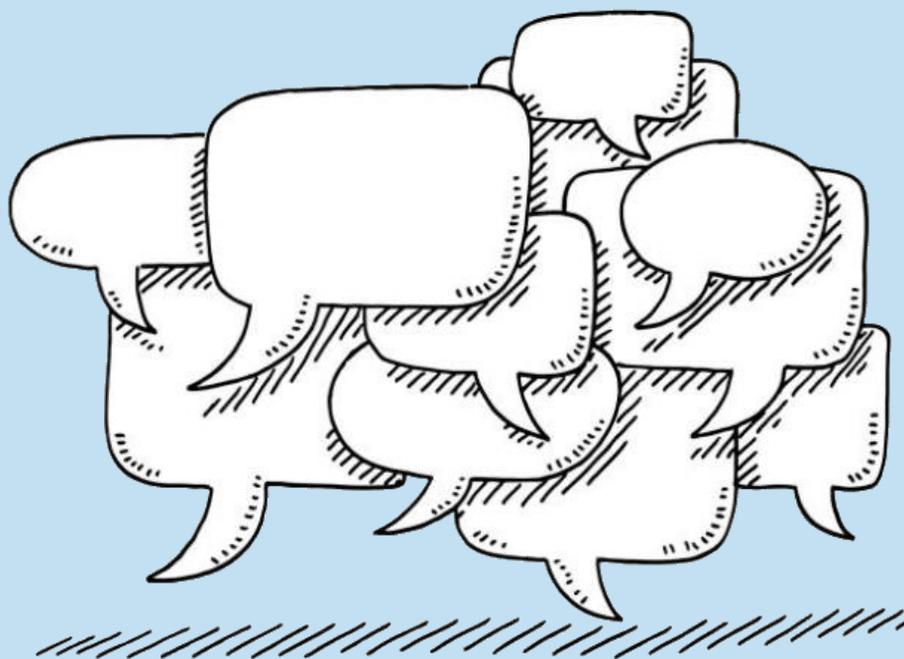


Contributo alla società

Rapporto sulla consultazione «Public Value» della SSR

L'essenziale in breve



Sommario

Sezione 1 – Premessa della SSR

| | |
|---|---|
| 00 Prefazione | 4 |
| Perché una consultazione sul valore pubblico della SSR? | |
| 01 I punti chiave dell’iniziativa | 5 |
| Chi è stato consultato e con quali modalità? | |

Sezione 2 – In breve: cosa bisogna dedurre dallo studio

| | |
|---|----|
| 02 Insegnamenti principali | 7 |
| Quale bilancio trarre dallo studio? | |
| 03 Prossime fasi | 14 |
| Temi di discussione fra l’Associazione SSR e la popolazione | |

Sezione 1

Premessa della SSR

| | |
|---|----------|
| 00 Prefazione..... | 4 |
| Perché una consultazione sul valore pubblico della SSR? | |
| 01 Punti chiave dell’iniziativa..... | 5 |
| Chi è stato consultato e con quali modalità? | |

PREFAZIONE

Perché una consultazione sul valore pubblico della SSR?

0
0



Gilles Marchand
Direttore generale

Ladina Heimgartner
Vicedirettrice generale



Come tutti i media di servizio pubblico europeo, anche la SSR evolve in un mondo in pieno mutamento. In questo contesto di trasformazione digitale, frammentazione degli indici d'ascolto, competizione globale, consumismo, calo degli introiti pubblicitari e dei finanziamenti, la SSR è obbligata ad adeguarsi rapidamente.

È per queste ragioni che abbiamo lanciato un'ampia consultazione sul valore pubblico della SSR presso 1500 persone, tramite interviste in presenza, workshop e un sondaggio.

«Come ha evidenziato il dibattito sull'iniziativa «No Billag», la natura della nostra missione è dibattuta nell'opinione pubblica e nel mondo politico. Ciò che ci interessa ottenere con questa consultazione è comprendere meglio come viene percepito il nostro contributo alla società svizzera da tutte le parti coinvolte, discuterne apertamente e identificare degli assi di sviluppo nell'interesse del pubblico.»

