anche dalla polizia o dalla magistratura, quando chiedono per esempio il silenzio stampa su un allarme bomba per evitare fenomeni di emulazione, o su un'inchiesta per non pregiudicare la raccolta delle prove. Le pressioni non vanno ignorate o respinte sdegnosamente. Vanno gestite. Alla fine deve vincere la libertà di espressione e il diritto di pubblicare una notizia, di affrontare un determinato argomento.

Se un politico chiede di non intervistare un suo avversario che lo attacca o lo critica, gli si deve spiegare con fermezza, ma con gentilezza, il motivo per cui la redazione ha invece deciso di farlo. E dargli la possibilità di replicare immediatamente. Bisogna fargli capire che non è imponendo il silenzio che potrà difendersi.

Lo stesso discorso vale nei confronti di un inserzionista pubblicitario che chiede, per esempio, il silenzio su un incidente accaduto nella sua azienda, o su un attacco sindacale o su una protesta del personale.

Inoltre, chi fa cronaca locale in un territorio piccolo e ad alta densità mediatica viene spesso sollecitato a seguire conferenze stampa che hanno valenza commerciale: il grande magazzino che apre una nuova filiale, l'azienda che festeggia un anniversario, e via dicendo. Sono le cosiddette *marchette*.

Il giornalista deve essere consapevole che giornali, radio e televisioni hanno bisogno di far quadrare i propri bilanci, esattamente come qualsiasi altra azienda. Se è chiamato a realizzare un servizio richiesto dal settore commerciale, deve però farlo con taglio giornalistico, evitando assolutamente la formula compiacente dello spot, e cercando di mettere in rilievo elementi che possano incuriosire i telespettatori, i quali sono anche consumatori e come tali interessati alle novità del mercato.

Il giornalista deve sapere che nel suo lavoro sarà confrontato con costanti pressioni. Pressioni che sempre più si manifestano oggi in ritorsioni (o minacce di ritorsioni) economiche. Non solo da parte di inserzionisti scontenti o insoddisfatti, ma anche da parte di alcune aree politiche che hanno connessioni con il potere economico e che sono in grado di influenzare decisioni su campagne pubblicitarie, dirigendole verso i *media amici* e negandole a quelli *nemici*. È un fenomeno con il quale occorre avere la forza, la pazienza e la capacità di convivere, usando gli strumenti della professionalità e della fermezza, ma anche della mediazione.

Marco Bazzi

Direttore informazione e programmi TeleTicino

Gennaio 2007

Dichiarazione congiunta di TeleTicino SA, Radio 3i SA e Radio Fiume Ticino SA

Gli operatori radiotelevisivi ticinesi privati (TeleTicino SA, Radio3i SA e Radio Fiume Ticino SA) attualmente al beneficio di una concessione federale per l'emittenza televisiva rispettivamente radiofonica locale-regionale intendono partecipare tutti e tre alla pubblica gara per le concessioni radio-TV previste dalla nuova LRTV.

Nel quadro di questa gara, essi dichiarano congiuntamente:

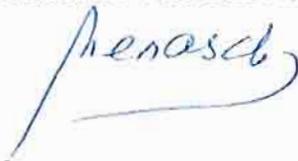
1. di impegnarsi a rispettare le condizioni minimali di lavoro della categoria come definite dalle rispettive associazioni mantello VSP e Telesuisse (v. allegato "Arbeitsbedingungen"), cercando per quanto possibile nei rispettivi ambiti di andare anche oltre i minimi definiti;
2. di impegnarsi a creare insieme le condizioni per un'adeguata formazione dei collaboratori, ritenuto che nella Svizzera italiana mancano strutture come il MAZ di Lucerna e il CRFJ di Losanna. In tal senso, al di là della formazione interna che ciascuno opererà nella propria azienda, essi si impegnano a:
 - organizzare propri corsi di dizione e recitazione per i collaboratori dei tre operatori, con il CTA di Milano in base all'offerta allegata;
 - far partecipare i propri redattori praticanti ai Corsi di giornalismo della Svizzera italiana, postulando l'inclusione dei tre operatori radiotelevisivi privati nell'associazione medesima che organizza tali corsi, accanto alla RTSI, agli editori di giornali e ai sindacati del ramo (richiesta già presentata al direttore dei Corsi, dott. Dino Balestra, v. allegato);
 - assicurare nei loro conti annuali di esercizio almeno l'1% della cifra d'affari totale (per la TV) rispettivamente almeno il 2% (per le radio) alle spese complessive di formazione del proprio personale.
3. individuare di comune accordo una società ticinese (presumibilmente la società AlwaysISO con sede a Gnosca, o altra da definire) che possa postulare il riconoscimento UFCOM per effettuare i controlli di qualità e fornire consulenze e raccomandazioni in lingua italiana sui processi lavorativi dei tre operatori.

Locarno-Melide, 3 dicembre 2007

Umberto Giovine
Presidente CdA Radio 3i SA



Alberto Ménasche
Presidente CdA TeleTicino SA



Marcello Tonini
Presidente CdA RFT



Always ISO di Gabriele Pedroni
CH-6525 Gnosca

Always 

No. IVA 499 500
Tel. + 41 91 829 10 11
Fax + 41 91 829 11 01
E-Mail gabriele.pedroni@alwaysiso.ch
Web <http://www.alwaysiso.ch>



Spett.
TeleTicino SA, Radio 3i SA, Radio Fiume Ticino SA
All'att. Sig. Claudio Gehringer
Via Carona 6
6815 Melide

Gnosca, 4 dicembre 2007
B0011486.doc pg/pg

Controllo qualità UFCOM

Egregi signori,
con riferimento ai colloqui intercorsi la scorsa settimana, vi confermo la mia disponibilità e il mio interesse ad effettuare i controlli di qualità richiesti dalle nuove concessioni per TeleTicino SA, Radio 3i SA e Radio Fiume Ticino SA.
Di conseguenza sono pure disposto ad annunciarmi all'UFCOM e ottemperare alle esigenze per essere riconosciuto quale organo di controllo.

In attesa di un vostro riscontro vogliate gradire i migliori saluti.



Gabriele Pedroni

Für VSP- und Telesuisse Mitglieder

Standard-Arbeitsbedingungen

für Mitglieder des Verbandes Schweizer Privatrado (VSP) Télesuisse und SCHWEIZER PRESSE (CHP)

Präambel

Die vorliegenden Standard-Arbeitsbedingungen wurden von den oben erwähnten Verbänden erarbeitet. Sie erfüllen die Anforderungen gemäss Art. 44 Abs.1 Bst.d RTVG über die Arbeitsbedingungen. Die Mitglieder der oben genannten Verbände sind bestrebt, die Qualitätsstandards und die Attraktivität der privaten elektronischen Schweizer Medienbranche auch mit attraktiven Arbeitsbedingungen zu erhalten und fördern.

Art. 1 Zweck und Anwendungsbereich

Die nachfolgenden Bestimmungen formulieren im Sinne von Leitlinien Mindeststandards für die Mitglieder der oben genannten Verbände, welche bei der Ausgestaltung der Arbeitsvertragsverhältnisse gemäss Art. 319ff. OR zwischen Veranstaltern und fest angestellten Programmschaffenden zu berücksichtigen sind.

Art. 2 Redaktionelle Unabhängigkeit und Medienfreiheit

Die redaktionelle Unabhängigkeit und Medienfreiheit bleiben gewährt. Das Redaktionsstatut und die unternehmerischen Richtlinien des jeweiligen Veranstalters sind einzuhalten.

Art. 3 Arbeitsvertrag und Kündigung

Zwischen den Veranstaltern und den fest angestellten Programmschaffenden werden schriftliche Einzelarbeitsverträge abgeschlossen, welche je nach Veranstalter zusätzliche Reglemente beinhalten können. Darin werden die individuellen Arbeitsbedingungen basierend auf den vorliegenden Standards geregelt. Es steht den Veranstaltern frei, darüber hinausgehende Regelungen zu treffen. Eine Kündigung des Arbeitsvertrages muss schriftlich und unter Einhaltung der gesetzlichen oder vereinbarten Kündigungsfristen erfolgen.

Art. 4 Arbeitszeit

Die durchschnittliche jährliche Wochenarbeitszeit beträgt 42 Stunden. Die Tätigkeit für Radio und Fernsehen erfordert, dass die Jahreswochenarbeitszeit unabhängig von Tageszeit und Wochentag geleistet wird. Es gelten die jeweiligen Einsatzpläne der Veranstalter. Die Veranstalter verpflichten sich, in Bezug auf unregelmässige Arbeitszeiten, Wochenend- und Abenddienste die arbeitsgesetzlichen Bestimmungen einzuhalten.

Überzeit wird entweder in Form von Lohn oder Kompensationszeit im Verhältnis 1:1 ausgeglichen.

Art. 5 Lohn

Der Jahreslohn wird im jeweiligen Einzelarbeitsvertrag individuell festgelegt. Die Aushandlung und Festlegung des Lohnes ist Sache der Vertragsparteien. Die Höhe des Lohnes richtet sich nach der Stellung der fest angestellten Programmschaffenden, ihrer Verantwortung und ihren Leistungen. Dabei werden

Ausbildung und Berufserfahrung der fest angestellten Programmschaffenden, sowie die Massstäbe des regionalen Wirtschaftsstandorts des Veranstalters berücksichtigt.

Der monatliche Mindestlohn für festangestellte und ausgebildete Redaktionsmitarbeiterinnen und -mitarbeiter beträgt 4'000 CHF (brutto).

Art. 6 Lohnfortzahlung

Bei Krankheit oder Unfall haben die fest angestellten Programmschaffenden mindestens Anspruch auf Fortzahlung des vertraglich vereinbarten Lohnes gemäss OR (3 Wochen im ersten Dienstjahr, danach gemäss Zürcher, Berner oder Basler Skala). Weitergehende Leistungen, insbesondere der Abschluss von entsprechenden Versicherungen und die Beteiligung der fest angestellten Programmschaffenden an entsprechenden Prämien, sind Sache des Veranstalters. Gesetzliche Vorschriften bleiben vorbehalten, insbesondere wird bei Mutterschaft der gesetzlich vorgeschriebene Mutterschaftsurlaub von 14 Wochen gewährt.

Art. 7 Kündigungsfristen

Nach Ablauf der im Arbeitsvertrag festgelegten Probezeit kann ein Anstellungsvertrag jeweils auf das Monatsende unter Beachtung der folgenden Fristen gekündigt werden:

im 1. Dienstjahr: mindestens 1 Monat
vom 2. bis zum vollendeten 8. Dienstjahr: mindestens 2 Monate
ab dem 9. Dienstjahr: mindestens 3 Monate

Die jeweils geltenden Kündigungsfristen sind in den individuellen Arbeitsverträgen festzuhalten.

Art. 8 Ferien

Festangestellte Programmschaffende haben Anspruch auf bezahlte Ferien von jährlich mindestens 4 Wochen bzw. 5 Wochen nach dem vollendeten 49. Altersjahr.

Art. 9 Absenzen

Festangestellte Programmschaffende haben mindestens Anspruch auf bezahlte Absenzen

- a) von 3 Tagen in folgenden Fällen: Tod des Lebenspartners, der Lebenspartnerin, eines Kindes oder Elternteils;
- b) von 2 Tagen bei der eigenen Heirat
- c) von 1 Tag in folgenden Fällen: Heirat eines eigenen Kindes, Todesfall von Gross- oder Schwiegereltern, Geschwistern, Schwägern oder Schwägerinnen, bei Wohnungswechsel,
- d) von 3 Tagen bei Geburt des eigenen Kindes (Vaterschaftsurlaub)

Bei Krankheit eines eigenen Kindes wird die notwendige Zeit gewährt, um sich zu organisieren.
Die Regelung bei Absenzen infolge von Militär- und Zivildienst erfolgt nach den gesetzlichen Grundlagen

Art. 10 Urheberrechte

Die Programmschaffenden übertragen durch den Arbeitsvertrag sämtliche Urheberrechte inklusive allfälliger Vergütungsansprüche an den Werken, welche sie in Erfüllung ihres Arbeitsvertrages schaffen, zeitlich und

örtlich uneingeschränkt und für alle Medien, Übertragungs- und Nutzungsarten auf den jeweiligen Veranstalter. Mit Bezahlung des geschuldeten Lohnes sind die Urheberrechte vollumfänglich abgegolten.

Art. 11 Ausbildung/Weiterbildung

Die Veranstalter gewährleisten eine angemessene interne Einarbeitung und Ausbildung von neuen Programmschaffenden und fördern die interne und/oder externe Weiterbildung (MAZ, etc.). Die Veranstalter verpflichten sich, ihre diesbezüglichen Programme auf Aufforderung der Verbände oder des Bundesamtes für Kommunikation BAKOM auszuweisen. Die finanzielle Beteiligung an oder Abgeltung der externen Weiterbildungskosten werden im Einzelfall zwischen dem Veranstalter und dem fest angestellten Programmschaffenden festgelegt.

Art. 12 Stagiaires und Volontäre

Um die Einführung in die Programmarbeiten zu gewährleisten, können die Veranstalter Stagiaires und Volontäre anstellen. Diese haben in der vereinbarten Zeit Anrecht auf eine angemessene interne und allenfalls auch externe Aus- und Weiterbildung. Die Veranstalter regeln die Modalitäten von Stages und Volontariaten in individuellen, schriftlichen Verträgen: diese umfassen mindestens das Programm des Stages bzw. des Volontariates, die Dauer, die Entschädigung und alle weiteren spezifischen gesetzlichen Anforderungen. Ein Stage dauert im Minimum 1 Monat und im Maximum 2 Jahre. Das Verhältnis Stagiaires zu fest angestellten Programmschaffenden übersteigt 1:3 nicht.

Art. 13 Sozialversicherungen

Die Veranstalter versichern die fest angestellten Programmschaffenden gemäss den gesetzlichen Regelungen (AHV; ALV; EO; BU; NBU; Pensionskassen, ev. Taggeldversicherung).

Im Übrigen gelten die einschlägigen Bestimmungen des schweizerischen OR, insb. Art. 319ff..

Verband Schweizer Privatradios VSP

Jürg Bachmann
Präsident

Telesuisse

Filippo Lombardi
Präsident

Zürich, 27. November 2007



TeleTicino

Linea editoriale

E' compito degli organi statutari di TeleTicino SA fissare - e se del caso aggiornare - la Linea editoriale dell'emittente, che viene comunicata a tutti i collaboratori. E' pure loro competenza nominare il direttore generale, il direttore responsabile e gli altri membri della direzione, determinare le strategie di sviluppo dell'azienda nonché fissare il budget e adottare il conto annuale.

