Strategia SSR 2030 – Enavant

La Svizzera ha bisogno di media forti. Ma il mondo dei media sta cambiando radicalmente. Le piattaforme globali continuano a guadagnare importanza. L'intelligenza artificiale sta trasformando il modo in cui le informazioni vengono reperite, utilizzate e diffuse. L'attenzione delle persone si distribuisce su un numero sempre maggiore di offerte. I gruppi target si frammentano, le esigenze mediatiche cambiano. Allo stesso tempo cresce il bisogno di orientamento, fiducia e coesione sociale.

Proprio in questo contesto la SSR assume un ruolo particolare. Ciò che ci distingue dalle piattaforme globali non sono le dimensioni o la portata. A distinguerci sono le nostre prospettive svizzere. Il nostro radicamento in tutte le regioni linguistiche. La nostra vicinanza alla popolazione. Il nostro giornalismo indipendente. La nostra capacità di mettere in relazione persone, opinioni e regioni, indipendentemente dagli interessi commerciali e politici.

La SSR accompagna la popolazione svizzera nella vita di tutti i giorni: con i podcast durante gli spostamenti, le news sullo smartphone, la radio al lavoro, lo streaming la sera, i grandi momenti live, lo sport, la cultura e l'intrattenimento.

Grazie a questa varietà, la SSR si afferma come «casa mediatica» per la Svizzera: un luogo che informa, unisce e crea esperienze condivise. Come parte di una piazza mediatica svizzera forte, contribuiamo a far sì che i contenuti, la cultura e le prospettive svizzere restino visibili, udibili e rilevanti anche in futuro.

È da qui che partiamo.

Allo stesso tempo, dobbiamo continuare a evolverci. Il servizio pubblico, infatti, svolge la propria funzione solo se è presente laddove le persone fruiscono dei media e si forma l'opinione pubblica. Per questo sviluppiamo costantemente la SSR, trasformandola in un servizio pubblico digitale e moderno, nell'offerta, nella tecnologia e nell'organizzazione.

La Strategia aziendale e dell'offerta 2027–2030 è sinonimo di un servizio pubblico moderno,

- **che adotta una mentalità «Digital First»** nel pensiero e nelle azioni, per raggiungere le persone sulle piattaforme rilevanti e nei formati adeguati;
- **che parte sistematicamente dalle esigenze della popolazione in Svizzera**, rafforza vicinanza, rilevanza ed esperienza utente e garantisce il coinvolgimento di un pubblico nuovo e più giovane, mantenendo un livello di qualità costantemente elevato;
- **che concentra le proprie energie e le impiega in modo efficiente**, per essere finanziariamente in grado di agire e generare impatto laddove la Svizzera ne ha maggiormente bisogno;
- **che si presenta come «Una SSR»**, radicata nelle regioni, collegata al di là dei confini linguistici e più forte grazie alla collaborazione nello sviluppo di contenuti, tecnologie e competenze.

Per cosa si impegna la SSR?

La strategia si basa sulla sua visione, sulla sua missione e sui suoi valori. Forniscono un punto di riferimento per le nostre decisioni, la nostra collaborazione e il nostro contributo alla Svizzera.

La nostra visione
La Svizzera nel cuore. Avviciniamo persone, opinioni e regioni, per la diversità e la coesione.

La nostra missione
I nostri contenuti ispirano, suscitano entusiasmo e rendono visibile e udibile ciò che muove la Svizzera. Il nostro giornalismo indipendente offre punti di riferimento e rafforza la fiducia. Nel farlo, mettiamo al centro i bisogni del pubblico e della società.

I nostri valori
Vicinanza – Responsabilità – Indipendenza – Apertura – Coraggio – Trasparenza

Perché la SSR deve cambiare?

Sono fondamentalmente quattro i fattori che plasmano il nostro futuro e rendono necessaria un'ulteriore evoluzione del servizio pubblico.

La fruizione dei media diventa digitale
Entro il 2030 gran parte della fruizione mediale avverrà su piattaforme digitali. Già oggi la popolazione svizzera trascorre in media 5,7 ore al giorno su Internet, le notizie in formato digitale raggiungono il 97% della popolazione e due terzi di essa è attiva quotidianamente sui social media. Se la SSR vuole continuare a raggiungere il proprio pubblico anche in futuro, deve essere presente là dove si forma sempre più l'opinione pubblica: nello spazio digitale.

Il pubblico più giovane fruisce dei media in modo diverso
La SSR continua a raggiungere il 57% delle persone tra i 15 e i 29 anni. I giovani si informano, scoprono contenuti e trascorrono il proprio tempo sempre più su piattaforme digitali e globali. Per restare rilevante anche in futuro, la SSR deve aumentare in modo significativo la propria presenza e il proprio impatto presso il pubblico più giovane.

Le nuove tecnologie stanno trasformando il mondo dei media
L'intelligenza artificiale sta cambiando radicalmente il settore dei media. Influisce sul modo in cui i contenuti vengono prodotti, reperiti, diffusi e fruiti. Allo stesso tempo, stanno emergendo nuove aspettative in materia di personalizzazione, accessibilità ed esperienza utente. Per la SSR questo significa integrare l'IA non solo come strumento, ma anche come competenza strategica chiave sul piano editoriale, tecnologico e organizzativo.