Il rapporto presenta le sette aspettative prioritarie emerse dalla consultazione che saranno discusse dall'Associazione con la popolazione nelle regioni, durante una fase che si apre ora. Questa nuova forma di dialogo con la popolazione si concluderà nella primavera del 2020. Nel corso del secondo semestre 2020 seguirà un rapporto finale da cui scaturirà la messa in atto di un piano d'azione da parte della SSR.

Oggi, gli indici d'ascolto sono la principale bussola che ci guida verso un pubblico più vasto e che ci è legittima. Domani, questo grande pubblico avrà aspettative e interessi più specifici, che dovremo soddisfare. Ci auguriamo che questa ampia consultazione contribuisca a definire nuovi indicatori complementari, più qualitativi, al fine di rafforzare il contributo della SSR alla società e di rispondere ancora meglio alle aspettative della popolazione nel suo complesso.

PUNTI CHIAVE DELL'INIZIATIVA

Chi è stato consultato e con quali modalità?



Irène Challand, responsabile del
progetto «Public Value» della SSR

0
1



Ho assunto il mio incarico all'inizio del 2018 per sviluppare il progetto «Public Value» con l'obiettivo di definire meglio la nostra responsabilità di servizio pubblico, condividendo le decisioni senza applicare semplicemente quello che la Concessione ci impone. Esiste un'interazione importante tra la popolazione che paga il canone – che ci legittima – e la SSR.

«Il concetto di «Public Value» mira a misurare il contributo di un servizio pubblico alla società. Nel caso di un servizio pubblico dei media come la SSR, abbiamo incentrato il nostro approccio su quattro pilastri: democrazia, diversità, coesione sociale e integrazione, impatto economico e immagine del Paese.»

Nel maggio 2018 è stato istituito un gruppo di lavoro, con la partecipazione delle cinque unità aziendali. Abbiamo lavorato alla strutturazione del nostro sistema di riferimento «Public Value». Con l'aiuto di Altermondo consulting, società di consulenza specializzata nel campo della responsabilità sociale e ambientale, abbiamo definito quattro pilastri costitutivi del valore pubblico della SSR: il contributo della SSR alla vita democratica in Svizzera, il suo contributo alla diversità, il suo contributo alla coesione sociale e all'integrazione, nonché il suo impatto economico e il suo contributo all'immagine del Paese.

Fino all'inizio di luglio 2019, è stata condotta una fase di consultazione a livello nazionale e nelle regioni, sia all'interno della SSR sia presso la società civile. A tal fine ci siamo avvalsi del sostegno di Altermondo e dell'istituto LINK. Con la precisa volontà di incontrare tutte le parti coinvolte, abbiamo partecipato a tutte le interviste, in una logica d'ascolto e d'apertura, e con ciascuna di esse ci siamo impegnati a inviare un resoconto dei risultati.

Lo svolgimento della consultazione è avvenuto secondo quattro modalità complementari:

- interviste in presenza a rappresentanti delle autorità, dell'industria dei media, degli ambienti economici e della società civile, a livello sia nazionale che regionale;
- workshop con la popolazione, nelle quattro regioni linguistiche, sia nelle zone urbane che in quelle rurali, con workshop specifici rivolti alle persone di 18-39 anni di età;
- workshop con le collaboratrici e i collaboratori, i comitati direttivi della SSR (a livello nazionale e regionale) e l'Associazione;
- sondaggio su un campione rappresentativo della popolazione e consultazione degli svizzeri all'estero.

Dal rapporto emerge che gli insegnamenti che si possono trarre dalla consultazione ruotano intorno a tre questioni chiave: innanzitutto, la valutazione dell'immagine della SSR in riferimento ai suoi valori di servizio pubblico; successivamente, la valutazione delle prestazioni della SSR in riferimento ai quattro pilastri del valore pubblico e l'identificazione delle aspettative prioritarie; infine, l'ambizione, le priorità tematiche e i fattori chiave di successo per un miglior contributo della SSR alla società.

