*Traduzione: fa fede l'originale tedesco*

Convegno «Dreikönigstagung» dell'Istituto svizzero dei media (*Medieninstitut*), 10 gennaio 2012

# Valori svizzeri – media svizzeri

**Raymond Loretan, presidente della SSR**

---

Signore e signori, stimati colleghi,

in qualità di nuovo arrivato, formalmente in carica da soli dieci giorni, mi limiterò a un'unica domanda, che mi sono posto prima di accettare questa nuova funzione. Quali sono, per i media svizzeri, i valori importanti, i valori svizzeri? Quali sono i valori rappresentati dalla SSR, quelli che andrò a difendere?

### Introduzione

In realtà, questa domanda ne contiene tre.

1. Quali sono i valori decisivi per i media in generale e per i media svizzeri in particolare?
2. Quali sono i valori condivisi dai media svizzeri?
3. Quali sono in valori svizzeri di cui si nutre il servizio pubblico audiovisivo?

La prima domanda da porsi è

## 1. Quali siano i valori decisivi per i media in generale e per i media svizzeri in particolare?

Il nostro Paese vanta una lunga storia e riunisce tante identità diverse in uno Stato federale che perdura con successo fino ai nostri giorni. Senza valori comuni, per l'appunto svizzeri, la nostra *Willensnation*, fondata sulla volontà dei cittadini, non potrebbe né vivere, né sopravvivere.

Sono tre, a mio parere, i principi fondamentali che guidano le nostre azioni:

1. i principi generalmente riconosciuti e accettati da tutti;
2. i valori che determinano la nostra convivenza e la nostra coesione nazionale
3. dei sistemi di valori inerenti a ciascun individuo.

## Primo: i principi generalmente riconosciuti e accettati da tutti

A mio parere vi sono sei principi fondamentali letteralmente impressi nel DNA del nostro Paese:

1. il federalismo, quale struttura portante di un Paese eterogeneo con quattro culture differenti. Un Paese che necessita di istituzioni forti, come la SSR, che agiscano da collante;

2. la democrazia (diretta), che impone ai media dei vincoli;

3. il sistema di milizia, ossia la partecipazione volontaria e attiva dei cittadini alla collettività, ad esempio anche nell'ambito dell'Organizzazione istituzionale della SSR che è, come ben noto, un'associazione di diritto privato – e non ci stancheremo mai di ripeterlo;

4. il pragmatismo (nel nostro Paese, purtroppo, i sognatori - e le loro "visioni" - non sono né richiesti né apprezzati). La Svizzera preferisce andare sul sicuro, conservare ciò che funziona, piuttosto che avventurarsi in terreno sconosciuto. In Svizzera chi lavora bene può continuare a lavorare tranquillamente;

5. la volontà di conciliare interessi diversi, arrivando al compromesso tipicamente svizzero, piuttosto che seguire l'esempio di Stati dove aleggia l'intolleranza politica, talvolta persino il disprezzo; in Svizzera la politica del consenso continua a prevalere sulla polarizzazione, ridando slancio alla collegialità;

6. i vantaggi di una certa tolleranza, dettata dall'esperienza storica e che favorisce una società plurale e aperta.

Le libertà individuali sono alla base di questa società aperta e la Costituzione federale sancisce anche diritti e libertà fondamentali per i media:

- la libertà di credo e di coscienza;
- la libertà d'opinione e d'informazione;
- la libertà dei media, inclusi il divieto di censura e la garanzia del segreto redazionale;
- la libertà di lingua;
- la libertà artistica.

Queste libertà, unite alla volontà della maggior parte degli svizzeri di vivere in una società aperta, "illuminata", nell'era dell'informazione e dell'interazione, sono messe in luce anche dall'articolo 93 della Costituzione federale, il quale non solo specifica che la legislazione sulla radiotelevisione e (cito) su altre «forme di telediffusione pubblica di produzioni e informazioni» compete alla Confederazione, ma garantisce altresì l'indipendenza e l'autonomia dei media elettronici in materia di programmazione.