In questo quadro di riferimento, e nel rispetto delle vigenti leggi, TeleTicino riconosce e incoraggia l'indipendenza giornalistica della propria redazione e la creatività delle proprie strutture produttive.

Per ogni contestazione relativa ai programmi, che non si possano risolvere a livello di redazione o di direzione, il pubblico può rivolgersi all'ombudsman indipendente incaricato dall'Assemblea generale, nella persona dell'avvocato Franco Ballabio, Lugano.

La linea editoriale dell'emittente - ufficializzata in occasione della concessione svizzera - è così definita:

“TeleTicino è stata creata per apportare in Ticino, anche nel campo televisivo, quel pluralismo dell'informazione, delle opinioni e delle offerte di programmi che già è garantito nel campo radiofonico e della carta stampata.

*La sua **programmazione**, dopo l'ottenimento della concessione svizzera, deve svilupparsi maggiormente, sia come fasce orarie, sia come diversità di programmi. Fondamentale rimane la priorità dell'informazione e del talk-show di carattere locale, con alcuni agganci transfrontalieri, come pure l'approfondimento economico-finanziario e politico. Compatibilmente con il budget dell'emittente, vi si aggiungeranno trasmissioni d'intrattenimento e di servizio, programmi per giovani, ragazzi e famiglie, spazi culturali e un'acquisizione mirata di fiction e documentaristica.*

***La linea editoriale** dell'emittente deve rimanere fedele a quella che si è già meritata – dal '94 ad oggi – il rispetto di tutte le forze politiche, sindacali e sociali del Ticino. Ovvero una linea d'informazione vivace e dinamica interessata al dibattito sociale e politico, ma senza alcun vincolo, diretto o indiretto, con singole forze politiche o gruppi di pressione. Una linea di rispetto e valorizzazione delle istituzioni democratiche cantonali e della coesione federale, con un comprensibile sforzo per promuovere gli interessi ticinesi.*

***Una linea** che sostiene l'economia sociale di mercato ma vorrebbe stimolare tanto l'amministrazione pubblica, e il mondo politico ed imprenditoriale, quanto quello sindacale ed associativo a sviluppare una visione più dinamica e fiduciosa nelle chances di rilancio del Ticino e della Svizzera, in un'intelligente prospettiva europea e internazionale.*

***Una linea**, infine, che crede nella democrazia liberale e in un autentico pluralismo dell'informazione e dell'opinione in Svizzera, da sviluppare anche nei media elettronici con una costruttiva dialettica fra l'ente di servizio pubblico nazionale – che va difeso quale importante elemento della coesione nazionale e del peso della Svizzera italiana – e le emittenti private al beneficio di una concessione e di un mandato di prestazioni per programmi locali/regionali, che a loro volta svolgono una funzione di servizio pubblico e devono avere i mezzi per svilupparsi e la volontà di contribuire al Bene comune del Paese”.*

In tal senso TeleTicino aderisce a Telesuisse, associazione delle TV indipendenti svizzere, ed è solidale con le altre emittenti regionali svizzere.

All'Assemblea generale degli azionisti della
Tele Ticino SA, Melide

Lugano, 22 marzo 2007

Rapporto dell'Ufficio di revisione

In qualità di Ufficio di revisione abbiamo verificato la contabilità e il conto annuale (bilancio, conto economico e allegato) della Tele Ticino SA per l'esercizio chiuso al 31.12.2006.

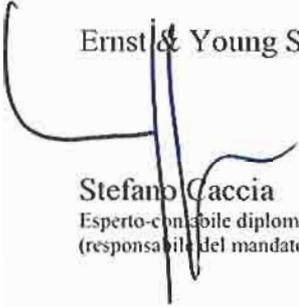
Il Consiglio d'amministrazione è responsabile dell'allestimento del conto annuale, mentre il nostro compito consiste nella sua verifica e nell'espressione di un giudizio in merito. Confermiamo di adempiere i requisiti legali relativi all'abilitazione professionale e all'indipendenza.

La nostra verifica è stata effettuata conformemente alle norme della categoria professionale svizzera, le quali richiedono che la stessa venga pianificata ed effettuata in maniera tale che anomalie significative nel conto annuale possano essere identificate con un grado di sicurezza accettabile. Abbiamo verificato le posizioni e le informazioni del conto annuale mediante procedure analitiche e di verifica a campione. Abbiamo inoltre giudicato l'applicazione dei principi contabili determinanti, le decisioni significative in materia di valutazione, nonché la presentazione del conto annuale nel suo complesso. Siamo dell'avviso che la nostra verifica costituisca una base sufficiente per la presente nostra opinione.

A nostro giudizio la contabilità ed il conto annuale sono conformi alle disposizioni legali svizzere e statutarie.

Raccomandiamo di approvare il conto annuale a Voi sottoposto.

Ernst & Young SA



Stefano Caccia
Esperto-contabile diplomato
(responsabile del mandato)



Paolo Rezzonico
lic. oec. publ.

Allegato:

– Conto annuale (bilancio, conto economico e allegato)

TELE TICINO SA, MELIDE

BILANCIO AL 31 DICEMBRE 2006

	<u>31.12.2006</u>	<u>31.12.2005</u>
	CHF	CHF
ATTIVI		
Sostanza circolante		
Mezzi liquidi	1'483'144	1'180'440
Crediti commerciali		
verso terzi netti	1'280'543	1'284'900
verso azionisti	34'970	36'315
Ratei e risconti attivi	107'521	95'675
Totale sostanza circolante	<u>2'906'178</u>	<u>2'597'330</u>
Sostanza fissa materiale		
Immobilizzi tecnici	232'413	189'833
Scenografia studi televisivi	110'661	95'458
Archivio	199'150	189'150
Automezzi	7'518	5'871
Macchine e mobilio d'ufficio	280'163	210'806
Rinnovo immobile	293'997	293'909
Spese acquisto immobile	10'453	14'063
Stabile	1'475'000	1'550'000
Nuova area stabile	326'827	0
Terreno	1'000'000	1'000'000
Totale sostanza fissa materiale	<u>3'936'182</u>	<u>3'549'090</u>
Sostanza fissa immateriale		
Spese di costituzione	0	16'198
Totale sostanza fissa immateriale	<u>0</u>	<u>16'198</u>
TOTALE ATTIVI	<u><u>6'842'360</u></u>	<u><u>6'162'618</u></u>

TELE TICINO SA, MELIDE
BILANCIO AL 31 DICEMBRE 2006

	<u>31.12.2006</u>	<u>31.12.2005</u>
	CHF	CHF
PASSIVI		
Capitale terzi a corto termine		
Debiti commerciali:		
verso terzi	914'638	714'890
verso azionisti	1'065	1'065
Prestiti da terzi	50'000	0
Ratei e risconti passivi	157'553	142'559
Totale capitale terzi a corto termine	<u>1'123'257</u>	<u>858'515</u>
Capitale terzi a lungo termine		
Prestiti da terzi	415'000	
Ipoteca	2'200'000	2'200'000
Totale capitale terzi a lungo termine	<u>2'615'000</u>	<u>2'200'000</u>
Totale capitale terzi	3'738'257	3'058'515
Capitale proprio		
Capitale sociale	4'950'000	4'950'000
Riserva legale	4'000	4'000
Perdita di bilancio		
<i>Perdita riportata</i>	-1'849'897	-1'849'897
<i>Risultato d'esercizio</i>	0	0
Perdita di bilancio	<u>-1'849'897</u>	<u>-1'849'897</u>
Totale capitale proprio	<u>3'104'103</u>	<u>3'104'103</u>
TOTALE PASSIVI	<u><u>6'842'360</u></u>	<u><u>6'162'618</u></u>

TELE TICINO SA, MELIDE

CONTO ECONOMICO PER L'ESERCIZIO 2006

	<u>2006</u>	<u>2005</u>
	CHF	CHF
RICAVI		
Ricavi della produzione		
Ricavi da emissioni	1'639'692	1'880'380
Ricavi da sponsoring	1'058'551	804'438
Ricavi da coproduzioni	460'924	483'320
Ricavi da produzioni	736'159	494'545
Ricavi da riproduzioni	45'612	24'431
Altri ricavi	307'734	294'005
UFCOM	1'324'099	1'231'500
Totale ricavi della produzione	5'572'771	5'212'619
Diminuzioni dei ricavi	-16'903	-44'679
Totale RICAVI	5'555'868	5'167'940
COSTI		
Costi materiali e prestazioni		
Costi da emissioni per clienti	0	-13'475
Costi coproduzioni	-190'426	-155'581
Costi produzioni per clienti	-177'421	-74'673
Costi riproduzioni	-12'826	-3'154
Costi programmi propri	-336'086	-280'718
Costi programmi speciali	-245'275	-300'794
Attivazioni (archivi)	30'000	30'000
Totale costi materiali e prestazioni	-932'034	-798'394
Costi del personale		
Costi del personale interno	-2'919'494	-2'537'300
Costi del personale esterno	-140'086	-166'752
Totale costi del personale	-3'059'580	-2'704'052
Costi diversi d'esercizio		
Costi uso immobili	-49'278	-42'005
Costi man/rip/sost impianti e mobilio	-311'546	-241'411
Costi veicoli	-90'607	-77'495
Assicurazioni e contributi	-71'666	-74'330
Costi energia	-53'084	-54'713
Costi amministrazione	-178'612	-198'126
Costi pubblicità e marketing	-218'850	-271'216
Altri costi d'esercizio	-145'913	-192'379
Risultato finanziario	-93'890	-77'415
Ammortamenti	-350'808	-397'520
Totale costi diversi d'esercizio	-1'564'254	-1'626'610
Costi e ricavi straordinari	0	-38'885
Totale COSTI	-5'555'868	-5'167'940
Perdita d'esercizio	0	0

TELE TICINO SA, MELIDE
ALLEGATO AL 31 DICEMBRE 2006

	<u>31.12.2006</u> CHF	<u>31.12.2005</u> CHF
Attivi costituiti in pegno		
Immobile		
Valore contabile del terreno e dello stabile	3'095'823	2'857'972
Cartelle ipotecarie gravanti l'immobile CHF 3'100'000 di cui depositate a pegno	2'200'000	2'200'000
Ipoteca: Banca dello Stato del Cantone Ticino	2'200'000	2'200'000
Impegni leasing		
Impegni leasing non a bilancio	1'027'501	574'089
Valore assicurativo		
Installazioni	1'403'440	1'403'440
Merce	395'000	395'000
Stabile	2'500'000	2'500'000

Aprox 2007 (stima di chiusura 31.12.07) riclassificato UFCOM

<u>N°</u>	<u>Descrizione</u>	<u>Effettivo 2006</u>	<u>Aprox 2007</u>
	COSTI DEL PERSONALE		
50	Costi del personale interno	-2'909'520.56	-3'272'785.00
51	Costi di formazione	-20'192.95	-4'000.00
55	Costi del personale esterno	-140'086.05	-145'441.00
	Totale COSTI DEL PERSONALE	-3'069'799.56	-3'422'226.00
	COSTI		
	COSTI MATERIALI E PRESTAZIONI		
403	Costi produzioni per clienti	-176'909.26	-154'496.00
404	Costi riproduzioni	-12'825.62	-15'554.00
405	Costi di diffusione	-189'237.22	-213'720.00
410	Costi programmi propri	-330'706.23	-422'365.00
420	Costi programmi d'acquisto	-217'249.74	-226'959.00
430	Attivazione archivi	30'000.00	30'000.00
	Tot COSTI MATERIALI E PRESTAZIONI	-896'928.07	-1'003'094.00
	COSTI DIVERSI D'ESERCIZIO		
60	Costi uso immobili	-74'277.57	-93'482.00
61	Costi impianti mobiliari/tecnica	-310'176.60	-326'952.00
62	Costi veicoli	-89'892.37	-109'451.00
63	Assicurazioni e contributi	-72'763.56	-75'988.00
64	Costi energia	-52'604.97	-52'833.00
65	Costi amministrazione	-173'865.73	-160'333.00
66	Costi pubblicità e marketing	-216'821.67	-365'542.00
67	Altri costi d'esercizio	-149'643.89	-94'607.00
68	Risultato finanziario	-91'319.02	-116'143.00
69	Ammortamenti	-350'000.00	-150'000.00
	Totale COSTI DIVERSI D'ESERCIZIO	-1'581'365.38	-1'545'331.00
7000	Costi straordinari	0.00	0.00
	Totale COSTI	-5'548'093.01	-5'970'651.00
	RICAVI		
	RICAVI DELLA PRODUZIONE		
300	Ricavi da emissioni	1'639'691.91	1'705'345.00
301	Ricavi da sponsoring	1'519'474.73	1'707'480.00
303	Ricavi da produzioni	735'953.08	682'052.00
304	Ricavi da riproduzioni	42'700.52	31'108.00
305	Ricavi da TTVideo + WEB	2'911.30	73'234.00
	Totale RICAVI DELLA PRODUZIONE	3'940'731.54	4'199'219.00
	ALTRI RICAVI		
310	Quota UFCOM	1'324'099.00	1'456'049.00
3105	Altri ricavi	299'061.47	330'425.00
	Totale ALTRI RICAVI	1'623'160.47	1'786'474.00
39	Diminuzione dei ricavi	-15'799.00	-15'042.00
	Totale RICAVI	5'548'093.01	5'970'651.00
	UTILE (+) / PERDITA (-)	0.00	0.00