Sezione 2

In breve: cosa bisogna dedurre dallo studio

| | |
|---|----|
| 02 Insegnamenti | 7 |
| Quale bilancio trarre dallo studio? | |
| 03 Prossime fasi | 14 |
| Temi di discussione fra l'Associazione SSR e la popolazione | |

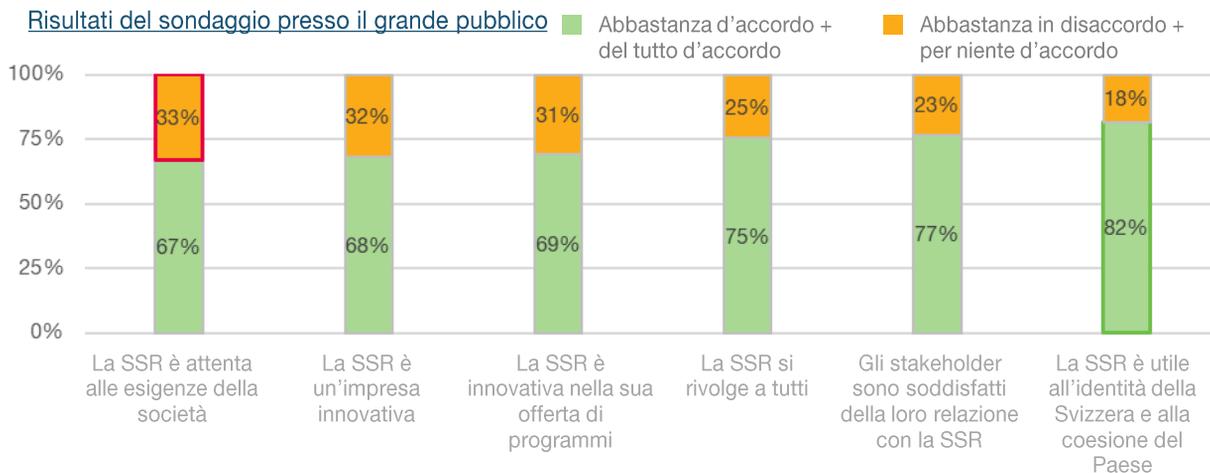
02 |

Insegnamenti

Qual è l'immagine del valore di servizio pubblico della SSR?

La SSR gode di un'immagine piuttosto buona per quanto riguarda i suoi valori di servizio pubblico. Anche se un terzo della popolazione ritiene che la SSR non sia realmente attenta alle esigenze della società, il suo contributo all'identità e alla coesione del Paese raccoglie più dell'80% dei consensi presso le/i partecipanti al sondaggio. La maggioranza delle intervistate e degli intervistati sembra convinta che il contesto evolutivo della società e del settore dei media rafforzi l'importanza dei media di servizio pubblico come la SSR. Le ragioni citate più di frequente per motivare questo apprezzamento sono la crescente diffidenza della popolazione verso i media (60%) e il crescente peso degli interessi commerciali nella strategia dei gruppi mediatici (54%). Attenzione, però: circa un terzo delle intervistate e degli intervistati pensa che il servizio pubblico diventi meno importante alla luce della globalizzazione dei media (Netflix, Google, Amazon) e della crescente presenza di internet e del digitale nella vita quotidiana (27%).