Il servizio pubblico svizzero è di gran lunga più indipendente dallo Stato rispetto a quello dei Paesi confinanti. In Germania, la ARD e la ZDF rispecchiano la ripartizione partitica del potere. In Austria, gli organi dell'ORF sono completamente politicizzati. In Francia il controllo è affidato al Presidente della Repubblica, per non parlare poi della situazione italiana. La SSR, invece, è un'associazione di diritto privato, basata sul principio di milizia, nel quale i delegati eletti democraticamente nominano il Presidente del Consiglio d'amministrazione e approvano la nomina del Direttore generale. La SSR agisce indubbiamente in virtù di un mandato pubblico, ma in maniera molto più autonoma dallo Stato rispetto ad altri enti di servizio pubblico europei.

L'articolo 93 della Costituzione federale chiede anche a tutti i media elettronici e nello specifico alla SSR di contribuire, oltre che all'intrattenimento, anche all'educazione, allo sviluppo culturale e alla libera formazione delle opinioni nonché di considerare le caratteristiche particolari del Paese e le esigenze dei Cantoni, di informare in maniera obiettiva e di esprimere adeguatamente la molteplicità di opinioni. In altre parole, chiede di tutelare i valori fondamentali di questo Paese. Infine, il *legislatore* viene invitato a tenere in debita considerazione la funzione e il ruolo della stampa. Sono questi i principi riconosciuti e ammessi da tutti.

### Secondo: i valori che determinano la nostra convivenza

Si osservano due fenomeni apparentemente opposti, da un lato l'apertura al mondo, dall'altro l'enfatizzazione delle caratteristiche locali e regionali. Come ho potuto constatare spesso tra gli Svizzeri all'estero, sia in Asia che in America, la maggior parte di noi elvetici ha due cuori e un'anima.

Ora, i due cuori non si escludono a vicenda: i veri patrioti amano la tipicità e le peculiarità della propria regione, dialettali e linguistiche, ma nel contempo sanno coltivare uno spirito di apertura sul mondo. La Svizzera ne è un esempio perfetto, fatta di piccole vallate alpine con tradizioni tramandate di padre in figlio, ma anche attraversata da vie commerciali internazionali come i passi alpini. La storia e la geografia hanno contribuito a creare questa indole ambivalente, da un lato tra l'apertura al mondo e la dipendenza dagli altri Paesi, dall'altro la protezione dell'identità e il sospetto verso ciò che è estraneo. Come disse Carl Spitteler, ci siamo sviluppati un po' nostro malgrado: ciò fa parte della nostra identità ed è il prezzo da pagare per la nostra convivenza.

### Terzo: i sistemi di valori individuali

Qui c'è poco da dire in quanto l'individualismo non è affatto un valore svizzero e spesso include un'infinità di cose:

- si va dai valori self-service, intesi come «anything goes»
- dalle convinzioni filosofiche o religiose eccessive che non hanno senso nel nostro Paese
- fino a un'indifferenza fatta di pragmatismo e talvolta di noia.

I principi generalmente riconosciuti, la scala di valori della nostra convivenza e i valori individuali sono tre categorie importanti per i media svizzeri. E con ciò arrivo alla seconda domanda:

## 2. Quali sono i valori condivisi dai media svizzeri?

Prima, tuttavia, vorrei toccare due argomenti ricorrenti che negli ultimi tempi, appunto, sono tornati regolarmente alla ribalta.

**I media e i giornalisti non sono forse orientati a «sinistra»?**

**I media cosiddetti di sinistra non fanno forse il gioco della «destra», insistendo sulle provocazioni di quest'ultima per fare notizia?**

La risposta è implicita. I media apartitici, quelli che non perseguono una filosofia, particolarismi o politiche non hanno un colore politico. Come la SSR.