Cto	Descrizione	2007	2008	2009	2010	2011	2012
1510	Mobilio	308'947	308'947	358'948	358'948	408'948	408'948
1520	Hardware	401'895	451'895	501'895	601'895	701'895	801'895
1526	Software	46'791	46'791	46'791	46'791	46'791	46'791
1530	Veicoli	12'518	12'518	12'518	12'518	12'518	12'518
1570	Istallazioni fisse	534'484	734'484	1'134'484	1'434'484	1'634'484	1'734'484
1590	Altri impianti mobiliari	621'576	821'576	871'576	971'576	971'576	1'071'576
Impianti mobiliari		1'926'211	2'376'211	2'926'212	3'426'212	3'776'212	4'076'212
1600	Immobili commerciali	4'305'508	4'305'508	4'305'508	4'305'508	4'505'508	4'505'508
1608	Anticipi immobili commerciali	0					
1610	Istallazioni rete emittenti	0					
1620	Nuove tecnologie (LRTV art. 58)	0					
1680	Immobili rivalutati	0					
1690	Altri investimenti immobiliari	0					
Impianti immobiliari		4'305'508	4'305'508	4'305'508	4'305'508	4'505'508	4'505'508
Totale investimenti		6'231'719	6'681'719	7'231'720	7'731'720	8'281'720	8'581'720
1519	Correzioni di valore mobilio	-111'486	-155'621	-200'621	-241'410	-281'234	-309'655
1525	Correzioni di valore materiale informatico	-265'983	-399'948	-444'948	-509'106	-560'421	-600'327
1529	Correzioni di valore software	0	-15'597	-38'992	-46'791	-46'791	-46'791
1539	Correzioni di valore veicoli	-5'000	-12'518	-12'518	-12'518	-12'518	-12'518
1579	Correzioni di valore istallazioni fisse	-282'413	-358'769	-484'769	-647'769	-810'880	-1'001'377
1599	Correzioni di valore altri impianti mobiliari	-331'874	-420'607	-509'607	-624'773	-726'707	-797'503
Correz. Valore Impianti mobiliari		-996'756	-1'363'060	-1'691'455	-2'082'367	-2'438'551	-2'768'171
1609	Correzioni di valore immobili commerciali	-352'512	-375'755	-497'360	-556'448	-600'264	-620'644
1619	Correzioni di valore rete emittenti	0					
1629	Correzioni di valore nuove tecnologie	0					
1689	Correzioni di valore immobili rivalutati	0					
1699	Correzioni di valore altri investimenti immobiliari	0					
Correz. Valore Impianti immobiliari		-352'512	-375'755	-497'360	-556'448	-600'264	-620'644
Totale correzioni di valore		-1'349'268	-1'738'815	-2'188'815	-2'638'815	-3'038'815	-3'388'815
Investimenti netti			60'453	100'001	50'000	150'000	-50'000

Tele Ticino SA

Conto economico 2008

Sistema dei Conti soltanto per la messa a concorso di concessioni per la radio e la TV

3000	Ricavi lordi pubblicità acquistata dall'emittente	1'342'000
3010	Ricavi lordi sponsorizzazione acquistata dall'emittente	1'695'000
3090	Sconti e ribassi sull'acquisto diretto di pubblicità	-
Ricavi lordi pubblicità e sponsorizzazione acquistata dall'emittente		3'037'000
3100	Ricavi lordi pubblicità acquistata da terzi	445'000
3110	Ricavi lordi sponsorizzazione acquistata da terzi	-
3190	Sconti e ribassi sull'acquisto di pubblicità da terzi	-
Ricavi lordi pubblicità e sponsorizzazione acquistata da terzi		445'000
3200	Ricavi lordi pubblicità del gruppo	-
3210	Ricavi lordi sponsorizzazione del gruppo	-
Ricavi lordi pubblicità e sponsorizzazione del gruppo		-
3700	Pubblicità propria	10'000
3951	Perdite su crediti pubblicità e sponsorizzazione	-30'000
Ricavi lordi pubblicità e sponsorizzazione		3'462'000
3300	Ricavi tasse e diritti presso i telespettatori e gli ascoltatori	-
3301	Ricavi realizzati su giochi radio e TV	-
3310	Ricavi produzioni spot da terzi	717'000
3320	Ricavi vendita diritti e licenze	-
3330	Ricavi locazione terzi	-
3331	Ricavi locazione rete emittenti	-
3340	Provvigioni a terzi	-145'000
Altri ricavi da terzi		572'000
3410	Ricavi su produzioni spot per il gruppo	-
3420	Ricavi vendita diritti e licenze al gruppo	-
3430	Ricavi locazione al gruppo	-
3431	Ricavi locazione rete emittenti al gruppo	-
3440	Provvigioni agenzie del gruppo	-
Altri ricavi provenienti dal gruppo		-
Altri ricavi		572'000

Tele Ticino SA

Conto economico 2008

Sistema dei Conti soltanto per la messa a concorso di concessioni per la radio e la TV

3600	Vendita merce	30'000
3610	Ricavi pubblicità su internet	86'000
3620	Ricavi manifestazioni	-
3670	Ricavi per messa a disposizione di personale	431'000
3680	Alienazione attivi	-
3690	Atri ricavi diversi	367'000
Ricavi diversi		914'000
<hr/>		
3800	Variazioni lavori in corso produzione	-
Ricavi lordi		4'948'000
<hr/>		
3900	Sconti e ribassi	-
3910	Tassa di concessione UFCOM	14'800
3930	Provvigioni agenzie e intermediari	-
3950	Perdite su clienti	10'000
3990	Altre diminuzioni dei ricavi	-
	Correzioni su pubblicità propria	10'000
Diminuzioni dei ricavi		34'800
<hr/>		
Cifra d'affari		4'913'200
<hr/>		
4000	Costi per materiale terzi	155'000
4020	Costi diritti e licenze	177'000
4021	Diritti d'autore	58'000
4060	Lavori di terzi	471'000
4090	Altri costi di terzi per il programma	220'000
Costi di terzi per il programma		1'081'000
<hr/>		
4200	Costi per acquisti materiale dal gruppo	-
4270	Costi per diritti e licenze del gruppo	-
4260	Lavori del gruppo	-
Costi del programma del gruppo		-
Costi per il programma		1'081'000

Tele Ticino SA

Conto economico 2008

Sistema dei Conti soltanto per la messa a concorso di concessioni per la radio e la TV

4400	Provvigioni agenzie e intermediari del gruppo	-
4600	Costi merce	16'000
4610	Costi internet	30'000
4620	Costi manifestazioni	-
4690	Costi del materiale e prestazioni diverse	-
	Altri costi per materiale e prestazioni	46'000
	Costi per materiale e prestazioni	46'000
4700	Spese d'acquisto diretto	-
4900	Diminuzione dei costi	-
	Costi per il programma e il materiale netto	1'127'000
	Risultato lordo	3'786'200
5000	Salari	3'407'000
5700	Costi delle assicurazioni sociali	162'000
5720	Previdenza professionale	288'400
5810	Formazione e perfezionamento	40'000
5820	Rimborsi spese effettive	51'300
5870	Altri costi del personale	11'800
5900	Lavoratori temporanei	150'000
	Costi del personale	4'110'500
6000	Costi per l'uso di immobili	103'900
6100	Manutenzione, riparazioni, sostituzioni	328'500
6200	Costi autoveicoli	110'800
6300	Assicurazione cose, diritti, tasse	39'200
6400	Costi per l'energia e lo smaltimento dei rifiuti	55'000
6500	Costi di amministrazione e per l'informatica	150'000
6610	Costi d'acquisizione società del gruppo	-
6600	Costi di pubblicità	349'000
6700	Altri costi d'esercizio	113'300
6710	Costi per IVA non recuperabile	-
6900	Ammortamenti	400'000
	Altri costi d'esercizio	1'649'700
	Costi d'esercizio	5'760'200
	Risultato dell'esercizio	-1'974'000

Tele Ticino SA

Conto economico 2008

Sistema dei Conti soltanto per la messa a concorso di concessioni per la radio e la TV

7400	Ricavi da investimenti finanziari società terze	11'200
7401	Ricavi da investimenti finanziari società del gruppo	-
7402	Ricavi da investimenti finanziari azionisti	-
7410	Costi per investimenti finanziari terzi	-24'400
7411	Costi per investimenti finanziari del gruppo	-
7412	Costi per investimenti finanziari azionisti	-9'800
Risultato da investimenti finanziari		-23'000
<hr/>		
8000	<i>Proventi del canone (LRTV art. 40)</i>	<i>2'158'964</i>
8010	<i>Contributi alla diffusione (LRTV art. 57)</i>	<i>-</i>
8020	<i>Nuove tecnologie</i>	<i>-</i>
Sovvenzioni UFCOM		2'158'964
<hr/>		
8100	Contributi del cantone	-
8110	Contributi del comune	-
8120	Contributi istituzioni (p.es. chiese)	-
8130	Contributi da privati e associazioni	-
Contributi		-
Sovvenzioni e contributi		2'158'964
<hr/>		
8290	Altri ricavi straordinari	-
8300	Ammortamenti straordinari	-
8301	Ammortamenti nuove tecnologie	-
8302	Ammortamenti Goodwill	-
8310	Managementfees	-
8320	Multe, sanzioni, violazione del diritto	-
8390	Altri costi straordinari	-
Risultato straordinario		-
<hr/>		
8800	Risultato estraneo all'esercizio	-
8900	Imposte	-22'000
Utile / Perdita esercizio		139'964

Conto economico 2008 diviso per trimestri

	1° trim.	2° trim.	3° trim.	4° trim
3000 Ricavi lordi pubblicità acquistata dall'emittente	215'000	282'000	295'000	550'000
3010 Ricavi lordi sponsorizzazione acquistata dall'emittente	271'000	356'000	373'000	695'000
3090 Sconti e ribassi sull'acquisto diretto di pubblicità				
Ricavi lordi pubblicità e sponsorizzazione acquistata dall'emittente	486'000	638'000	668'000	1'245'000
3100 Ricavi lordi pubblicità acquistata da terzi	71'000	93'000	98'000	183'000
3110 Ricavi lordi sponsorizzazione acquistata da terzi				
3190 Sconti e ribassi sull'acquisto di pubblicità da terzi				
Ricavi lordi pubblicità e sponsorizzazione acquistata da terzi	71'000	93'000	98'000	183'000
3200 Ricavi lordi pubblicità del gruppo				
3210 Ricavi lordi sponsorizzazione del gruppo				
Ricavi lordi pubblicità e sponsorizzazione del gruppo				
3700 Pubblicità propria	-	5'000	-	5'000
3951 Perdite su crediti pubblicità e sponsorizzazione	-	-	-	-30'000
Ricavi lordi pubblicità e sponsorizzazione	557'000	736'000	766'000	1'403'000
3300 Ricavi tasse e diritti presso i telespettatori e gli ascoltatori				
3301 Ricavi realizzati su giochi radio e TV				
3310 Ricavi produzioni spot da terzi	115'000	150'000	158'000	294'000
3320 Ricavi vendita diritti e licenze				
3330 Ricavi locazione terzi				
3331 Ricavi locazione rete emittenti				
3340 Provvigioni a terzi	-23'000	-30'000	-32'000	-60'000
Altri ricavi da terzi	92'000	120'000	126'000	234'000
3410 Ricavi su produzioni spot per il gruppo				
3420 Ricavi vendita diritti e licenze al gruppo				
3430 Ricavi locazione al gruppo				
3431 Ricavi locazione rete emittenti al gruppo				
3440 Provvigioni agenzie del gruppo				
Altri ricavi provenienti dal gruppo				
Altri ricavi	92'000	120'000	126'000	234'000

Conto economico 2008 diviso per trimestri

3600	Vendita merce	7'500	7'500	7'500	7'500
3610	Ricavi pubblicità su internet	21'500	21'500	21'500	21'500
3620	Ricavi manifestazioni				
3670	Ricavi per messa a disposizione di personale	100'000	100'000	100'000	131'000
3680	Alienazione attivi				
3690	Atri ricavi diversi	90'000	90'000	90'000	97'000
Ricavi diversi		219'000	219'000	219'000	257'000

3800 Variazioni lavori in corso produzione

Ricavi lordi		868'000	1'075'000	1'111'000	1'894'000
---------------------	--	----------------	------------------	------------------	------------------

3900	Sconti e ribassi				
3910	Tassa di concessione UFCOM	0	14800	0	0
3930	Provvigioni agenzie e intermediari				
3950	Perdite su clienti	0	0	0	10000
3990	Altre diminuzioni dei ricavi				
	Correzioni su pubblicità propria	0	5000	0	5000
Diminuzioni dei ricavi		-	19'800	-	15'000

Cifra d'affari		868'000	1'055'200	1'111'000	1'879'000
-----------------------	--	----------------	------------------	------------------	------------------

4000	Costi per materiale terzi	38'750	38'750	38'750	38'750
4020	Costi diritti e licenze	44'250	44'250	44'250	44'250
4021	Diritti d'autore	14'500	14'500	14'500	14'500
4060	Lavori di terzi	117'750	117'750	117'750	117'750
4090	Altri costi di terzi per il programma	55'000	55'000	55'000	55'000
Costi di terzi per il programma		270'250	270'250	270'250	270'250

4200	Costi per acquisti materiale dal gruppo				
4270	Costi per diritti e licenze del gruppo				
4260	Lavori del gruppo				
Costi del programma del gruppo					
Costi per il programma		270'250	270'250	270'250	270'250

Conto economico 2008 diviso per trimestri

4400	Provvigioni agenzie e intermediari del gruppo				
4600	Costi merce	4'000	4'000	4'000	4'000
4610	Costi internet	7'500	7'500	7'500	7'500
4620	Costi manifestazioni				
4690	Costi del materiale e prestazioni diverse				
	Altri costi per materiale e prestazioni	11'500	11'500	11'500	11'500
	Costi per materiale e prestazioni	11'500	11'500	11'500	11'500
4700	Spese d'acquisto diretto				
4900	Diminuzione dei costi				
	Costi per il programma e il materiale netto	281'750	281'750	281'750	281'750
	Risultato lordo	586'250	773'450	829'250	1'597'250
5000	Salari	850'000	850'000	850'000	857'000
5700	Costi delle assicurazioni sociali	40'000	40'000	40'000	42'000
5720	Previdenza professionale	72'000	72'000	72'000	72'400
5810	Formazione e perfezionamento	10'000	10'000	10'000	10'000
5820	Rimborsi spese effettive	12'000	13'000	13'000	13'300
5870	Altri costi del personale	3'000	3'000	2'800	3'000
5900	Lavoratori temporanei	37'000	37'000	37'000	39'000
	Costi del personale	1'024'000	1'025'000	1'024'800	1'036'700
6000	Costi per l'uso di immobili	25'000	25'000	25'000	28'900
6100	Manutenzione, riparazioni, sostituzioni	82'000	82'000	82'000	82'500
6200	Costi autoveicoli	30'000	30'000	23'000	27'800
6300	Assicurazione cose, diritti, tasse	10'000	10'000	10'000	9'200
6400	Costi per l'energia e lo smaltimento dei rifiuti	13'750	13'750	13'750	13'750
6500	Costi di amministrazione e per l'informatica	37'500	37'500	37'500	37'500
6610	Costi d'acquisizione società del gruppo	-	-	-	-
6600	Costi di pubblicità	56'000	73'000	77'000	143'000
6700	Altri costi d'esercizio	28'000	28'000	28'000	29'300
6710	Costi per IVA non recuperabile	-	-	-	-
6900	Ammortamenti	100'000	100'000	100'000	100'000
	Altri costi d'esercizio	382'250	399'250	396'250	471'950
	Costi d'esercizio	1'406'250	1'424'250	1'421'050	1'508'650
	Risultato dell'esercizio	-820'000	-650'800	-591'800	88'600