Risultati del sondaggio presso il grande pubblico



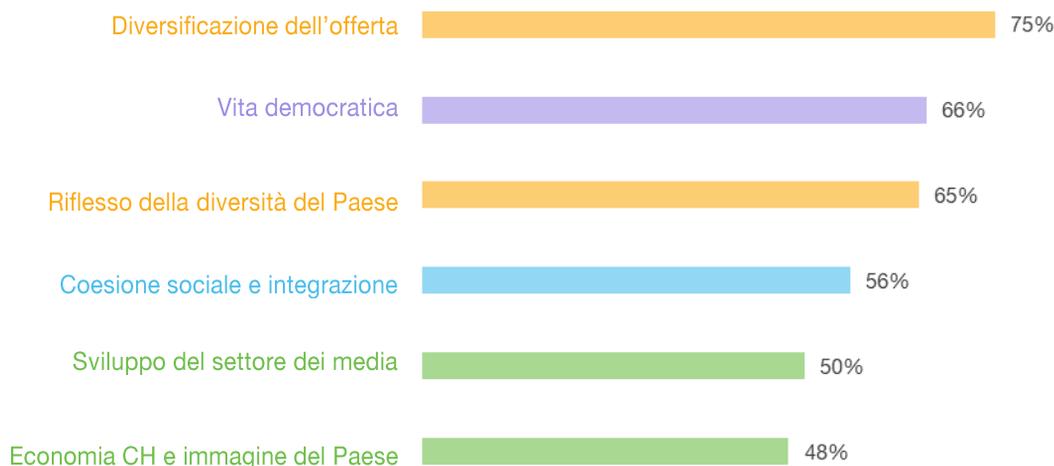
02

Quali sono i pilastri sui quali la SSR è più attesa?

La SSR è attesa prioritariamente sui pilastri diversità (diversificazione dell'offerta per il 75% e riflesso della diversità sociologica del Paese per il 65%) e democrazia (66%) e, in misura minore, coesione sociale e integrazione (56%). Il contributo della SSR allo sviluppo del settore dei media come pure all'economia e all'immagine del Paese è ritenuto un pilastro meno importante.

Risultati del sondaggio presso il grande pubblico

In quali ambiti del valore pubblico il contributo della SSR è maggiormente atteso? ▼



% delle intervistate e degli intervistati (escluse/i quelle/i che non si pronunciano) che danno un voto superiore o uguale a 8 su una scala da 1 «Per niente importante» a 10 «Molto importante».

Ambizione

- La SSR si trova a un bivio: la sua legittimità è riconosciuta; anzi, sembra perfino rafforzarsi nel contesto dell'evoluzione della società e dei media. Ma le carte in tavola sono cambiate e l'azienda deve adattarsi a questa nuova situazione che la indebolisce. È il crinale su cui la SSR deve aprirsi un varco:
 - tra costanza nella qualità dell'offerta e innovazione tecnologica;
 - tra attaccamento conservatore a uno zoccolo di valori pubblici su cui poggia l'identità svizzera e adattamento a un mondo che cambia;
 - tra mantenimento di unità aziendali regionali forti e vicine ai cittadini e bisogno di integrazione crescente all'interno della SSR unita all'apertura ai partenariati per far fronte a una concorrenza che non ha più frontiere.
- In questo spartiacque, la questione dell'attenzione alle esigenze del pubblico giovane è la più emblematica.
- Alla luce delle risposte delle/dei partecipanti, sembra che queste tensioni possano essere superate definendo un'ambizione chiara, che poggia su una missione e uno zoccolo di valori stabili e atemporali, e una visione che sia dinamica e che tenga maggiormente conto dell'evoluzione del contesto e della società. È interessante notare in proposito che, sebbene le aspettative nei confronti della SSR differiscano da una regione all'altra, ci sono forti valori comuni.

Missione, visione, valori

- Vi sono diversi elementi immutabili che vengono percepiti come costitutivi della missione di servizio pubblico della SSR:
 - trasmettere l'unicità della Svizzera: le sue lingue, la sua democrazia, la sua qualità della vita;
 - informare la popolazione in modo attendibile e indipendente;
 - elaborare una piattaforma per la diversità delle opinioni e delle lingue e offrire un equilibrio visibile sulle questioni politiche;
 - infondere e rafforzare il senso di unità nazionale, parlare di federalismo e di politica svizzera;
 - esplorare, comprendere e rispecchiare la Svizzera in tutta la sua diversità;
 - aiutare le persone in Svizzera a capire il mondo che li circonda e a proiettarsi nel futuro.
- L'indipendenza della SSR è percepita come valore cruciale per assicurare la sua missione di servizio pubblico.
- Se gli elementi principali che emergono a proposito della visione si inseriscono in una logica di continuità rispetto all'esistente, i seguenti punti sono quelli più frequentemente citati:
 - aumentare i contenuti svizzeri in generale;
 - coinvolgere i giovani;
 - rispecchiare maggiormente la diversità culturale del Paese;
 - essere il motore di un dibattito con i media svizzeri per contrastare i GAFA (Google, Amazon, Facebook, Apple)
 - concentrarsi su programmi di servizio pubblico a valore aggiunto.