Detto questo, bisogna accettare che i giornalisti e i redattori, come la maggior parte delle persone, sono schierati a destra, al centro o a sinistra, e sono liberali, progressisti o conservatori. Ciononostante, secondo la mia esperienza, i media imparziali e i loro giornalisti rispettano la deontologia professionale che impone un'informazione oggettiva e pluralista. L'articolo 93 della Costituzione federale non è altro che una definizione deontologica del giornalismo professionale, coscienzioso e indipendente.

I giornalisti stessi hanno il dovere di *valutare criticamente* gli argomenti che trattano e le loro conclusioni non possono né devono piacere a tutti. A seconda dell'opinione del lettore o dell'ascoltatore, dell'internauta o dello spettatore, il giornalista verrà bollato di destra o di sinistra. Quella di attribuire un'etichetta a chiunque è notoriamente una tipica tendenza svizzera, nonostante l'essere umano sia molto più complicato e complesso di qualsiasi etichetta che gli si possa affibbiare. Lo stesso vale anche per l'*homo helveticus*.

In verità, ritengo che un organo d'informazione imparziale debba rispecchiare, in definitiva, la volontà di gran parte della popolazione, ossia vivere insieme pacificamente, risolvendo le controversie con il buon senso. Ne va del nostro benessere, della nostra prosperità.

Garantire la convivenza all'interno della società svizzera richiede fondamenti generalmente riconosciuti, ciò vale anche per i media. Bisogna ovviamente rimanere vigili, per non cadere nell'autocompiacimento e perdere senso critico. Nulla, infatti, è dato per sempre: al contrario! Qualsiasi cosa è mutabile e potrebbe assumere forme completamente diverse. Proprio per questo è necessario approfondire, ricercare e ponderare. È così che nascono le innovazioni e il progresso ed è così che si preservano le libertà individuali. Il compito dei mass media, magari scomodo, è e sarà sempre di andare alla ricerca della verità, approfondire, interrogarsi senza tregua. La riflessione e l'anticipazione sono doti indispensabili dei giornalisti.

Riconoscere la validità di ciò che è stato fatto, ma essere anche pronti a rimettere tutto in discussione sono attitudini tipiche dei media imparziali, che si tratti di dare la notizia o di commentarne gli sviluppi economici e tecnologici, sempre in linea con le nuove abitudini degli utenti. E questo vale o dovrebbe valere senza eccezione di sorta per tutti i media che desiderano preservare il loro futuro.

Ovviamente, questo approccio è in contrasto con le posizioni dogmatiche, dottrinarie e fondamentaliste nonché con una politica che tutela i particolarismi, gli interessi di parte. È *qui* che in realtà si delinea il conflitto, e non nelle varie etichettature partitiche, spesso approssimative.

## A proposito della diversità dei media in Svizzera

Per secoli la stampa svizzera si è basata su strutture e valori federalisti. Oggi la crescente concentrazione mediatica e l'accorpamento nelle redazioni regionali sono una realtà, anche se il prodotto finale si rivolge a varie tipologie di pubblico (locali o regionali, a seconda delle lingue)[1].

La maggior parte delle testate di stampa cerca di fidelizzare i propri abbonati e di attirarne di nuovi, al di là degli orientamenti politici. Nonostante i dibattiti (indispensabili per giungere a una conclusione) e le polemiche (che fanno parte del dibattito) e malgrado le occasionali campagne sulla stampa (che da sempre fanno parte del mestiere, anche se per molte persone e istanze decisionali sono ormai prevedibili), gran parte delle redazioni preferisce conquistare un vasto consenso di base, per ragioni editoriali, ma anche economiche e politiche - ed è bene che sia così.

