

**Rapporto 2017 al Consiglio Regionale (CR)  
del Gruppo di lavoro concetti di programma**

---

**SOMMARIO**

**I. Introduzione**

1. Composizione del Gruppo di lavoro.
2. Attività del Gruppo di lavoro 2017.
3. Le competenze del Consiglio Regionale in materia di Concetti di programma.

**II. La situazione attuale**

1. Il documento Concetti di programma e limiti di spesa 2018 – 2020.
2. L'approvazione del CCR CORSI del 3 marzo 2017.
3. Pianificazione delle analisi del Gruppo di lavoro dal 2013 al 2017 e coordinamento con il CP.

**III. Incarico all'USI**

1. Richiesta di collaborazione all'USI
2. Il rapporto/analisi dell'USI

**IV. Considerazioni generali del GL sul rapporto/analisi USI**

**V. Analisi del documento (Concetti di programma 2018 – 2021)**

- A. Capitolo dedicato a RSI – Multimedia MM (pag. 114-125).

**VI. Richieste di verifica al CR**

*N.B.: Il presente rapporto è pubblicato in forma ridotta, e sarà reso in forma integrale non appena completato dalle risposte che il CCR fornirà alle richieste di verifica (art. 23 bis cpv. 2 lett. c) Statuti CORSI).*

## **I. INTRODUZIONE**

### **1. Composizione del Gruppo di lavoro**

Nella sua riunione del 4 ottobre 2016 il CR ha nominato i membri del Gruppo di lavoro concetti di programma. Lo stesso è così composto:

Fabrizio Keller (coordinatore), Yvonne Pesenti Salazar, Bruno Besomi, Umberto Gatti, Luigi Mattei, Nello Broggin e Andrea Giudici.

### **2. Attività del Gruppo di lavoro 2017**

Il Gruppo si è riunito nel 2017 quattro volte: il 31 maggio, il 20 giugno, il 24 agosto e il 12 settembre.

Oltre all'analisi di un'area dei Concetti di programma 2017 (di cui diremo al capitolo VI) il Gruppo di lavoro ha commissionato un'analisi all'offerta online, social media e App della RSI all'USI. Di questo rapporto diremo in seguito ai cap. III e IV.

Il Gruppo di lavoro ha invitato alla sua riunione del 20 giugno 2017 il Direttore RSI per alcuni chiarimenti.

### **3. Le competenze del CR in materia di Concetti di programma**

Le competenze del CR in questa materia sono regolate dall'art. 23 bis cpv. 2 lett. b) e c) dello statuto CORSI (che riprende l'art. 4 dello statuto SRG SSR) che ha il seguente tenore:

*"Nell'ambito della programmazione della RSI il CR svolge i seguenti compiti:*

*a) (...);*

*b) prende conoscenza e si esprime sui concetti di programma della RSI;*

*c) avanza, a maggioranza, richieste di verifica dei concetti di programma al CCR, il quale è tenuto a rispondervi entro un lasso di tempo adeguato."*

Fondandosi su queste competenze il gruppo di lavoro ha preparato il presente documento, con una proposta al CR quale stimolo alla discussione sui Concetti di programma.

## **II. LA SITUAZIONE ATTUALE**

### **1. Il documento Concetti di programma e limiti di spesa 2018 – 2021**

Il documento riprende in buona parte quello presentato l'anno precedente per il periodo 2017 – 2020.

Non vi sono state modifiche degli elementi di riferimento per l'elaborazione del documento (elementi delle missioni di servizio pubblico ai sensi della concessione SRG SSR e strategia aziendale SRG SSR): anche nella presentazione esso risulta uguale a quello precedente.

## 2. L'approvazione del CCR CORSI del 3 marzo 2017

Così come previsto dagli statuti della CORSI e SRG SSR [art. 29 lett. a) e b) statuto CORSI e art. 15 lett. a e b statuti SRG SSR] il CCR si è occupato del documento nel primo trimestre dell'anno e lo ha approvato il 3 marzo 2017. Questo non senza delle osservazioni critiche contenute nella presa di posizione del CCR all'indirizzo della Direzione generale (DG).

La presa di posizione del CCR all'indirizzo della DG è strutturata in due documenti:

### a) lettera della DG

Il CCR ha approvato il documento concetti di programma 2018-2021 alla precisa condizione che sia dato seguito a due richieste:

- la tematizzazione e presentazione del progetto VPD nei concetti di programma 2019-2022 (in quanto nel documento 2018-2021 il tema non è affrontato);
- una presentazione al CCR (quale integrazione del documento) delle strategie per arginare la diminuzione degli indizi di ascolto.

### b) presa di posizione del CCR sul documento 2018-2021

In questo documento sono riprese le critiche sollevate nell'anno trascorso (concetti di programma 2017-2020) e le misure che l'azienda sta o non sta mettendo in campo. Quindi sono menzionate richieste di chiarimento per il documento 2018-2021. Le stesse riguardano:

- 2 aspetti dei limiti di spesa 2018-2021;
- la cultura TV;
- il gruppo Info 2019;
- il cambiamento nella narrazione dell'informazione;
- il coinvolgimento del pubblico nell'intrattenimento;
- i momenti di formazione dei conduttori;
- il multimedia.