Fattori chiave di successo

Le/i partecipanti sottolineano quattro fattori chiave di successo essenziali per l'attuazione della missione di servizio pubblico:

MODELLO ECONOMICO



Mantenimento di un modello misto (canone e proventi commerciali) e sviluppo di partenariati con altri media

VALORI AZIENDALI



Apertura all'innovazione e al cambiamento

RELAZIONE E DIALOGO



Ascolto e dialogo con tutti

ESPERIENZA UTENTE



Miglioramento costante dell'offerta di programmi

2. Peculiarità e valore aggiunto dell'offerta della SSR

Quattro dinamiche di trasformazione del ventaglio di tematiche dei programmi emergono dalle interviste qualitative per rispondere meglio agli obiettivi di valore pubblico, la maggior parte dei quali trova riscontro nei risultati del sondaggio:

| | |
|---|---|
| 1 DA CONSIDERARE CON PRIORITÀ <ul style="list-style-type: none"> • Informazione (**) • Patrimonio e archivi (***) | 2 DA SVILUPPARE <ul style="list-style-type: none"> • Programmi per i giovani (*) • Scienze (*) |
| 3 DA FAR EVOLVERE <ul style="list-style-type: none"> • Cultura (**) • Sport (**) • Intrattenimento (ev. ridurre **) | 4 DA MANTENERE <ul style="list-style-type: none"> • Informazioni di servizio (*) |

(*) priorità emersa dal sondaggio e dalle interviste qualitative
 (**) priorità emersa dalle interviste qualitative ma coerente con i risultati del sondaggio
 (***) priorità emersa esclusivamente dalle interviste qualitative

| DA CONSIDERARE CON PRIORITÀ | ASPETTATIVE ▼ |
|---------------------------------------|---|
| Informazione | Adattare bene l'offerta d'informazione alle categorie di pubblico e ai tipi di supporto e porre l'accento sull'obiettività, l'affidabilità e la competenza |
| Patrimonio e archivi | Semplificare l'accesso agli archivi, digitalizzarli, valorizzarli meglio nei programmi e ampliarne la diffusione attraverso i social network |
| DA SVILUPPARE | ASPETTATIVE ▼ |
| Scienze | Sviluppare contenuti sui temi dell'ambiente e della salute |
| Programmi per i giovani (bambini) | Promuovere contenuti «svizzeri» per differenziarsi dagli altri media e sviluppare in particolare supporti web per i bambini costruendo un rapporto di fiducia con i loro genitori; educare i giovani fin dalla più tenera età a decifrare l'informazione e proporre contenuti in grado di trasmettere dei valori ai bambini, in particolare sensibilizzandoli alle problematiche sociali e ambientali |
| Programmi per i giovani (adolescenti) | Sviluppare format più corti e più creativi, in particolare tramite l'uso delle nuove tecnologie, rendere i giovani partecipi nella scelta degli argomenti che li interessano e differenziare meglio i contenuti rivolti rispettivamente agli adolescenti e alle giovani adulte/i |
| Programmi per i giovani (adulti) | Porre l'accento sull'informazione e offrire ai giovani la possibilità d'identificarsi con altri giovani della loro età, in contesti diversi associabili a situazioni concrete, nel momento del loro ingresso nella vita adulta |
| DA FAR EVOLVERE | ASPETTATIVE ▼ |
| Cultura (film e serie) | Ottimizzare i mezzi e le opzioni: giocare la carta delle specificità svizzere e degli scambi o co-produzioni tra le regioni svizzere |
| Cultura (documentari e reportage) | I documentari sono una componente essenziale del servizio pubblico: giocare la carta delle tematiche nazionali per favorire lo spirito federativo |
| Cultura (progr. musicali) | Giocare la carta dell'audacia, soprattutto per far scoprire il panorama alternativo svizzero, a fronte delle numerose proposte di altro tipo offerte dalle varie piattaforme musicali |
| Cultura (progr. culturali) | La cultura è considerata una forte missione di servizio pubblico che deve essere mantenuta e rafforzata (trasmissioni letterarie, sensibilizzazione dei giovani, orari di diffusione), indipendentemente dalle problematiche degli indici d'ascolto |
| Sport | Giocare la carta degli eventi sportivi popolari in Svizzera e invogliare, soprattutto i giovani, a praticarli |
| Intrattenimento | Riorientare l'offerta su format più rappresentativi dell'identità svizzera |