Dal canto suo, la SSR si adopera affinché la Svizzera italiana e la Svizzera francese dispongano di un'offerta radiofonica e televisiva, nonché di una produzione audiovisiva equivalenti a quelle della Svizzera tedesca. La SSR si adopera anche affinché la Svizzera romancia abbia una radio e trasmissioni televisive proprie. Questo principio del consenso, prettamente elvetico, postula infatti di non svantaggiare le minoranze e di non avvantaggiare la maggioranza. Allo scopo di promuovere una sana unità federale, anzi, è persino consentito privilegiare una minoranza. Attraverso questa funzione di collante, la SSR con la sua struttura decentralizzata assicura un certo equilibrio rispetto alla concentrazione dei centri decisionali nella Svizzera tedesca.

Nei loro spazi informativi e di intrattenimento, le unità aziendali della SSR sono tenute a rispecchiare quanto più possibile avviene nelle altre aree della Svizzera, occupandosi, tra le altre cose, di far vivere al nostro Paese frammentato esperienze comuni, ad esempio gli eventi pubblici o le manifestazioni sportive. Infine s'impegna, con grande dispendio finanziario, a trasmettere i suoi programmi fin nelle più recondite valli di montagna. Il servizio pubblico garantisce una copertura pressoché totale del territorio.

[1] Rammento per inciso che i media svizzeri non godono di grande risonanza internazionale, se facciamo astrazione dalla «Neue Zürcher Zeitung», quotidiano di antica tradizione ma al contempo orientato al futuro, dalla forte presenza di swissinfo e dalle trasmissioni della SSR (compreso il telegiornale) presso il canale mondiale delle emittenti di lingua francese TV5 Monde con un miliardo di spettatori in tutto il mondo e da 3Sat, il canale comunitario delle reti di lingua tedesca.

**«Denaro e spirito»**

Nel suo romanzo Jeremias Gotthelf ci ammoniva di non parlare soltanto di valori ideali, poiché anch'essi necessitano di denaro se vogliono essere realizzati.

I media commerciali si finanziano sul mercato. Ovviamente, ciò influenza la configurazione della loro offerta. Stando così le cose, i proprietari hanno facoltà di operare liberamente, visto che sotto il profilo legale non hanno alcun obbligo di informare il pubblico, a eccezione delle case editrici quotate in borsa che devono dare informazioni sull'andamento degli affari. Il caso di Basilea ha dimostrato che i cittadini desiderano sapere chi controlla quale gruppo editoriale. Eccezion fatta per il segreto bancario, infatti, questa volontà di sapere a chi appartiene cosa è indiscutibilmente un valore svizzero.

Pur essendo esposti ai rischi del mercato, i gruppi editoriali privati hanno la libertà di prendere decisioni aziendali e di attuarle. Diversamente cioè da un'azienda mediatica di servizio pubblico, finanziata al 70 per cento dal gettito del canone.

Questa considerazione mi porta alla mia terza e ultima domanda.

## 3. Quali sono i valori svizzeri di cui si nutre il servizio pubblico audiovisivo?

La legge definisce la missione della SSR e fa riferimento alla Costituzione federale. Le decisioni sono prese dalle Camere federali, con riserva di referendum. La concessione, infine, specifica in che modo realizzare la missione, in virtù della legge.

Il Consiglio federale stabilisce il canone radiotelevisivo e il Parlamento ha chiaramente dichiarato di non voler deliberare in materia, così come preferisce delegare al Consiglio federale le decisioni riguardanti la pubblicità.

La missione di base del servizio pubblico risulta dunque da una decisione democratica adottata in Parlamento, che poggia sui valori che ho tracciato all'inizio della mia relazione.

Nel contempo, anche l'opinione pubblica e i mass media discutono del servizio pubblico e delle sue prestazioni, con delle conseguenze sul successo di mercato e sulle decisioni politiche. Per usare una metafora televisiva, diversamente dalle altre emittenti, la SSR non viene gestita solo con il telecomando, ma a volte anche tramite il voto dei rappresentanti del popolo.

Questo, signore e signori, rappresenta un rischio e anche un obbligo.