Il margine di manovra finanziario si sta riducendo
Con la riduzione del canone, le risorse finanziarie della SSR diminuiranno di circa 270 milioni di franchi all’anno. Allo stesso tempo, i ricavi commerciali sono sotto pressione in tutto il mercato dei media. La SSR deve quindi definire priorità più rigorose nell'impiego delle proprie risorse, aumentare la propria efficienza e destinare i mezzi laddove generano il maggior valore aggiunto editoriale e sociale.

Il nostro mandato resta lo stesso. Ma il modo in cui lo adempiamo deve continuare a evolversi. È fondamentale che le persone trovino, utilizzino e percepiscano come preziose informazioni affidabili, prospettive svizzere e contenuti rilevanti nella loro vita digitale quotidiana.

Qual è l'obiettivo della SSR?

L'ambizione strategica descrive l'obiettivo della SSR. Illustra in una sola frase l'orientamento strategico della SSR e i criteri in base ai quali la si misura.

La SSR è la «casa mediatica» della Svizzera.

Il nostro obiettivo per il futuro: tutte le persone in Svizzera fruiscono della nostra offerta digitale e sostengono la SSR per il valore aggiunto personale o sociale che essa rappresenta.

Una «casa mediatica» è un luogo affidabile e accessibile in cui trovare orientamento, informazioni e vivere esperienze condivise. Mette in relazione le persone al di là delle regioni, delle lingue e delle generazioni, e rende visibile ciò che anima la Svizzera. Accompagna le persone ogni giorno, online, dal vivo e sul territorio.

Anche in futuro la SSR vuole essere rilevante e indispensabile per tutte le persone. A tal fine rafforza la propria presenza nella vita digitale quotidiana, crea contenuti ed esperienze utente affidabili e offre un contributo visibile alla varietà, alla coesione e alla democrazia in Svizzera.

Per il **2030 abbiamo fissato degli obiettivi intermedi**:

- **6 persone su 10 utilizzano i servizi digitali** della SSR più volte alla settimana e ne sentirebbero la mancanza se non ci fossero più
- **7 persone su 10 sostengono la SSR** grazie al valore aggiunto che essa apporta a livello personale o sociale

---

In che modo la SSR intende raggiungere questo risultato?

Per realizzare la nostra ambizione, ci concentriamo su sei assi strategici.

1. La SSR diventerà un punto di riferimento incentrato sul digitale, con particolare attenzione alle proprie piattaforme e con Play+ al centro
Il futuro dell'uso dei media è digitale. Per questo motivo, la SSR continua a sviluppare i propri prodotti digitali affinché diventino il punto di accesso centrale per l'informazione, la cultura, lo sport e l'intrattenimento. Allo stesso tempo, sfrutta i punti di forza delle sue offerte lineari e digitali, delle piattaforme proprie e di terzi, e collega tra loro contenuti, prodotti e canali per creare un ecosistema integrato che accompagna le persone nella loro vita quotidiana e offre loro un punto di riferimento mediatico comune.

2. La SSR orienta la propria offerta in modo sistematico ai dati e alle esigenze delle e degli utenti, creando così offerte innovative e originali, in particolare per i pubblici giovani. Promuove lo scambio di contenuti tra le regioni

La SSR orienta in modo coerente sviluppo, contenuti e distribuzione alle esigenze delle e degli utenti. I dati vengono utilizzati in modo sistematico per migliorare costantemente rilevanza, impatto ed esperienza utenti e per raggiungere nuovi pubblici. Grazie al maggiore scambio di contenuti tra le regioni, la SSR contribuisce attivamente alla formazione dell'identità svizzera.

3. La SSR rafforza il genere Informazione e si afferma nel mondo digitale come offerta di riferimento indispensabile in Svizzera
La SSR trasferisce in modo coerente la propria forza editoriale nel genere Informazione nel mondo dei media digitali. Risponde alle mutate esigenze di informazione e alle nuove abitudini di fruizione con format innovativi, modalità di accesso diversificate e una diffusione delle informazioni su misura per i diversi gruppi target. In questo modo rafforza l'orientamento e la fiducia in una società sempre più complessa.

4. La SSR considera l'intelligenza artificiale come una competenza chiave dal punto di vista editoriale, tecnologico e organizzativo
L'intelligenza artificiale sta diventando parte integrante della SSR. Viene impiegata in modo responsabile per rafforzare in modo duraturo qualità, innovazione, efficienza e impatto sociale.

5. La SSR rafforza la propria capacità di azione finanziaria e l’efficienza operativa lungo l’intera catena del valore
La SSR impiega le proprie risorse in modo mirato laddove generano il maggior valore aggiunto editoriale e sociale. Processi semplificati, priorità chiare e investimenti mirati creano lo spazio di manovra necessario per la trasformazione e per le offerte del futuro.

6. La SSR sviluppa una cultura basata sul principio «Una SSR» e promuove leadership, collaborazione, diversità, sostenibilità ed efficienza operativa
La SSR valorizza la forza delle proprie regioni e comunità linguistiche, agendo al tempo stesso sempre più come un'unica azienda. Così la SSR viene percepita come «Una SSR»: radicata a livello regionale, connessa oltre i confini linguistici e con un impatto maggiore, insieme, per l'intera Svizzera.