3. Aspettative prioritarie e piste di miglioramento (1/2)

La SSR è attesa su 10 aspettative prioritarie per rafforzare il suo contributo alla società e assicurare al meglio la sua missione di servizio pubblico.



0
2

VITA DEMOCRATICA PISTE DI MIGLIORAMENTO AUSPICATE

- | | |
|---|--|
| Garantire equilibrio nel trattamento dell'informazione | <ul style="list-style-type: none"> ▶ Evitare i preconcetti, essere più equilibrata e neutrale ▶ Difendere le imprese, non solo le consumatrici e i consumatori ▶ Non cedere al sensazionalismo nel trattamento dell'informazione |
| Interessare gli abitanti alla vita politica del Paese tramite tutti i supporti | <ul style="list-style-type: none"> ▶ Innovare i format per interessare i cittadini alla politica, in particolare i giovani ▶ Avviare un confronto diretto con i cittadini, non solo con i politici ▶ Coinvolgere i giovani fin dalla più tenera età sulle questioni politiche ▶ Divulgare l'informazione politica per incoraggiare la partecipazione alle votazioni ▶ Utilizzare il digitale per coinvolgere i cittadini nei dibattiti politici locali ▶ Sviluppare la copertura dei temi politici nazionali nei programmi regionali |
| Assicurare più vicinanza e contatto con il mondo reale e la quotidianità ai cittadini | <ul style="list-style-type: none"> ▶ Rispecchiare la quotidianità della gente e le sue preoccupazioni ▶ Coprire l'attualità locale (cantoni, città), anche se in questo ambito la SSR deve sottostare a vincoli normativi |
| Incoraggiare la partecipazione del pubblico ai dibattiti politici | <ul style="list-style-type: none"> ▶ Rappresentare bene i cittadini nei dibattiti e nelle trasmissioni politiche ▶ Sfruttare meglio il potenziale di scambio di opinioni con la popolazione attraverso i social network ▶ Aumentare l'interattività con i cittadini durante le trasmissioni |

3. Aspettative prioritarie e piste di miglioramento (2/2)

DIVERSITÀ**PISTE DI MIGLIORAMENTO AUSPICATE**

Sviluppare la collaborazione tra le regioni

- ▶ Sviluppare programmi comuni tra le regioni
- ▶ Far intervenire interlocutrici e interlocutori di altre regioni nei programmi
- ▶ Incentivare lo scambio di programmi tra le regioni
- ▶ Co-diffondere e co-presentare alcune repliche in più lingue
- ▶ Attuare scambi di personale da una regione all'altra
- ▶ Porsi degli obiettivi e misurarli per vedere se sono stati raggiunti

Accentuare la differenziazione delle persone rappresentate in TV

- ▶ Diversificare i temi e le persone che intervengono, essere innovativa
- ▶ Affrontare argomenti difficili, come per esempio la povertà in Svizzera
- ▶ Diversificare il reclutamento della SSR
- ▶ Sviluppare le relazioni con le/i rappresentanti delle diverse comunità
- ▶ Rappresentare meglio la diversità sociologica del Paese nelle fiction

Mostrare meglio la realtà quotidiana delle altre regioni

- ▶ Far conoscere meglio le realtà culturali delle altre regioni
- ▶ Prevedere servizi sull'attualità delle altre regioni nei telegiornali
- ▶ Interessarsi ad altri campi oltre alla cultura, quando si affronta il tema della vita nelle altre regioni
- ▶ Riservare uno spazio ai programmi delle altre regioni