Conto economico 2008 diviso per trimestri

7400	Ricavi da investimenti finanziari società terze	2'800	2'800	2'800	2'800
7401	Ricavi da investimenti finanziari società del gruppo				
7402	Ricavi da investimenti finanziari azionisti				
7410	Costi per investimenti finanziari terzi	-6'100	-6'100	-6'100	-6'100
7411	Costi per investimenti finanziari del gruppo				
7412	Costi per investimenti finanziari azionisti	-2'450	-2'450	-2'450	-2'450
Risultato da investimenti finanziari		-5'750	-5'750	-5'750	-5'750
8000	Proventi del canone (LRTV art. 40)	359250	359250	720232	720232
8010	Contributi alla diffusione (LRTV art. 57)				
8020	Nuove tecnologie				
Sovvenzioni UFCOM		359'250	359'250	720'232	720'232
8100	Contributi del cantone				
8110	Contributi del comune				
8120	Contributi istituzioni (p.es. chiese)				
8130	Contributi da privati e associazioni				
Contributi					
Sovvenzioni e contributi		359'250	359'250	720'232	720'232
8290	Altri ricavi straordinari				
8300	Ammortamenti straordinari				
8301	Ammortamenti nuove tecnologie				
8302	Ammortamenti Goodwill				
8310	Managementfees				
8320	Multe, sanzioni, violazione del diritto				
8390	Altri costi straordinari				
Risultato straordinario					
8800	Risultato estraneo all'esercizio				
8900	Imposte	-5'500	-5'500	-5'500	-5'500
Utile / Perdita esercizio		-472'000	-302'800	117'182	797'582

Tele Ticino SA

Conto economico 2009

Sistema dei Conti soltanto per la messa a concorso di concessioni per la radio e la TV

3000	Ricavi lordi pubblicità acquistata dall'emittente	1'410'000
3010	Ricavi lordi sponsorizzazione acquistata dall'emittente	1'780'000
3090	Sconti e ribassi sull'acquisto diretto di pubblicità	-
Ricavi lordi pubblicità e sponsorizzazione acquistata dall'emittente		3'190'000
3100	Ricavi lordi pubblicità acquistata da terzi	467'000
3110	Ricavi lordi sponsorizzazione acquistata da terzi	-
3190	Sconti e ribassi sull'acquisto di pubblicità da terzi	-
Ricavi lordi pubblicità e sponsorizzazione acquistata da terzi		467'000
3200	Ricavi lordi pubblicità del gruppo	-
3210	Ricavi lordi sponsorizzazione del gruppo	-
Ricavi lordi pubblicità e sponsorizzazione del gruppo		-
3700	Pubblicità propria	10'000
3951	Perdite su crediti pubblicità e sponsorizzazione	-32'000
Ricavi lordi pubblicità e sponsorizzazione		3'635'000
3300	Ricavi tasse e diritti presso i telespettatori e gli ascoltatori	
3301	Ricavi realizzati su giochi radio e TV	-
3310	Ricavi produzioni spot da terzi	753'000
3320	Ricavi vendita diritti e licenze	-
3330	Ricavi locazione terzi	-
3331	Ricavi locazione rete emittenti	-
3340	Provvigioni a terzi	-152'000
Altri ricavi da terzi		601'000
3410	Ricavi su produzioni spot per il gruppo	-
3420	Ricavi vendita diritti e licenze al gruppo	-
3430	Ricavi locazione al gruppo	-
3431	Ricavi locazione rete emittenti al gruppo	-
3440	Provvigioni agenzie del gruppo	-
Altri ricavi provenienti dal gruppo		-
Altri ricavi		601'000

Tele Ticino SA

Conto economico 2009

Sistema dei Conti soltanto per la messa a concorso di concessioni per la radio e la TV

3600	Vendita merce	30'000
3610	Ricavi pubblicità su internet	96'000
3620	Ricavi manifestazioni	-
3670	Ricavi per messa a disposizione di personale	461'000
3680	Alienazione attivi	-
3690	Atri ricavi diversi	374'000
Ricavi diversi		961'000
<hr/>		
3800	Variazioni lavori in corso produzione	-
Ricavi lordi		5'197'000
<hr/>		
3900	Sconti e ribassi	-
3910	Tassa di concessione UFCOM	15'700
3930	Provvigioni agenzie e intermediari	-
3950	Perdite su clienti	12'000
3990	Altre diminuzioni dei ricavi	-
	Correzioni su pubblicità propria	-
Diminuzioni dei ricavi		27'700
<hr/>		
Cifra d'affari		5'169'300
<hr/>		
4000	Costi per materiale terzi	170'000
4020	Costi diritti e licenze	242'000
4021	Diritti d'autore	62'000
4060	Lavori di terzi	545'000
4090	Altri costi di terzi per il programma	231'000
Costi di terzi per il programma		1'250'000
<hr/>		
4200	Costi per acquisti materiale dal gruppo	-
4270	Costi per diritti e licenze del gruppo	-
4260	Lavori del gruppo	-
Costi del programma del gruppo		-
Costi per il programma		1'250'000

Tele Ticino SA

Conto economico 2009

Sistema dei Conti soltanto per la messa a concorso di concessioni per la radio e la TV

4400	Provvigioni agenzie e intermediari del gruppo	-
4600	Costi merce	16'000
4610	Costi internet	30'000
4620	Costi manifestazioni	-
4690	Costi del materiale e prestazioni diverse	-
	Altri costi per materiale e prestazioni	46'000
	Costi per materiale e prestazioni	46'000
4700	Spese d'acquisto diretto	-
4900	Diminuzione dei costi	-
	Costi per il programma e il materiale netto	1'296'000
	Risultato lordo	3'873'300
5000	Salari	3'645'000
5700	Costi delle assicurazioni sociali	173'200
5720	Previdenza professionale	308'500
5810	Formazione e perfezionamento	80'000
5820	Rimborsi spese effettive	54'800
5870	Altri costi del personale	12'600
5900	Lavoratori temporanei	150'000
	Costi del personale	4'424'100
6000	Costi per l'uso di immobili	107'000
6100	Manutenzione, riparazioni, sostituzioni	338'400
6200	Costi autoveicoli	114'100
6300	Assicurazione cose, diritti, tasse	40'000
6400	Costi per l'energia e lo smaltimento dei rifiuti	56'600
6500	Costi di amministrazione e per l'informatica	155'000
6610	Costi d'acquisizione società del gruppo	-
6600	Costi di pubblicità	360'000
6700	Altri costi d'esercizio	116'700
6710	Costi per IVA non recuperabile	-
6900	Ammortamenti	450'000
	Altri costi d'esercizio	1'737'800
	Costi d'esercizio	6'161'900
	Risultato dell'esercizio	-2'288'600

Tele Ticino SA

Conto economico 2009

Sistema dei Conti soltanto per la messa a concorso di concessioni per la radio e la TV

7400	Ricavi da investimenti finanziari società terze	-
7401	Ricavi da investimenti finanziari società del gruppo	-
7402	Ricavi da investimenti finanziari azionisti	-
7410	Costi per investimenti finanziari terzi	-24'400
7411	Costi per investimenti finanziari del gruppo	-
7412	Costi per investimenti finanziari azionisti	-9'800
Risultato da investimenti finanziari		-34'200
<hr/>		
8000	Proventi del canone (LRTV art. 40)	2'880'928
8010	Contributi alla diffusione (LRTV art. 57)	-
8020	Nuove tecnologie	-
Sovvenzioni UFCOM		2'880'928
<hr/>		
8100	Contributi del cantone	-
8110	Contributi del comune	-
8120	Contributi istituzioni (p.es. chiese)	-
8130	Contributi da privati e associazioni	-
Contributi		-
Sovvenzioni e contributi		2'880'928
<hr/>		
8290	Altri ricavi straordinari	-
8300	Ammortamenti straordinari	-
8301	Ammortamenti nuove tecnologie	-
8302	Ammortamenti Goodwill	-
8310	Managementfees	-
8320	Multe, sanzioni, violazione del diritto	-
8390	Altri costi straordinari	-
Risultato straordinario		-
<hr/>		
8800	Risultato estraneo all'esercizio	-
8900	Imposte	-113'000
Utile / Perdita esercizio		445'128

Tele Ticino SA

Conto economico 2010

Sistema dei Conti soltanto per la messa a concorso di concessioni per la radio e la TV

3000	Ricavi lordi pubblicità acquistata dall'emittente	1'466'000
3010	Ricavi lordi sponsorizzazione acquistata dall'emittente	1'852'000
3090	Sconti e ribassi sull'acquisto diretto di pubblicità	-
Ricavi lordi pubblicità e sponsorizzazione acquistata dall'emittente		3'318'000
3100	Ricavi lordi pubblicità acquistata da terzi	486'000
3110	Ricavi lordi sponsorizzazione acquistata da terzi	-
3190	Sconti e ribassi sull'acquisto di pubblicità da terzi	-
Ricavi lordi pubblicità e sponsorizzazione acquistata da terzi		486'000
3200	Ricavi lordi pubblicità del gruppo	-
3210	Ricavi lordi sponsorizzazione del gruppo	-
Ricavi lordi pubblicità e sponsorizzazione del gruppo		-
3700	Pubblicità propria	10'000
3951	Perdite su crediti pubblicità e sponsorizzazione	-33'000
Ricavi lordi pubblicità e sponsorizzazione		3'781'000
3300	Ricavi tasse e diritti presso i telespettatori e gli ascoltatori	-
3301	Ricavi realizzati su giochi radio e TV	-
3310	Ricavi produzioni spot da terzi	783'000
3320	Ricavi vendita diritti e licenze	-
3330	Ricavi locazione terzi	-
3331	Ricavi locazione rete emittenti	-
3340	Provvigioni a terzi	-158'000
Altri ricavi da terzi		625'000
3410	Ricavi su produzioni spot per il gruppo	-
3420	Ricavi vendita diritti e licenze al gruppo	-
3430	Ricavi locazione al gruppo	-
3431	Ricavi locazione rete emittenti al gruppo	-
3440	Provvigioni agenzie del gruppo	-
Altri ricavi provenienti dal gruppo		-
Altri ricavi		625'000

Tele Ticino SA

Conto economico 2010

Sistema dei Conti soltanto per la messa a concorso di concessioni per la radio e la TV

3600	Vendita merce	32'000
3610	Ricavi pubblicità su internet	106'000
3620	Ricavi manifestazioni	-
3670	Ricavi per messa a disposizione di personale	484'000
3680	Alienazione attivi	-
3690	Atri ricavi diversi	376'000
Ricavi diversi		998'000
<hr/>		
3800	Variazioni lavori in corso produzione	-
Ricavi lordi		5'404'000
<hr/>		
3900	Sconti e ribassi	-
3910	Tassa di concessione UFCOM	16'400
3930	Provvigioni agenzie e intermediari	-
3950	Perdite su clienti	12'000
3990	Altre diminuzioni dei ricavi	-
	Correzioni su pubblicità propria	-
Diminuzioni dei ricavi		28'400
<hr/>		
Cifra d'affari		5'375'600
<hr/>		
4000	Costi per materiale terzi	190'000
4020	Costi diritti e licenze	350'000
4021	Diritti d'autore	64'000
4060	Lavori di terzi	600'000
4090	Altri costi di terzi per il programma	240'000
Costi di terzi per il programma		1'444'000
<hr/>		
4200	Costi per acquisti materiale dal gruppo	-
4270	Costi per diritti e licenze del gruppo	-
4260	Lavori del gruppo	-
Costi del programma del gruppo		-
Costi per il programma		1'444'000

Tele Ticino SA

Conto economico 2010

Sistema dei Conti soltanto per la messa a concorso di concessioni per la radio e la TV

4400	Provvigioni agenzie e intermediari del gruppo	-
4600	Costi merce	17'000
4610	Costi internet	30'000
4620	Costi manifestazioni	-
4690	Costi del materiale e prestazioni diverse	-
	Altri costi per materiale e prestazioni	47'000
	Costi per materiale e prestazioni	47'000
4700	Spese d'acquisto diretto	-
4900	Diminuzione dei costi	-
	Costi per il programma e il materiale netto	1'491'000
	Risultato lordo	3'884'600
5000	Salari	3'827'000
5700	Costi delle assicurazioni sociali	181'800
5720	Previdenza professionale	323'900
5810	Formazione e perfezionamento	82'000
5820	Rimborsi spese effettive	57'500
5870	Altri costi del personale	13'200
5900	Lavoratori temporanei	150'000
	Costi del personale	4'635'400
6000	Costi per l'uso di immobili	110'000
6100	Manutenzione, riparazioni, sostituzioni	349'000
6200	Costi autoveicoli	117'000
6300	Assicurazione cose, diritti, tasse	40'000
6400	Costi per l'energia e lo smaltimento dei rifiuti	58'000
6500	Costi di amministrazione e per l'informatica	159'000
6610	Costi d'acquisizione società del gruppo	-
6600	Costi di pubblicità	370'000
6700	Altri costi d'esercizio	120'000
6710	Costi per IVA non recuperabile	-
6900	Ammortamenti	450'000
	Altri costi d'esercizio	1'773'000
	Costi d'esercizio	6'408'400
	Risultato dell'esercizio	-2'523'800

Tele Ticino SA

Conto economico 2010

Sistema dei Conti soltanto per la messa a concorso di concessioni per la radio e la TV

7400	Ricavi da investimenti finanziari società terze	-
7401	Ricavi da investimenti finanziari società del gruppo	-
7402	Ricavi da investimenti finanziari azionisti	-
7410	Costi per investimenti finanziari terzi	-24'400
7411	Costi per investimenti finanziari del gruppo	-
7412	Costi per investimenti finanziari azionisti	-9'800
Risultato da investimenti finanziari		-34'200
<hr/>		
8000	Proventi del canone (LRTV art. 40)	2'880'928
8010	Contributi alla diffusione (LRTV art. 57)	-
8020	Nuove tecnologie	-
Sovvenzioni UFCOM		2'880'928
<hr/>		
8100	Contributi del cantone	-
8110	Contributi del comune	-
8120	Contributi istituzioni (p.es. chiese)	-
8130	Contributi da privati e associazioni	-
Contributi		-
Sovvenzioni e contributi		2'880'928
<hr/>		
8290	Altri ricavi straordinari	-
8300	Ammortamenti straordinari	-
8301	Ammortamenti nuove tecnologie	-
8302	Ammortamenti Goodwill	-
8310	Managementfees	-
8320	Multe, sanzioni, violazione del diritto	-
8390	Altri costi straordinari	-
Risultato straordinario		-
<hr/>		
8800	Risultato estraneo all'esercizio	-
8900	Imposte	-100'600
Utile / Perdita esercizio		222'328