Il rischio si può riassumere in una frase: la SSR, emittente indipendente, corre forse il rischio di essere asservita alla politica?
Quanto all'obbligo, la SSR deve coltivare un dialogo costante con il pubblico poiché è il pubblico che provvede a finanziare il servizio pubblico.

Per ridurre o addirittura neutralizzare il rischio e adempiere pienamente all'obbligo, la SSR dispone di un'organizzazione unica nel suo genere a livello europeo e anche mondiale, che garantisce la sua autonomia e il suo radicamento nella società.

## Parliamo del rischio

Il fatto che l'organo legislativo sia il committente del servizio pubblico audiovisivo e che l'organo esecutivo ne definisca le modalità di finanziamento non deve compromettere l'indipendenza editoriale della SSR.

La «radiotelevisione di Stato» è una nozione totalmente incompatibile in Svizzera, nonostante i detrattori della SSR tentino (invano) di diffonderla a scopi propagandistici. Se la SSR fosse controllata dallo Stato, non godrebbe assolutamente della fiducia di cui gode presso la popolazione svizzera. Di conseguenza, il legislativo e l'esecutivo dovrebbero continuare a preservare l'indipendenza della SSR.

Secondo la legge: «La SSR adotta un'organizzazione tale da assicurare la propria autonomia e indipendenza nei confronti dello Stato e delle varie entità sociali, economiche e politiche». Il legislatore parla chiaro. L'esperienza dimostra che gli interventi politici che mirano a relativizzare l'indipendenza e l'autonomia di programma non hanno grandi opportunità di riuscita.

## Aspettative nei confronti della SSR

La popolazione, più che preoccuparsi della missione della SSR, si chiede in che misura i programmi della SSR rispecchino la missione stessa. A loro volta, alcuni esponenti della politica dei media mettono in discussione il mandato della SSR. C'è addirittura anche chi, come il direttore di Avenir Suisse, farebbe volentieri a meno della SSR.

La SSR non manca di argomentazioni ed è pronta a dibatterne con il pubblico, così come sarà lieta di questo scambio di esperienze con degli specialisti dei media.

Va tuttavia precisato che la SSR, in qualità di mandataria, non ha il diritto di dibattere né direttamente né indirettamente al posto dei suoi mandanti: sarebbe pertanto più appropriato che chi rimette completamente in forse il mandato della SSR si rivolgesse alla politica in quanto mandante e non alla SSR come mandataria.

Detto questo, volenti o nolenti la SSR è un'azienda di successo e dunque deve interrogarsi continuamente sui propri pregi e difetti per capire se sta acquistando o perdendo legittimità. Rispetto a un'azienda privata, infatti, ci aspetta di più da un'azienda mediatica finanziata dalla popolazione, tanto più che quest'ultima svolge una missione pubblica in settori sensibili come l'informazione e la cultura, in un Paese con quattro lingue nazionali.

## Una soluzione specificamente svizzera

La SSR è un'associazione con quattro società regionali linguistiche e conta complessivamente 20 000 membri. L'associazione è costituita dall'Organizzazione istituzionale che gestisce l'azienda SSR con le ben note unità aziendali:

- SRF per la Svizzera tedesca;
- RTS per la Svizzera francese;
- RSI per la Svizzera italiana;
- RTR per la Svizzera romancia e
- Swissinfo per la diffusione in nove lingue all'estero e per gli Svizzeri all'estero.

Nell'ambito della riforma delle strutture della SSR, ampiamente discussa all'interno dell'Organizzazione istituzionale e introdotta nel 2010, la struttura dirigenziale è stata modernizzata; l'azienda SSR viene ora condotta secondo i principi del diritto azionario e i criteri dell'economia aziendale. Inoltre, i rappresentanti delle quattro regioni linguistiche partecipano alle decisioni sulle questioni essenziali della programmazione.