COESIONE E INTEGRAZIONE PISTE DI MIGLIORAMENTO AUSPICATE

Rafforzare l'offerta destinata ai giovani

- ▶ Sperimentare nuovi format per i giovani
- ▶ Essere più presente sui social network e sulle piattaforme amate dai giovani
- ▶ Trattare maggiormente argomenti che interessano i giovani
- ▶ Fare della SSR una garanzia di qualità, un marchio affidabile presso i giovani (e i loro genitori)
- ▶ Proporre contenuti funzionali ai centri d'interesse espressi da ogni internauta (profiling/algorithm)
- ▶ Concentrarsi su contenuti che differenziano il servizio pubblico dal resto (es. informazione, film svizzeri)

Non creare ghetti e ampliare i format di base già esistenti per renderli più inclusivi

- ▶ Ampliare i format esistenti per renderli più inclusivi, in particolare quelli rivolti ai giovani e agli stranieri

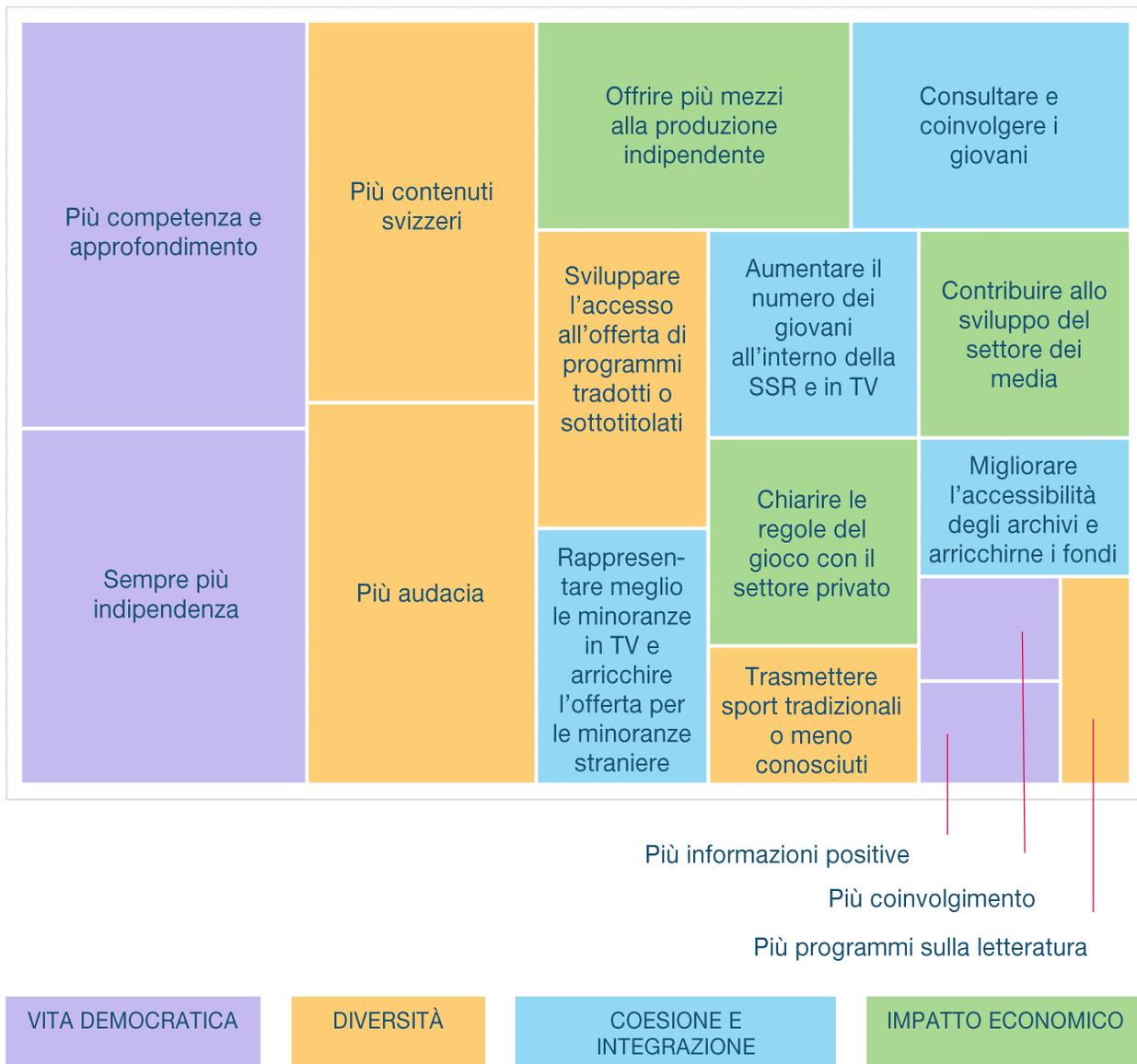
IMPATTO ECONOMICO**PISTE DI MIGLIORAMENTO AUSPICATE**

Rafforzare le sinergie di mezzi e di contenuti con i media privati

- ▶ Condividere contenuti con gli altri media
- ▶ Lavorare in rete per approfondire alcuni argomenti
- ▶ Arricchire i contenuti della SSR con apporti esterni
- ▶ Avviare il reciproco scambio dei mezzi di produzione
- ▶ Realizzare trasmissioni in collaborazione con altri media

4. Indicazioni minori

La SSR deve prestare attenzione alle indicazioni minori espresse attraverso la consultazione. Nella maggior parte dei casi, riecheggiano preoccupazioni manifestate da altri e possono riferirsi a valori (indipendenza), a orientamenti strategici (contenuti svizzeri, inclusione, partenariati e apertura al modo esterno) o a una mentalità (audacia, approfondimento).



0
2

03 |

Prossime fasi

1. La fase di dialogo con la popolazione e i temi



Abbiamo esaminato il rapporto di Altermondo/LINK nel Comitato direttivo e su queste basi abbiamo identificato 10 sfide maggiori o «temi», che vorremmo sottoporre alla popolazione nel quadro del dialogo organizzato dall'Associazione SSR.