Tele Ticino SA

Conto economico 2011

Sistema dei Conti soltanto per la messa a concorso di concessioni per la radio e la TV

3000	Ricavi lordi pubblicità acquistata dall'emittente	1'510'000
3010	Ricavi lordi sponsorizzazione acquistata dall'emittente	1'907'000
3090	Sconti e ribassi sull'acquisto diretto di pubblicità	-
Ricavi lordi pubblicità e sponsorizzazione acquistata dall'emittente		3'417'000
3100	Ricavi lordi pubblicità acquistata da terzi	500'000
3110	Ricavi lordi sponsorizzazione acquistata da terzi	-
3190	Sconti e ribassi sull'acquisto di pubblicità da terzi	-
Ricavi lordi pubblicità e sponsorizzazione acquistata da terzi		500'000
3200	Ricavi lordi pubblicità del gruppo	-
3210	Ricavi lordi sponsorizzazione del gruppo	-
Ricavi lordi pubblicità e sponsorizzazione del gruppo		-
3700	Pubblicità propria	10'000
3951	Perdite su crediti pubblicità e sponsorizzazione	-34'000
Ricavi lordi pubblicità e sponsorizzazione		3'893'000
3300	Ricavi tasse e diritti presso i telespettatori e gli ascoltatori	-
3301	Ricavi realizzati su giochi radio e TV	-
3310	Ricavi produzioni spot da terzi	806'000
3320	Ricavi vendita diritti e licenze	-
3330	Ricavi locazione terzi	-
3331	Ricavi locazione rete emittenti	-
3340	Provvigioni a terzi	-163'000
Altri ricavi da terzi		643'000
3410	Ricavi su produzioni spot per il gruppo	-
3420	Ricavi vendita diritti e licenze al gruppo	-
3430	Ricavi locazione al gruppo	-
3431	Ricavi locazione rete emittenti al gruppo	-
3440	Provvigioni agenzie del gruppo	-
Altri ricavi provenienti dal gruppo		-
Altri ricavi		643'000

Tele Ticino SA

Conto economico 2011

Sistema dei Conti soltanto per la messa a concorso di concessioni per la radio e la TV

3600	Vendita merce	32'000
3610	Ricavi pubblicità su internet	126'000
3620	Ricavi manifestazioni	-
3670	Ricavi per messa a disposizione di personale	500'000
3680	Alienazione attivi	-
3690	Atri ricavi diversi	378'000
Ricavi diversi		1'036'000
<hr/>		
3800	Variazioni lavori in corso produzione	-
Ricavi lordi		5'572'000
<hr/>		
3900	Sconti e ribassi	-
3910	Tassa di concessione UFCOM	17'000
3930	Provvigioni agenzie e intermediari	-
3950	Perdite su clienti	14'000
3990	Altre diminuzioni dei ricavi	-
	Correzioni su pubblicità propria	-
Diminuzioni dei ricavi		31'000
<hr/>		
Cifra d'affari		5'541'000
<hr/>		
4000	Costi per materiale terzi	210'000
4020	Costi diritti e licenze	380'000
4021	Diritti d'autore	66'000
4060	Lavori di terzi	650'000
4090	Altri costi di terzi per il programma	325'000
Costi di terzi per il programma		1'631'000
<hr/>		
4200	Costi per acquisti materiale dal gruppo	-
4270	Costi per diritti e licenze del gruppo	-
4260	Lavori del gruppo	-
Costi del programma del gruppo		-
Costi per il programma		1'631'000

Tele Ticino SA

Conto economico 2011

Sistema dei Conti soltanto per la messa a concorso di concessioni per la radio e la TV

4400	Provvigioni agenzie e intermediari del gruppo	-
4600	Costi merce	17'000
4610	Costi internet	30'000
4620	Costi manifestazioni	-
4690	Costi del materiale e prestazioni diverse	-
	Altri costi per materiale e prestazioni	47'000
	Costi per materiale e prestazioni	47'000
4700	Spese d'acquisto diretto	-
4900	Diminuzione dei costi	-
	Costi per il programma e il materiale netto	1'678'000
	Risultato lordo	3'863'000
5000	Salari	3'941'000
5700	Costi delle assicurazioni sociali	187'000
5720	Previdenza professionale	333'600
5810	Formazione e perfezionamento	84'000
5820	Rimborsi spese effettive	59'200
5870	Altri costi del personale	13'500
5900	Lavoratori temporanei	150'000
	Costi del personale	4'768'300
6000	Costi per l'uso di immobili	112'000
6100	Manutenzione, riparazioni, sostituzioni	355'000
6200	Costi autoveicoli	119'000
6300	Assicurazione cose, diritti, tasse	41'000
6400	Costi per l'energia e lo smaltimento dei rifiuti	59'000
6500	Costi di amministrazione e per l'informatica	161'000
6610	Costi d'acquisizione società del gruppo	-
6600	Costi di pubblicità	350'000
6700	Altri costi d'esercizio	120'000
6710	Costi per IVA non recuperabile	-
6900	Ammortamenti	400'000
	Altri costi d'esercizio	1'717'000
	Costi d'esercizio	6'485'300
	Risultato dell'esercizio	-2'622'300

Tele Ticino SA

Conto economico 2011

Sistema dei Conti soltanto per la messa a concorso di concessioni per la radio e la TV

7400	Ricavi da investimenti finanziari società terze	-
7401	Ricavi da investimenti finanziari società del gruppo	-
7402	Ricavi da investimenti finanziari azionisti	-
7410	Costi per investimenti finanziari terzi	-24'400
7411	Costi per investimenti finanziari del gruppo	-
7412	Costi per investimenti finanziari azionisti	-9'800
Risultato da investimenti finanziari		-34'200
<hr/>		
8000	<i>Proventi del canone (LRTV art. 40)</i>	2'880'928
8010	<i>Contributi alla diffusione (LRTV art. 57)</i>	-
8020	<i>Nuove tecnologie</i>	-
Sovvenzioni UFCOM		2'880'928
<hr/>		
8100	Contributi del cantone	-
8110	Contributi del comune	-
8120	Contributi istituzioni (p.es. chiese)	-
8130	Contributi da privati e associazioni	-
Contributi		-
Sovvenzioni e contributi		2'880'928
<hr/>		
8290	Altri ricavi straordinari	-
8300	Ammortamenti straordinari	-
8301	Ammortamenti nuove tecnologie	-
8302	Ammortamenti Goodwill	-
8310	Managementfees	-
8320	Multe, sanzioni, violazione del diritto	-
8390	Altri costi straordinari	-
Risultato straordinario		-
<hr/>		
8800	Risultato estraneo all'esercizio	-
8900	Imposte	-73'900
Utile / Perdita esercizio		150'528

Tele Ticino SA

Conto economico 2012

Sistema dei Conti soltanto per la messa a concorso di concessioni per la radio e la TV

3000	Ricavi lordi pubblicità acquistata dall'emittente	1'555'000
3010	Ricavi lordi sponsorizzazione acquistata dall'emittente	1'964'000
3090	Sconti e ribassi sull'acquisto diretto di pubblicità	-
Ricavi lordi pubblicità e sponsorizzazione acquistata dall'emittente		3'519'000
3100	Ricavi lordi pubblicità acquistata da terzi	515'000
3110	Ricavi lordi sponsorizzazione acquistata da terzi	-
3190	Sconti e ribassi sull'acquisto di pubblicità da terzi	-
Ricavi lordi pubblicità e sponsorizzazione acquistata da terzi		515'000
3200	Ricavi lordi pubblicità del gruppo	-
3210	Ricavi lordi sponsorizzazione del gruppo	-
Ricavi lordi pubblicità e sponsorizzazione del gruppo		-
3700	Pubblicità propria	10'000
3951	Perdite su crediti pubblicità e sponsorizzazione	-35'000
Ricavi lordi pubblicità e sponsorizzazione		4'009'000
3300	Ricavi tasse e diritti presso i telespettatori e gli ascoltatori	-
3301	Ricavi realizzati su giochi radio e TV	-
3310	Ricavi produzioni spot da terzi	830'000
3320	Ricavi vendita diritti e licenze	-
3330	Ricavi locazione terzi	-
3331	Ricavi locazione rete emittenti	-
3340	Provvigioni a terzi	-168'000
Altri ricavi da terzi		662'000
3410	Ricavi su produzioni spot per il gruppo	-
3420	Ricavi vendita diritti e licenze al gruppo	-
3430	Ricavi locazione al gruppo	-
3431	Ricavi locazione rete emittenti al gruppo	-
3440	Provvigioni agenzie del gruppo	-
Altri ricavi provenienti dal gruppo		-
Altri ricavi		662'000

Tele Ticino SA

Conto economico 2012

Sistema dei Conti soltanto per la messa a concorso di concessioni per la radio e la TV

3600	Vendita merce	35'000
3610	Ricavi pubblicità su internet	126'000
3620	Ricavi manifestazioni	-
3670	Ricavi per messa a disposizione di personale	515'000
3680	Alienazione attivi	-
3690	Atri ricavi diversi	382'000
Ricavi diversi		1'058'000
<hr/>		
3800	Variazioni lavori in corso produzione	-
Ricavi lordi		5'729'000
<hr/>		
3900	Sconti e ribassi	-
3910	Tassa di concessione UFCOM	17'600
3930	Provvigioni agenzie e intermediari	-
3950	Perdite su clienti	14'000
3990	Altre diminuzioni dei ricavi	-
	Correzioni su pubblicità propria	-
Diminuzioni dei ricavi		31'600
<hr/>		
Cifra d'affari		5'697'400
<hr/>		
4000	Costi per materiale terzi	230'000
4020	Costi diritti e licenze	410'000
4021	Diritti d'autore	68'000
4060	Lavori di terzi	700'000
4090	Altri costi di terzi per il programma	400'000
Costi di terzi per il programma		1'808'000
<hr/>		
4200	Costi per acquisti materiale dal gruppo	-
4270	Costi per diritti e licenze del gruppo	-
4260	Lavori del gruppo	-
Costi del programma del gruppo		-
Costi per il programma		1'808'000

Tele Ticino SA

Conto economico 2012

Sistema dei Conti soltanto per la messa a concorso di concessioni per la radio e la TV

4400	Provvigioni agenzie e intermediari del gruppo	-
4600	Costi merce	18'000
4610	Costi internet	30'000
4620	Costi manifestazioni	-
4690	Costi del materiale e prestazioni diverse	-
	Altri costi per materiale e prestazioni	48'000
	Costi per materiale e prestazioni	48'000
4700	Spese d'acquisto diretto	-
4900	Diminuzione dei costi	-
	Costi per il programma e il materiale netto	1'856'000
	Risultato lordo	3'841'400
5000	Salari	4'055'000
5700	Costi delle assicurazioni sociali	191'000
5720	Previdenza professionale	342'000
5810	Formazione e perfezionamento	86'000
5820	Rimborsi spese effettive	60'900
5870	Altri costi del personale	13'800
5900	Lavoratori temporanei	150'000
	Costi del personale	4'898'700
6000	Costi per l'uso di immobili	112'200
6100	Manutenzione, riparazioni, sostituzioni	355'980
6200	Costi autoveicoli	119'340
6300	Assicurazione cose, diritti, tasse	41'000
6400	Costi per l'energia e lo smaltimento dei rifiuti	59'000
6500	Costi di amministrazione e per l'informatica	163'000
6610	Costi d'acquisizione società del gruppo	-
6600	Costi di pubblicità	350'000
6700	Altri costi d'esercizio	120'000
6710	Costi per IVA non recuperabile	-
6900	Ammortamenti	350'000
	Altri costi d'esercizio	1'670'520
	Costi d'esercizio	6'569'220
	Risultato dell'esercizio	-2'727'820

Tele Ticino SA

Conto economico 2012

Sistema dei Conti soltanto per la messa a concorso di concessioni per la radio e la TV

7400	Ricavi da investimenti finanziari società terze	-
7401	Ricavi da investimenti finanziari società del gruppo	-
7402	Ricavi da investimenti finanziari azionisti	-
7410	Costi per investimenti finanziari terzi	-24'400
7411	Costi per investimenti finanziari del gruppo	-
7412	Costi per investimenti finanziari azionisti	-9'800
Risultato da investimenti finanziari		-34'200
<hr/>		
8000	Proventi del canone (LRTV art. 40)	2'880'928
8010	Contributi alla diffusione (LRTV art. 57)	-
8020	Nuove tecnologie	-
Sovvenzioni UFCOM		2'880'928
<hr/>		
8100	Contributi del cantone	-
8110	Contributi del comune	-
8120	Contributi istituzioni (p.es. chiese)	-
8130	Contributi da privati e associazioni	-
Contributi		-
Sovvenzioni e contributi		2'880'928
<hr/>		
8290	Altri ricavi straordinari	-
8300	Ammortamenti straordinari	-
8301	Ammortamenti nuove tecnologie	-
8302	Ammortamenti Goodwill	-
8310	Managementfees	-
8320	Multe, sanzioni, violazione del diritto	-
8390	Altri costi straordinari	-
Risultato straordinario		-
<hr/>		
8800	Risultato estraneo all'esercizio	-
8900	Imposte	-45'500
Utile / Perdita esercizio		73'408

Tele Ticino SA

Bilancio 2008

Sistema dei Conti soltanto per la messa a concorso di concessioni per la radio e la TV

Attivi	CHF
1000 Mezzi liquidi e titoli	897'010
1100 Crediti per prestazioni verso terzi	1'050'000
1110 Crediti per prestazioni verso società del gruppo	-
Crediti per forniture e prestazioni	1'050'000
1140 Altri crediti a breve termine verso terzi	-
1150 Altri crediti a breve termine verso società del gruppo	-
1160 Altri crediti a breve termine verso azionisti	35'000
Altri crediti a breve termine	35'000
1170 Crediti verso amministrazioni pubbliche	-
1200 Scorte	-
1280 Produzioni in corso	-
1300 Costi pagati in anticipo	110'000
1310 Ricavi non ancora ricevuti	-
1311 Ripartizione del canone UFCOM	324'153
Ratei e risconti attivi	434'153
Attivo circolante	2'416'163
1410 Altri investimenti finanziari	-
1420 Partecipazioni	320'000
1430 Accantonamento a lungo termine fondo UFCOM	-
1440 Crediti a lungo termine verso terzi	-
1450 Crediti a lungo termine verso società del gruppo	-
1460 Crediti a lungo termine verso azionisti	-
Investimenti finanziari	320'000
1510 Mobilio	308'947
1519 Correzioni di valore mobilio	-155'621
1520 Hardware	451'895
1525 Correzioni di valore materiale informatico	-399'948
1526 Software	46'791
1529 Correzioni di valore software	-15'597
1530 Veicoli	12'518
1539 Correzioni di valore veicoli	-12'518
1570 Installazioni fisse	734'484
1579 Correzioni di valore installazioni fisse	-358'769
1590 Altri impianti mobiliari	821'576
1599 Correzioni di valore altri impianti mobiliari	-420'607
Impianti mobiliari	1'013'151