Le quattro società regionali linguistiche promuovono anche il dibattito sull'adempimento della missione e sui principi del servizio pubblico audiovisivo nominando, nelle proprie regioni dei «Consigli del pubblico» rappresentativi che analizzano la programmazione con spirito critico.

Fedele al sistema di milizia svizzero, la SSR offre pertanto ai cittadini un'efficace possibilità di partecipare e collaborare a una missione di utilità pubblica.

La forma organizzativa del servizio pubblico audiovisivo svizzero è dunque assolutamente *sui generis*, in quanto garantisce sia l'indipendenza, sia il radicamento nella società, e consente alla SSR di adempiere ai requisiti fondamentali riposti nel servizio pubblico audiovisivo del Paese, dove il senso civico è fortemente sentito.

Se anche voi, stimati colleghi e colleghe, desiderate aderire alle associazioni o alle cooperative della SSR, siete i benvenuti. Anche i nostri concorrenti sono benvenuti. Nel caso in cui siate già soci, mi congratulo con voi!

## Collaborazione con la stampa

So che sareste oltremodo delusi se non mi esprimessi sui colloqui avvenuti con il nostro ospite Stampa svizzera a proposito della pubblicità online.

Sono convinto che in una società aperta e amante della libertà come quella svizzera, il servizio pubblico audiovisivo debba necessariamente partecipare, nell'era audiovisiva, alla discussione democratica e contribuire all'unità e alla promozione della cultura. Il servizio pubblico è necessario tanto quanto lo sono i media commerciali. Nell'era digitale, tale servizio deve ovviamente potersi sviluppare al pari dei media privati.

Senza internet potremmo forse svolgere il nostro mandato in una società sempre più complessa e frammentata? Saremmo in grado di raggiungere le giovani generazioni senza dei siti che rispondano alle loro aspettative? Evidentemente no. «Le service public doit être là où le public est: online».

La SSR deve essere in grado di attirare sia le persone che accedono alle nostre trasmissioni attraverso i canali radio e tv, sia chi preferisce scoprire e seguire i nostri programmi sul web. Alla radio o alla televisione una buona programmazione è in grado di valorizzare al massimo la produzione audiovisiva, mentre su internet occorre puntare su portali molto frequentati per far conoscere e «vendere» la produzione audiovisiva della SSR.

Anche se internet offre di tutto e di più, in termini di affidabilità e pluralismo non è certo un baluardo dell'informazione per il grande pubblico, non offre analisi approfondite per la gente comune, né tantomeno è un'icona del rispetto della personalità. Il servizio pubblico, invece, fornisce un contributo prezioso in tal senso, riconosciuto anche dal recente studio sulla credibilità dei portali condotto dall'Istituto di scienze editoriali e di ricerca sui media dell'Università di Zurigo (*World Internet Project Switzerland*).

Ai sensi dell'articolo 93 della Costituzione federale, il legislatore ha l'obbligo di tenere conto della stampa, qualunque sia la definizione di «stampa» nell'era di internet. Nella sua strategia, la SSR punta su singole collaborazioni con offerenti privati nel settore mediatico e, se necessario, anche al di là di esso; i confini non sono più così netti. Nel nostro piccolo Paese, i compromessi soddisfacenti rappresentano la soluzione migliore. Anche questo fa parte dell'ordinamento di valori svizzero.

Nel paesaggio mediatico svizzero, la SSR apporta un know-how audiovisivo riconosciuto e apprezzato a livello europeo, oltre che un'esperienza mediatica internazionale. La nostra azienda mediatica ha dovuto confrontarsi molto presto con una concorrenza internazionale dirompente e un cambiamento sempre più rapido dei media elettronici. Pertanto, è perfettamente in grado di fronteggiare un'ulteriore quanto inevitabile velocizzazione che avrà un impatto ancora più violento sul mondo mediatico.