Gilles Marchand
Direttore generale



Ladina Heimgartner
Vicedirettrice generale

| | |
|---|---|
| 1 | La SSR e l'offerta per i giovani |
| 2 | Qualità ed equilibrio dell'informazione |
| 3 | Partecipazione dei cittadini |
| 4 | Dimensione svizzera dell'offerta della SSR |
| 5 | Rappresentazione visibile della diversità |
| 6 | Partecipazione costruttiva all'ecosistema mediatico |
| 7 | Dialogo e apertura alla critica |

0
3



La prossima fase consiste nell'avvio da parte dell'Associazione del dialogo con la popolazione nelle regioni e nella presentazione di un rapporto all'azienda nel corso del secondo semestre 2020.



Irène Challand, responsabile del progetto «Public Value» della SSR

Il processo avviato con lo studio «Public Value» si inserisce nell'ottica di un dialogo continuo con la società. Questo processo si articola in quattro fasi:

0
3



Studio realizzato dalla società di consulenza Altermondo
con il supporto di LINK Institut per la realizzazione del
sondaggio e di LINK Qualitative per i workshop con la
popolazione

Responsabile del progetto «Public Value» per la SSR
Irène Challand
irene.challand@srgssr.ch

DE: www.srgssr.ch/public-value/

FR : www.srgssr.ch/fr/valeur-publique/

IT: www.srgssr.ch/it/valore-pubblico/

RM: www.srgssr.ch/rm/public-value/



Crediti delle illustrazioni: tramite Getty images

Tutte le illustrazioni sono di
FrankRamspott / DigitalVision Vectors, meno
filo / DigitalVision Vectors (P9)
bgblue / DigitalVision Vectors (P49)
GeorgePeters / DigitalVision Vectors (P56)
appleuzr / DigitalVision Vectors (P84 et P87)
kenex / DigitalVision Vectors (P84)
veenaben Patel / DigitalVision Vectors (P85)
RobinOlimb / DigitalVision Vectors (P85)
Vectorios2016 / DigitalVision Vectors (P86)
ruthyoel / DigitalVision Vectors (P86)
VICTOR / DigitalVision Vectors (P88)
saemilee / DigitalVision Vectors (P96)
LEOcrafts / DigitalVision Vectors (P103)