Tele Ticino SA

Bilancio 2008

Sistema dei Conti soltanto per la messa a concorso di concessioni per la radio e la TV

1600	Immobili commerciali	4'305'508
1608	Anticipi immobili commerciali	
1609	Correzioni di valore immobili commerciali	-375'755
1610	Istallazioni rete emittenti	
1618	Correzioni di valore immobili commerciali	
1619	Correzioni di valore rete emittenti	
1620	Nuove tecnologie (LRTV art. 58)	
1628	Correzioni di valore immobili commerciali	
1629	Correzioni di valore nuove tecnologie	
1680	Immobili rivalutati	
1689	Correzioni di valore immobili rivalutati	
1690	Altri investimenti immobiliari	
1698	Correzioni di valore immobili commerciali	
1699	Correzioni di valore altri investimenti immobiliari	
Impianti immobiliari		3'929'753
1770	Goodwill	
1790	Altri investimenti immateriali	
Investimenti immateriali		-
1800	Costi di costituzione, di aumenti di capitale e di organizzazione	
1840	Altri costi attivati	-
1850	Capitale azionario non versato	
Costi attivati e poste di correzione dell'attivo		-
1900	Attivo estraneo all'esercizio	
Attivo fisso		5'262'904
Attivi		7'679'067

Tele Ticino SA

Bilancio 2008

Sistema dei Conti soltanto per la messa a concorso di concessioni per la radio e la TV

Passivi

2000	Debiti per forniture e prestazioni verso terzi	500'000
2050	Debiti per forniture e prestazioni di società del gruppo	
Debiti a breve termine per forniture e prestazioni		500'000
<hr/>		
2100	Debiti verso banche a breve termine	
2170	Debiti finanziari verso istituti di previdenza	100'000
2200	Debiti verso amministrazioni fiscali	30'000
2210	Altri debiti a breve termine verso terzi	
2250	Altri debiti a breve termine verso la società del gruppo	
2260	Altri debiti a breve termine verso azionisti	
Altri debiti a breve termine		-
2300	Ratei, costi non ancora pagati	160'000
2310	Risconti, ricavi già ricevuti	
Ratei e risconti passivi		160'000
Capitale estraneo a breve termine		790'000
<hr/>		
2400	Debiti finanziari a lungo termine	
2500	Debiti a lungo termine verso terzi	3'456'000
2550	Debiti a lungo termine verso società del gruppo	
2560	Debiti a lungo termine verso azionisti	189'000
2570	Debiti a lungo termine verso istituzioni di previdenza	
Altri debiti a lungo termine		3'645'000
2680	Accantonamento UFCOM a lungo termine	-
2690	Altri accantonamenti	
Accantonamenti a lungo termine		-
2700	Debiti estranei all'esercizio	
Capitale estraneo a lungo termine		3'645'000
<hr/>		
2800	Capitale proprio	4'950'000
2900	Riserva generale	4'000
2901	Riserva per azioni proprie	
2903	Riserva di rivalutazione	
2910	Altre riserve	
Riserve		4'000
2990	Utile o perdita riportata	-1'849'897
2991	Utile o perdita d'esercizio	139'964
Capitale proprio		3'244'067
<hr/>		
Passivi		7'679'067

Tele Ticino SA

Bilancio 2009

Sistema dei Conti soltanto per la messa a concorso di concessioni per la radio e la TV

Attivi	CHF
1000 Mezzi liquidi e titoli	861'276
1100 Crediti per prestazioni verso terzi	1'100'000
1110 Crediti per prestazioni verso società del gruppo	-
Crediti per forniture e prestazioni	1'100'000
1140 Altri crediti a breve termine verso terzi	-
1150 Altri crediti a breve termine verso società del gruppo	-
1160 Altri crediti a breve termine verso azionisti	35'000
Altri crediti a breve termine	35'000
1170 Crediti verso amministrazioni pubbliche	-
1200 Scorte	-
1280 Produzioni in corso	-
1300 Costi pagati in anticipo	110'000
1310 Ricavi non ancora ricevuti	-
1311 Ripartizione del canone UFCOM	590'014
Ratei e risconti attivi	700'014
Attivo circolante	2'696'290
1410 Altri investimenti finanziari	-
1420 Partecipazioni	320'000
1430 Accantonamento a lungo termine fondo UFCOM	-
1440 Crediti a lungo termine verso terzi	-
1450 Crediti a lungo termine verso società del gruppo	-
1460 Crediti a lungo termine verso azionisti	-
Investimenti finanziari	320'000
1510 Mobilio	358'948
1519 Correzioni di valore mobilio	-200'621
1520 Hardware	501'895
1525 Correzioni di valore materiale informatico	-444'948
1526 Software	46'791
1529 Correzioni di valore software	-38'992
1530 Veicoli	12'518
1539 Correzioni di valore veicoli	-12'518
1570 Installazioni fisse	1'134'484
1579 Correzioni di valore installazioni fisse	-484'769
1590 Altri impianti mobiliari	871'576
1599 Correzioni di valore altri impianti mobiliari	-509'607
Impianti mobiliari	1'234'757

Tele Ticino SA

Bilancio 2009

Sistema dei Conti soltanto per la messa a concorso di concessioni per la radio e la TV

1600	Immobili commerciali	4'305'508
1608	Anticipi immobili commerciali	
1609	Correzioni di valore immobili commerciali	-497'360
1610	Istallazioni rete emittenti	
1618	Correzioni di valore immobili commerciali	
1619	Correzioni di valore rete emittenti	
1620	Nuove tecnologie (LRTV art. 58)	
1628	Correzioni di valore immobili commerciali	
1629	Correzioni di valore nuove tecnologie	
1680	Immobili rivalutati	
1689	Correzioni di valore immobili rivalutati	
1690	Altri investimenti immobiliari	
1698	Correzioni di valore immobili commerciali	
1699	Correzioni di valore altri investimenti immobiliari	
Impianti immobiliari		3'808'148
1770	Goodwill	
1790	Altri investimenti immateriali	
Investimenti immateriali		-
1800	Costi di costituzione, di aumenti di capitale e di organizzazione	
1840	Altri costi attivati	-
1850	Capitale azionario non versato	
Costi attivati e poste di correzione dell'attivo		-
1900	Attivo estraneo all'esercizio	
Attivo fisso		5'362'905
Attivi		8'059'195

Tele Ticino SA

Bilancio 2009

Sistema dei Conti soltanto per la messa a concorso di concessioni per la radio e la TV

Passivi

2000	Debiti per forniture e prestazioni verso terzi	545'000
2050	Debiti per forniture e prestazioni di società del gruppo	
Debiti a breve termine per forniture e prestazioni		545'000
<hr/>		
2100	Debiti verso banche a breve termine	
2170	Debiti finanziari verso istituti di previdenza	100'000
2200	Debiti verso amministrazioni fiscali	30'000
2210	Altri debiti a breve termine verso terzi	
2250	Altri debiti a breve termine verso la società del gruppo	
2260	Altri debiti a breve termine verso azionisti	
Altri debiti a breve termine		-
2300	Ratei, costi non ancora pagati	160'000
2310	Risconti, ricavi già ricevuti	
Ratei e risconti passivi		160'000
Capitale estraneo a breve termine		835'000
<hr/>		
2400	Debiti finanziari a lungo termine	
2500	Debiti a lungo termine verso terzi	3'386'000
2550	Debiti a lungo termine verso società del gruppo	
2560	Debiti a lungo termine verso azionisti	159'000
2570	Debiti a lungo termine verso istituzioni di previdenza	
Altri debiti a lungo termine		3'545'000
2680	Accantonamento UFCOM a lungo termine	-
2690	Altri accantonamenti	
Accantonamenti a lungo termine		-
2700	Debiti estranei all'esercizio	
Capitale estraneo a lungo termine		3'545'000
<hr/>		
2800	Capitale proprio	4'950'000
2900	Riserva generale	143'964
2901	Riserva per azioni proprie	
2903	Riserva di rivalutazione	
2910	Altre riserve	
Riserve		143'964
2990	Utile o perdita riportata	-1'849'897
2991	Utile o perdita d'esercizio	435'128
Capitale proprio		3'679'195
<hr/>		
Passivi		8'059'195

Tele Ticino SA

Bilancio 2010

Sistema dei Conti soltanto per la messa a concorso di concessioni per la radio e la TV

Attivi	CHF
1000 Mezzi liquidi e titoli	923'604
1100 Crediti per prestazioni verso terzi	1'145'000
1110 Crediti per prestazioni verso società del gruppo	-
Crediti per forniture e prestazioni	1'145'000
1140 Altri crediti a breve termine verso terzi	-
1150 Altri crediti a breve termine verso società del gruppo	-
1160 Altri crediti a breve termine verso azionisti	35'000
Altri crediti a breve termine	35'000
1170 Crediti verso amministrazioni pubbliche	-
1200 Scorte	-
1280 Produzioni in corso	-
1300 Costi pagati in anticipo	110'000
1310 Ricavi non ancora ricevuti	-
1311 Ripartizione del canone UFCOM	590'014
Ratei e risconti attivi	700'014
Attivo circolante	2'803'618
1410 Altri investimenti finanziari	-
1420 Partecipazioni	320'000
1430 Accantonamento a lungo termine fondo UFCOM	-
1440 Crediti a lungo termine verso terzi	-
1450 Crediti a lungo termine verso società del gruppo	-
1460 Crediti a lungo termine verso azionisti	-
Investimenti finanziari	320'000
1510 Mobilio	358'948
1519 Correzioni di valore mobilio	-241'410
1520 Hardware	601'895
1525 Correzioni di valore materiale informatico	-509'106
1526 Software	46'791
1529 Correzioni di valore software	-46'791
1530 Veicoli	12'518
1539 Correzioni di valore veicoli	-12'518
1570 Installazioni fisse	1'434'484
1579 Correzioni di valore installazioni fisse	-647'769
1590 Altri impianti mobiliari	971'576
1599 Correzioni di valore altri impianti mobiliari	-624'773
Impianti mobiliari	1'343'845

Tele Ticino SA

Bilancio 2010

Sistema dei Conti soltanto per la messa a concorso di concessioni per la radio e la TV

1600	Immobili commerciali	4'305'508
1608	Anticipi immobili commerciali	
1609	Correzioni di valore immobili commerciali	-556'448
1610	Istallazioni rete emittenti	
1618	Correzioni di valore immobili commerciali	
1619	Correzioni di valore rete emittenti	
1620	Nuove tecnologie (LRTV art. 58)	
1628	Correzioni di valore immobili commerciali	
1629	Correzioni di valore nuove tecnologie	
1680	Immobili rivalutati	
1689	Correzioni di valore immobili rivalutati	
1690	Altri investimenti immobiliari	
1698	Correzioni di valore immobili commerciali	
1699	Correzioni di valore altri investimenti immobiliari	
Impianti immobiliari		3'749'060
1770	Goodwill	
1790	Altri investimenti immateriali	
Investimenti immateriali		-
1800	Costi di costituzione, di aumenti di capitale e di organizzazione	
1840	Altri costi attivati	-
1850	Capitale azionario non versato	
Costi attivati e poste di correzione dell'attivo		-
1900	Attivo estraneo all'esercizio	
Attivo fisso		5'412'905
Attivi		8'216'523

Tele Ticino SA

Bilancio 2010

Sistema dei Conti soltanto per la messa a concorso di concessioni per la radio e la TV

Passivi

2000	Debiti per forniture e prestazioni verso terzi	590'000
2050	Debiti per forniture e prestazioni di società del gruppo	
Debiti a breve termine per forniture e prestazioni		590'000
<hr/>		
2100	Debiti verso banche a breve termine	
2170	Debiti finanziari verso istituti di previdenza	100'000
2200	Debiti verso amministrazioni fiscali	30'000
2210	Altri debiti a breve termine verso terzi	
2250	Altri debiti a breve termine verso la società del gruppo	
2260	Altri debiti a breve termine verso azionisti	
Altri debiti a breve termine		-
2300	Ratei, costi non ancora pagati	160'000
2310	Risconti, ricavi già ricevuti	
Ratei e risconti passivi		160'000
Capitale estraneo a breve termine		880'000
<hr/>		
2400	Debiti finanziari a lungo termine	
2500	Debiti a lungo termine verso terzi	3'316'000
2550	Debiti a lungo termine verso società del gruppo	
2560	Debiti a lungo termine verso azionisti	129'000
2570	Debiti a lungo termine verso istituzioni di previdenza	
Altri debiti a lungo termine		3'445'000
2680	Accantonamento UFCOM a lungo termine	-
2690	Altri accantonamenti	
Accantonamenti a lungo termine		-
2700	Debiti estranei all'esercizio	
Capitale estraneo a lungo termine		3'445'000
<hr/>		
2800	Capitale proprio	4'950'000
2900	Riserva generale	579'092
2901	Riserva per azioni proprie	
2903	Riserva di rivalutazione	
2910	Altre riserve	
Riserve		579'092
2990	Utile o perdita riportata	-1'849'897
2991	Utile o perdita d'esercizio	212'328
Capitale proprio		3'891'523
<hr/>		
Passivi		8'216'523

Tele Ticino SA

Bilancio 2011

Sistema dei Conti soltanto per la messa a concorso di concessioni per la radio e la TV