Quando sono stato nominato ho annunciato di volere affrontare il lavoro senza pregiudizi di sorta e senza vacche sacre (ovviamente mi auguro che le vacche sacre non esistano nemmeno per gli editori!). In ogni caso ho il vantaggio di chi, come me, arriva da fuori. Intendo preservare questa libertà. Le domande importanti sulla funzione del servizio pubblico nel nostro Paese e sul posizionamento dell'offerta devono senz'altro essere discusse pubblicamente. La SSR s'impegnerà a condurre questo dibattito in maniera proattiva, a viso scoperto; sono convinto che usciremo rafforzati da queste discussioni.

E questo a riprova che la SSR non è un'azienda antiquata che, crogiolandosi nell'autocompiacimento, continua a fare ciò che ha sempre fatto.

Durante il mio breve e intenso periodo d'introduzione di tre mesi ho potuto constatare come l'azienda si stia preparando a un futuro in cui la concorrenza internazionale sarà immensa e la competizione nazionale aumenterà; cosa che, tra l'altro, ci auguriamo.

Con coraggio, determinazione, slancio ed energia, grazie a un enorme impegno e a uno straordinario sforzo da parte del personale e dei quadri dirigenti, la SSR sta realizzando la convergenza della radio e della televisione, sta razionalizzando la produzione e le infrastrutture, nonostante già oggi sia considerata una delle emittenti più efficienti a livello europeo e non tema il confronto, nemmeno con i grandi gruppi privati stranieri.

Diffondere uno spot sulle reti televisive della SSR significa arginare la fuga di investimenti pubblicitari sulle emittenti straniere, significa svolgere campagne pubblicitarie a livello nazionale su tutti i media. Significa anche farne beneficiare la stampa, a maggior ragione se collaboriamo. La maggior parte dei committenti pubblicitari e dell'economia pubblicitaria sono favorevoli a una piattaforma pubblicitaria nazionale come la SSR: oggi come in futuro.

La storia che accomuna la SSR alla carta stampata è stata periodicamente segnata da conflitti che alla fine sono stati risolti. Inizialmente, su richiesta degli editori, i notiziari alla radio potevano essere letti soltanto da uno speaker dell'Agenzia telegrafica svizzera. La pubblicità televisiva e il teletext sono stati affidati a società gestite in comune dalla stampa e dalla SSR, e dalle quali la stampa si è nel frattempo ritirata di propria iniziativa, visto che i timori iniziali si erano rivelati infondati.

Anche in questo caso sono certo che con una buona dose di volontà da entrambe le parti riusciremo a trovare una soluzione soddisfacente. Senza voler entrare nel merito delle dichiarazioni dei relatori che mi hanno preceduto, confido in un risultato positivo tra i gruppi editoriali privati e la SSR. Solo con un accordo «win-win» è infatti possibile coesistere e prosperare. È su questo che la SSR intende lavorare insieme a tutti voi!

Eccomi dunque giunto alla conclusione. Non ho ancora parlato di un valore che in Svizzera andrebbe curato di più e che mi sta particolarmente a cuore: una sana cultura del confronto e del dialogo improntata alla ricerca di soluzioni, con lo scopo di trovare un terreno comune per una collaborazione proficua. Nonostante gli interessi contrastanti, che a una più attenta analisi sono molto meno accentuati di quanto possa sembrare, potete contare sulla nostra apertura al dialogo e su una ricerca del consenso. Questo vale sia per me, sia per i miei nuovi colleghi della SSR. Naturalmente mi auguro che la SSR possa contare a sua volta sulla vostra ricerca del consenso.

La vita sarebbe più piacevole, le nostre attività sarebbero più redditizie se cominciassimo a fidarci gli uni degli altri, superando le diffidenze di un tempo. Dialogare, ascoltare l'altro, è forse questa la madre di tutti i valori: dopotutto, se ci parlassimo per davvero, potremmo condividere ancor più gli altri valori fondamentali che già condividiamo.

Vi ringrazio per la vostra attenzione.