Attivi	CHF
1000 Mezzi liquidi e titoli	869'132
1100 Crediti per prestazioni verso terzi	1'180'000
1110 Crediti per prestazioni verso società del gruppo	-
Crediti per forniture e prestazioni	1'180'000
1140 Altri crediti a breve termine verso terzi	-
1150 Altri crediti a breve termine verso società del gruppo	-
1160 Altri crediti a breve termine verso azionisti	35'000
Altri crediti a breve termine	35'000
1170 Crediti verso amministrazioni pubbliche	-
1200 Scorte	-
1280 Produzioni in corso	-
1300 Costi pagati in anticipo	110'000
1310 Ricavi non ancora ricevuti	-
1311 Ripartizione del canone UFCOM	590'014
Ratei e risconti attivi	700'014
Attivo circolante	2'784'146
1410 Altri investimenti finanziari	-
1420 Partecipazioni	320'000
1430 Accantonamento a lungo termine fondo UFCOM	-
1440 Crediti a lungo termine verso terzi	-
1450 Crediti a lungo termine verso società del gruppo	-
1460 Crediti a lungo termine verso azionisti	-
Investimenti finanziari	320'000
1510 Mobilio	408'948
1519 Correzioni di valore mobilio	-281'234
1520 Hardware	701'895
1525 Correzioni di valore materiale informatico	-560'421
1526 Software	46'791
1529 Correzioni di valore software	-46'791
1530 Veicoli	12'518
1539 Correzioni di valore veicoli	-12'518
1570 Installazioni fisse	1'634'484
1579 Correzioni di valore installazioni fisse	-810'880
1590 Altri impianti mobiliari	971'576
1599 Correzioni di valore altri impianti mobiliari	-726'707
Impianti mobiliari	1'337'661

Tele Ticino SA

Bilancio 2011

Sistema dei Conti soltanto per la messa a concorso di concessioni per la radio e la TV

1600	Immobili commerciali	4'505'508
1608	Anticipi immobili commerciali	
1609	Correzioni di valore immobili commerciali	-600'264
1610	Istallazioni rete emittenti	
1618	Correzioni di valore immobili commerciali	
1619	Correzioni di valore rete emittenti	
1620	Nuove tecnologie (LRTV art. 58)	
1628	Correzioni di valore immobili commerciali	
1629	Correzioni di valore nuove tecnologie	
1680	Immobili rivalutati	
1689	Correzioni di valore immobili rivalutati	
1690	Altri investimenti immobiliari	
1698	Correzioni di valore immobili commerciali	
1699	Correzioni di valore altri investimenti immobiliari	
Impianti immobiliari		3'905'244
1770	Goodwill	
1790	Altri investimenti immateriali	
Investimenti immateriali		-
1800	Costi di costituzione, di aumenti di capitale e di organizzazione	
1840	Altri costi attivati	-
1850	Capitale azionario non versato	
Costi attivati e poste di correzione dell'attivo		-
1900	Attivo estraneo all'esercizio	
Attivo fisso		5'562'905
Attivi		8'347'051

Tele Ticino SA

Bilancio 2011

Sistema dei Conti soltanto per la messa a concorso di concessioni per la radio e la TV

Passivi

2000	Debiti per forniture e prestazioni verso terzi	630'000
2050	Debiti per forniture e prestazioni di società del gruppo	
Debiti a breve termine per forniture e prestazioni		630'000
<hr/>		
2100	Debiti verso banche a breve termine	
2170	Debiti finanziari verso istituti di previdenza	100'000
2200	Debiti verso amministrazioni fiscali	30'000
2210	Altri debiti a breve termine verso terzi	
2250	Altri debiti a breve termine verso la società del gruppo	
2260	Altri debiti a breve termine verso azionisti	
Altri debiti a breve termine		-
2300	Ratei, costi non ancora pagati	160'000
2310	Risconti, ricavi già ricevuti	
Ratei e risconti passivi		160'000
Capitale estraneo a breve termine		920'000
<hr/>		
2400	Debiti finanziari a lungo termine	
2500	Debiti a lungo termine verso terzi	3'281'000
2550	Debiti a lungo termine verso società del gruppo	
2560	Debiti a lungo termine verso azionisti	114'000
2570	Debiti a lungo termine verso istituzioni di previdenza	
Altri debiti a lungo termine		3'395'000
2680	Accantonamento UFCOM a lungo termine	-
2690	Altri accantonamenti	
Accantonamenti a lungo termine		-
2700	Debiti estranei all'esercizio	
Capitale estraneo a lungo termine		3'395'000
<hr/>		
2800	Capitale proprio	4'950'000
2900	Riserva generale	791'420
2901	Riserva per azioni proprie	
2903	Riserva di rivalutazione	
2910	Altre riserve	
Riserve		791'420
2990	Utile o perdita riportata	-1'849'897
2991	Utile o perdita d'esercizio	140'528
Capitale proprio		4'032'051
<hr/>		
Passivi		8'347'051

Tele Ticino SA

Bilancio 2012

Sistema dei Conti soltanto per la messa a concorso di concessioni per la radio e la TV

Attivi	CHF
1000 Mezzi liquidi e titoli	837'540
1100 Crediti per prestazioni verso terzi	1'215'000
1110 Crediti per prestazioni verso società del gruppo	-
Crediti per forniture e prestazioni	1'215'000
1140 Altri crediti a breve termine verso terzi	-
1150 Altri crediti a breve termine verso società del gruppo	-
1160 Altri crediti a breve termine verso azionisti	35'000
Altri crediti a breve termine	35'000
1170 Crediti verso amministrazioni pubbliche	-
1200 Scorte	-
1280 Produzioni in corso	-
1300 Costi pagati in anticipo	110'000
1310 Ricavi non ancora ricevuti	-
1311 Ripartizione del canone UFCOM	590'014
Ratei e risconti attivi	700'014
Attivo circolante	2'787'554
1410 Altri investimenti finanziari	-
1420 Partecipazioni	320'000
1430 Accantonamento a lungo termine fondo UFCOM	-
1440 Crediti a lungo termine verso terzi	-
1450 Crediti a lungo termine verso società del gruppo	-
1460 Crediti a lungo termine verso azionisti	-
Investimenti finanziari	320'000
1510 Mobilio	408'948
1519 Correzioni di valore mobilio	-309'655
1520 Hardware	801'895
1525 Correzioni di valore materiale informatico	-600'327
1526 Software	46'791
1529 Correzioni di valore software	-46'791
1530 Veicoli	12'518
1539 Correzioni di valore veicoli	-12'518
1570 Installazioni fisse	1'734'484
1579 Correzioni di valore installazioni fisse	-1'001'377
1590 Altri impianti mobiliari	1'071'576
1599 Correzioni di valore altri impianti mobiliari	-797'503
Impianti mobiliari	1'308'041

Tele Ticino SA

Bilancio 2012

Sistema dei Conti soltanto per la messa a concorso di concessioni per la radio e la TV

1600	Immobili commerciali	4'505'508
1608	Anticipi immobili commerciali	
1609	Correzioni di valore immobili commerciali	-620'644
1610	Istallazioni rete emittenti	
1618	Correzioni di valore immobili commerciali	
1619	Correzioni di valore rete emittenti	
1620	Nuove tecnologie (LRTV art. 58)	
1628	Correzioni di valore immobili commerciali	
1629	Correzioni di valore nuove tecnologie	
1680	Immobili rivalutati	
1689	Correzioni di valore immobili rivalutati	
1690	Altri investimenti immobiliari	
1698	Correzioni di valore immobili commerciali	
1699	Correzioni di valore altri investimenti immobiliari	
Impianti immobiliari		3'884'864
1770	Goodwill	
1790	Altri investimenti immateriali	
Investimenti immateriali		-
1800	Costi di costituzione, di aumenti di capitale e di organizzazione	
1840	Altri costi attivati	-
1850	Capitale azionario non versato	
Costi attivati e poste di correzione dell'attivo		-
1900	Attivo estraneo all'esercizio	
Attivo fisso		5'512'905
Attivi		8'300'459

Tele Ticino SA

Bilancio 2012

Sistema dei Conti soltanto per la messa a concorso di concessioni per la radio e la TV

Passivi

2000	Debiti per forniture e prestazioni verso terzi	670'000
2050	Debiti per forniture e prestazioni di società del gruppo	
Debiti a breve termine per forniture e prestazioni		670'000
<hr/>		
2100	Debiti verso banche a breve termine	
2170	Debiti finanziari verso istituti di previdenza	100'000
2200	Debiti verso amministrazioni fiscali	30'000
2210	Altri debiti a breve termine verso terzi	
2250	Altri debiti a breve termine verso la società del gruppo	
2260	Altri debiti a breve termine verso azionisti	
Altri debiti a breve termine		-
<hr/>		
2300	Ratei, costi non ancora pagati	160'000
2310	Risconti, ricavi già ricevuti	
Ratei e risconti passivi		160'000
<hr/>		
Capitale estraneo a breve termine		960'000
<hr/>		
2400	Debiti finanziari a lungo termine	
2500	Debiti a lungo termine verso terzi	3'176'000
2550	Debiti a lungo termine verso società del gruppo	
2560	Debiti a lungo termine verso azionisti	69'000
2570	Debiti a lungo termine verso istituzioni di previdenza	
Altri debiti a lungo termine		3'245'000
<hr/>		
2680	Accantonamento UFCOM a lungo termine	-
2690	Altri accantonamenti	
Accantonamenti a lungo termine		-
<hr/>		
2700	Debiti estranei all'esercizio	
<hr/>		
Capitale estraneo a lungo termine		3'245'000
<hr/>		
2800	Capitale proprio	4'950'000
2900	Riserva generale	931'948
2901	Riserva per azioni proprie	
2903	Riserva di rivalutazione	
2910	Altre riserve	
Riserve		931'948
<hr/>		
2990	Utile o perdita riportata	-1'849'897
2991	Utile o perdita d'esercizio	63'408
Capitale proprio		4'095'459
<hr/>		
Passivi		8'300'459
<hr/>		

Tele Ticino SA - Flussi monetari 2008 - 2012

	<u>gennaio</u>	<u>febbraio</u>	<u>marzo</u>	<u>aprile</u>	<u>maggio</u>	<u>giugno</u>	<u>luglio</u>	<u>agosto</u>	<u>settembre</u>	<u>ottobre</u>	<u>novembre</u>	<u>dicembre</u>	<u>Totale</u>		
2008	558'059	607'075	200'324	250'846	439'467	324'718	394'849	388'408	251'604	324'997	563'257	487'081	4'790'684	<u>Entrate</u> Correnti	
	98'099	98'099	98'099	98'099	98'099	98'099		1'298'031		298'199			2'184'825	UFCOM	
	656'158	705'174	298'424	348'945	537'566	422'817	394'849	1'686'439	251'604	623'196	563'257	487'081	6'975'509	Totale	
															<u>Uscite</u>
	-553'767	-530'000	-506'233	-506'233	-506'233	-482'466	-482'466	-482'466	-458'699	-530'000	-530'000	-918'632	-6'487'200	Correnti	
		-50'000			-50'000				-200'000		-50'000			-350'000	Investimenti
	-553'767	-580'000	-506'233	-506'233	-556'233	-482'466	-482'466	-682'466	-458'699	-580'000	-530'000	-918'632	-6'837'200	Totale	
	102'391	125'174	-207'810	-157'288	-18'668	-59'649	-87'618	1'003'973	-207'096	43'195	33'257	-431'551	138'309	Saldo	
															<u>Entrate</u>
	2009	530'357	757'293	210'359	263'411	461'479	340'983	414'626	407'863	264'206	341'276	591'470	511'479	5'094'802	Correnti
				2'360'056						324'153			2'684'209	UFCOM	
530'357		757'293	210'359	2'623'467	461'479	340'983	414'626	407'863	264'206	665'429	591'470	511'479	7'779'011	Totale	
															<u>Uscite</u>
-598'593		-572'755	-546'917	-546'917	-546'917	-521'079	-521'079	-521'079	-495'241	-572'755	-572'755	-991'810	-7'007'900	Correnti	
		-50'000		-500'000	-50'000					-50'000				-650'000	Investimenti
-598'593		-622'755	-546'917	-1'046'917	-596'917	-521'079	-521'079	-521'079	-495'241	-622'755	-572'755	-991'810	-7'657'900	Totale	
-68'237		134'538	-336'559	1'576'550	-135'438	-180'096	-106'453	-113'216	-231'035	42'673	18'715	-480'331	121'111	Saldo	
															<u>Entrate</u>
2010		556'922	795'226	218'770	273'944	479'932	354'618	431'206	424'172	274'771	354'922	615'121	531'931	5'311'533	Correnti
				2'360'056						590'014			2'950'070	UFCOM	
	556'922	795'226	218'770	2'634'000	479'932	354'618	431'206	424'172	274'771	944'936	615'121	531'931	8'261'603	Totale	
															<u>Uscite</u>
	-637'862	-609'722	-581'582	-581'582	-581'582	-553'442	-553'442	-553'442	-525'302	-609'722	-609'722	-1'051'995	-7'449'400	Correnti	
		-50'000		-200'000	-50'000				-50'000		-50'000			-400'000	Investimenti
	-637'862	-659'722	-581'582	-781'582	-631'582	-553'442	-553'442	-603'442	-525'302	-659'722	-609'722	-1'051'995	-7'849'400	Totale	
	-80'940	135'503	-362'812	1'852'417	-151'650	-198'825	-122'237	-179'270	-250'531	285'214	5'399	-520'065	412'203	Saldo	

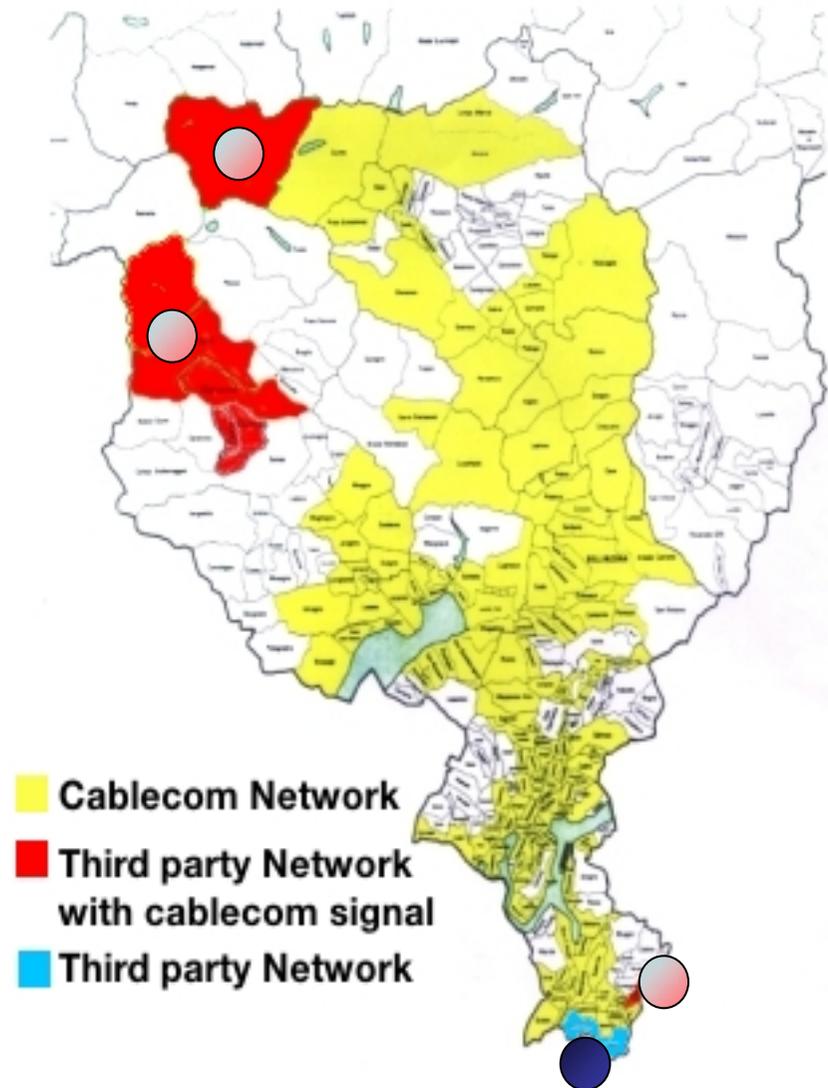
Tele Ticino SA - Flussi monetari 2008 - 2012

	<u>gennaio</u>	<u>febbraio</u>	<u>marzo</u>	<u>aprile</u>	<u>maggio</u>	<u>giugno</u>	<u>luglio</u>	<u>agosto</u>	<u>settembre</u>	<u>ottobre</u>	<u>novembre</u>	<u>dicembre</u>	Totale		
2011	579'191	827'023	225'514	282'388	494'726	365'549	444'498	437'248	283'241	365'863	634'083	548'328	5'487'652	<u>Entrate</u> Correnti	
				2'360'056						590'014			2'950'070	UFCOM	
	579'191	827'023	225'514	2'642'444	494'726	365'549	444'498	437'248	283'241	955'877	634'083	548'328	8'437'722	Totale	
															<u>Uscite</u> Corenti
	-666'182	-636'232	-606'282	-606'282	-606'282	-576'332	-576'332	-576'332	-546'382	-636'232	-636'232	-1'094'195	-7'763'300	Investimenti	
	-50'000		-200'000	-50'000			-50'000		-50'000	-50'000		-450'000	Totale		
-666'182	-686'232	-606'282	-806'282	-656'282	-576'332	-576'332	-626'332	-546'382	-686'232	-686'232	-1'094'195	-8'213'300	Totale		
-86'991	140'791	-380'768	1'836'162	-161'556	-210'783	-131'834	-189'085	-263'141	269'644	-52'150	-545'867	224'422	Saldo		
2012	597'045	852'517	231'768	290'220	508'447	375'687	456'826	449'375	291'096	376'010	651'669	563'536	5'644'197	<u>Entrate</u> Correnti	
				2'360'056						590'014			2'950'070	UFCOM	
	597'045	852'517	231'768	2'650'276	508'447	375'687	456'826	449'375	291'096	966'024	651'669	563'536	8'594'267	Totale	
															<u>Uscite</u> Corenti
	-694'362	-662'597	-630'832	-630'832	-630'832	-599'066	-599'066	-599'066	-567'301	-662'597	-662'597	-1'136'072	-8'075'220	Investimenti	
	-50'000		-50'000	-50'000			-50'000		-50'000	-50'000		-300'000	Totale		
-694'362	-712'597	-630'832	-680'832	-680'832	-599'066	-599'066	-649'066	-567'301	-712'597	-712'597	-1'136'072	-8'375'220	Totale		
-97'317	139'920	-399'063	1'969'445	-172'384	-223'379	-142'240	-199'692	-276'205	253'427	-60'928	-572'537	219'047	Saldo		

Tele Ticino SA - Indici di Bilancio 2008 - 2012

<i>Tipo di indice / Anni</i>	<i>2008</i>	<i>2009</i>	<i>2010</i>	<i>2011</i>	<i>2012</i>
Cifra d'affari	4'913'200.00	5'159'300.00	5'365'600.00	5'531'000.00	5'687'400.00
Utile/perdita	139'964.00	435'128.00	212'328.00	140'528.00	63'408.00
Rendita della cifra d'affari (margine di utile lordo)	77.06%	74.88%	72.21%	69.66%	67.37%
Indice di rotazione delle attività totali	2.41%	7.23%	4.22%	2.98%	1.72%
Rendita complessiva del capitale	4.99%	14.90%	8.04%	5.32%	2.66%
Intensità degli investimenti	68.54%	66.54%	65.88%	66.65%	66.42%
Grado di finanziamento esterno	57.75%	54.35%	52.64%	51.69%	50.66%
Rotazione dei crediti	5.55	5.57	5.53	5.39	5.26

Network Ticino



Lista comuni sopraceneri

Regione	Comune	CAP	ABO	HUB
CCT Bellinzona	Monte Carasso	6513	873	MOC
CCT Bellinzona	Sementina	6513	995	MOC
CCT Bellinzona	Camorino	6528	773	MOC
CCT Bellinzona	Sant Antonino	6592	644	MOC
CCT Bellinzona	Cadenazzo	6593	535	MOC
CCT Bellinzona	Contone	6594	249	MOC
CCT Bellinzona	Bellinzona	6500	6'866	TIBEL
CCT Bellinzona	Giubiasco	6512	2'842	TIBEL
CCT Locarno	Gudo	6515	222	TIBEL
CCT Bellinzona	Arbedo-Castione	6517	1'322	TIBEL
CCT Bellinzona	Gorduno	6518	253	TIBEL
CCT Bellinzona	Preonzo	6523	172	TIBEL
CCT Bellinzona	Moleno	6524	30	TIBEL
CCT Bellinzona	Gnosca	6525	171	TIBEL
CCT Bellinzona	Lodrino	6526	492	TIBEL
CCT Bellinzona	Lumino	6533	423	TIBEL
CCT Bellinzona	Pianezzo	6582	123	TIBEL
CCT Bellinzona	Claro	6702	684	TIBEL
CCT Bellinzona	Osogna	6703	291	TIBEL
CCT Bellinzona	Cresciano	6705	196	TIBEL
CCT Bellinzona	Iragna	6707	154	TIBIA
CCT Bellinzona	Biasca	6710	2'034	TIBIA
CCT Bellinzona	Malvaglia	6713	330	TIBIA
CCT Bellinzona	Semione	6714	101	TIBIA
CCT Bellinzona	Dongio	6715	152	TIBIA
CCT Bellinzona	Olivone	6718	273	TIBIA
CCT Bellinzona	Campo Blenio	6720	36	TIBIA
CCT Bellinzona	Ludiano	6721	83	TIBIA
CCT Bellinzona	Pollegio	6742	286	TIBIA
CCT Bellinzona	Bodio	6743	403	TIBIA
CCT Bellinzona	Personico	6744	112	TIBIA
CCT Bellinzona	Giornico	6745	344	TIBIA
CCT Bellinzona	Chiggionga	6746	161	TIBIA
CCT Bellinzona	Chironico	6746	137	TIBIA
CCT Bellinzona	Sobrio	6749	46	TIBIA
CCT Bellinzona	Faido	6760	585	TIBIA
CCT Bellinzona	Mairengo	6763	52	TIBIA
CCT Bellinzona	Osco	6763	47	TIBIA
CCT Bellinzona	Prato (Leventina)	6772	169	TIBIA
CCT Bellinzona	Quinto	6775	311	TIBIA
CCT Locarno	Cugnasco	6516	586	TILOC
CCT Locarno	Gerra (Verzasca)	6516	183	TILOC
CCT Locarno	Magadino	6572	502	TILOC
CCT Locarno	Vira (Gambarogno)	6574	157	TILOC
CCT Locarno	San Nazzaro	6575	187	TILOC
CCT Locarno	Gerra Gambarogno	6576	28	TILOC
CCT Locarno	Piazzogna	6579	9	TILOC
CCT Locarno	Gordola	6595	1'180	TILOC
CCT Locarno	Lavertezzo	6595	320	TILOC
CCT Locarno	Tenero, Contra	6598	938	TILOC
CCT Locarno	Minusio	6600	3'207	TILOC

CCT Locarno	Muralto	6600	1'610	TILOC
CCT Locarno	Locarno	6600	6'250	TILOC
CCT Locarno	Orselina	6602	513	TILOC
CCT Locarno	Ascona	6612	3'681	TILOC
CCT Locarno	Ronco sopra Ascona	6613	287	TILOC
CCT Locarno	Brissago	6614	754	TILOC
CCT Locarno	Losone	6616	2'364	TILOC
CCT Locarno	Brione s. Minusio	6645	237	TILOC
CCT Locarno	Tegna	6652	228	TILOC
CCT Locarno	Verscio	6653	344	TILOC
CCT Locarno	Cavigliano	6654	140	TILOC
CCT Locarno	Intragna	6655	154	TILOC
CCT Locarno	Avegno	6670	142	TILOC
CCT Locarno	Gordevio	6672	131	TILOC
CCT Locarno	Maggia	6673	169	TILOC
CCT Locarno	Bignasco	6676	111	TILOC
CCT Locarno	Aurigeno	6677	33	TILOC
CCT Locarno	Moghegno	6677	76	TILOC
CCT Locarno	Cavergno	6690	162	TILOC
CCT Locarno	Peccia	6695	18	TILOC

Lista comuni sottoceneri

Regione	Comune	CAP	Abo	HUB
CCT Massagno	Rivera	6802	481	TIMAS
CCT Massagno	Camignolo	6803	206	TIMAS
CCT Massagno	Bironico	6804	193	TIMAS
CCT Massagno	Mezzovico-Vira	6805	301	TIMAS
CCT Massagno	Sigirino	6806	141	TIMAS
CCT Massagno	Torricella-Taverne	6807	796	TIMAS
CCT Massagno	Cadempino	6814	333	TIMAS
CCT Massagno	Lamone	6814	472	TIMAS
CCT Massagno	Melide	6815	773	TIMEL
CCT Massagno	Bissone	6816	404	TIMEL
CCT Massagno	Maroggia	6817	321	TIMEL
CCT Massagno	Melano	6818	435	TIMEL
CCT Massagno	Capolago	6825	285	TIMEL
CCT Massagno	Riva San Vitale	6826	850	TIMEN
CCT Massagno	Balerna	6828	1'282	TIMOR
CCT Lugano	Manno	6828	336	TIMAS
CCT Massagno	Vacallo	6833	862	TIMOR
CCT Massagno	Morbio Inferiore	6834	1'295	TIMOR
CCT Massagno	Morbio Superiore	6835	204	TIMOR
CCT Massagno	Fornitura segnali Sagno	6839	115	TIMEN
CCT Massagno	Mendrisio	6850	2'342	TIMEN
CCT Massagno	Genestrerio	6852	197	TIMEN
CCT Massagno	Ligornetto	6853	293	TIMEN
CCT Massagno	Stabio	6853	1'025	TIMEN
CCT Massagno	Rancate	6862	364	TIMEN
CCT Massagno	Besazio	6863	105	TIMEN
CCT Massagno	Arzo	6864	245	TIMEN
CCT Massagno	Tremona	6865	112	TIMEN
CCT Massagno	Salorino	6872	96	TIMEN
CCT Massagno	Castel San Pietro	6873	394	TIMEN+TIMOR
CCT Massagno	Coldrerio	6877	803	TIMEN
CCT Lugano	Lugano	6900	14'178	TIMAS
CCT Massagno	Massagno	6900	2'263	TIMAS
CCT Lugano	Paradiso	6900	2'173	TIMAS
CCT Massagno	Campione d'Italia	6911	681	TIMEL
CCT Lugano	Pazzallo	6912	538	TIMAS
CCT Massagno	Canobbio	6913	449	TIMAS
CCT Lugano	Carabbia	6913	144	TIMAS
CCT Massagno	Pambio-Noranco	6915	174	TIMAS
CCT Lugano	Grancia	6916	145	TIMEN
CCT Massagno	Barbengo	6917	631	TIMAS
CCT Massagno	Montagnola	6919	790	TIMAS
CCT Massagno	Vico Morcote	6921	290	TIMEL
CCT Massagno	Morcote	6922	408	TIMEL
CCT Lugano	Sorengo	6924	557	TIMAS
CCT Massagno	Gentilino	6925	581	TIMAS
CCT Massagno	Agra	6927	149	TIMAS
CCT Lugano	Gravesano	6929	342	TIMAS
CCT Lugano	Bedano	6930	344	TIMAS
CCT Lugano	Breganzona	6932	1'837	TIMAS
CCT Lugano	Muzzano	6933	205	TIMAS
CCT Massagno	Bioggio	6934	385	TIVER

CCT Lugano	Cademario	6936	198	TIVER
CCT Massagno	Savosa	6942	712	TIMAS
CCT Massagno	Vezia	6943	557	TIMAS
CCT Massagno	Cureglia	6944	365	TIMAS
CCT Massagno	Origgio	6945	322	TIMAS
CCT Massagno	Ponte Capriasca	6946	496	TIMAS
CCT Massagno	Porza	6948	541	TIMAS
CCT Massagno	Comano	6949	456	TIMAS
CCT Massagno	Tesserete	6950	371	TIMAS
CCT Massagno	Lugaggia	6953	198	TIMAS
CCT Massagno	Sala Capriasca	6954	9	TIMAS
CCT Massagno	Cagiallo	6955	59	TIMAS
CCT Lugano	Viganello	6962	2'788	TIMAS
CCT Lugano	Pregassona	6963	3'178	TIMAS
CCT Lugano	Davesco-Soragno	6964	335	TIMAS
CCT Lugano	Cadro	6965	371	TIMAS
CCT Lugano	Villa Luganese	6966	11	TIMAS
CCT Lugano	Sonvico	6967	63	TIMAS
CCT Lugano	Croglio	6980	157	TIVER
CCT Lugano	Agno	6982	1'451	TIVER
CCT Lugano	Magliaso	6983	439	TIVER
CCT Lugano	Pura	6984	149	TIVER
CCT Lugano	Caslano	6987	1'632	TIVER
CCT Lugano	Ponte Tresa	6988	382	TIVER
CCT Lugano	Neggio	6991	72	TIVER
CCT Lugano	Cimo	6992	32	TIVER
CCT Lugano	Vernate	6992	156	TIVER
CCT Lugano	Monteggio	6995	47	TIVER

Programmpalette

- deutsch/italienisch
- italienisch