Questi due documenti sono gli allegati A e B a questo rapporto. Il 4 aprile 2017 il DG ha risposto al CCR.

## 3. Pianificazione delle analisi del Gruppo di lavoro (2013 – 2017) e coordinamento con CP

Nel 2013 il Gruppo di lavoro ha deciso di suddividere l'analisi del voluminoso documento Concetti di programma procedendo ad una valutazione di due capitoli per anno. Questo metodo di analisi è stato ripreso anche dall'attuale Gruppo di lavoro. Nel 2013 sono stati analizzati i capitoli RSI Info Radio e RSI Info TV, nel 2014 RSI Rete Uno e RSI Sport TV e nel 2015 RSI Rete Due e RSI Cultura TV e nel 2016 RSI Rete Tre e RSI Intrattenimento e Fiction TV.

Quest'anno sarà esaminato un solo capitolo ovvero il Multimedia, che è l'unico che non ha ancora fatto oggetto di verifica.

D'intesa con il Consiglio del Pubblico (CP) si è proseguita la collaborazione tra GL e CP, in particolare coordinando i temi/capitoli analizzati. Il CP ha perciò messo a disposizione, tra gli altri, due documenti di analisi/osservazioni sul Multimedia.

Queste osservazioni sono allegate al presente rapporto e costituiscono i documenti D e E allegati al presente rapporto.

### **III. INCARICO ALL'USI**

#### 1. Richiesta di collaborazione all'USI

Il GL, confrontato con un tema complesso e in continua evoluzione quale quello del Multimedia, ha deciso di ricorrere ad un aiuto esterno per analizzare la situazione della RSI relativa al multimedia e per procedere ad un confronto critico con altre realtà che operano in questo settore.

Sono stati incaricati la Dr. Benedetta Prario e il Prof. Gabriele Balbi dell'USI di procedere ad una valutazione cercando nella stessa di rispondere ad alcune domande utili al GL per completare il proprio esame.

-

#### 2. Il rapporto/analisi dell'USI

Nel mese di agosto 2017 è stato consegnato al Gruppo di lavoro il rapporto/analisi scritto dei citati ricercatori dal titolo "*Offerta online, social media e App della RSI*" che si è occupato (come riferisce il sottotitolo) dell'analisi interna, del confronto con i principali concorrenti svizzeri e di due casi europei selezionati.

Dei contenuti del rapporto/analisi si dirà in seguito.

### **IV. CONSIDERAZIONI GENERALI DEL GL SUL RAPPORTO/ANALISI USI**

Il Gruppo di lavoro ha identificato una serie di elementi nel rapporto/analisi dell'USI che sono certamente condivisi e vanno segnalati alla RSI per poter presentare nei futuri concetti di programma una strategia e degli indirizzi chiari per l'online.

Partiamo dal presupposto che l'online è il futuro settore di riferimento per gli utenti dei media e che, se ci si vuole rivolgere ai giovani (e anche agli altri utenti che si avvicinano all'online) occorre definire una strategia chiara e perseguirla (aggiornandola nel tempo).

Come anche il rapporto/analisi USI rileva, è difficile identificare in RSI una chiara impostazione strategica di tutto il settore dell'online (che tenga conto dei limiti che pone la concessione SRG SSR). Sembra quindi necessario un cambiamento di marcia con un'analisi e una concentrazione delle operazioni in aree predefinite (modello BBC). La missione, come riferisce il modello BBC, di un'emittente di servizio pubblico rimane uguale nell'era digitale, ovvero di fornire un servizio pubblico distintivo che informa, educa e intrattiene.

L'online RSI e le App risultano ancora poco interattive. L'impressione è che questo aspetto, che caratterizza l'online, vada preso in maggior considerazione.

Inoltre non è presente in RSI una figura che possa andare oltre il coordinamento dei contenuti dell'online e dare una chiara impostazione editoriale che risponda ai principi del servizio pubblico. Un "*social editor*" con le necessarie competenze e la facoltà di incidere sul prodotto sarebbe necessario.

Si rileva anche che in RSI, per rapporto alle altre unità aziendali SSR, il settore cultura ha una presenza un po' inferiore alla media nell'online (10.5% SSR / 7.8% RSI). E' necessario capire meglio quale sia in quest'area la strategia dell'azienda.

I rilievi sino ad oggi effettuati verificano prevalentemente l'aspetto quantitativo dell'interattività (numero di click). Un'emittente di servizio pubblico, per elaborare una sua strategia, dovrebbe impegnarsi anche in rilievi di carattere qualitativo (quanto durano ad esempio le connessioni): ci si augura che questi dati siano resi disponibili.

L'impressione è che ci sia per l'online la volontà di puntare prevalentemente sullo sport.

. Con riferimento al modello BBC l'offerta per i bambini-adolescenti dovrebbe divenire molto più propositiva, catturare un pubblico più vasto (ragazzi delle elementari, medie e liceo) con delle offerte interattive attrattive (vedi il rapporto doc. D) -punto 6- "cane Peo").

Un punto di partenza sul quale si potrebbe operare è una trasmissione quale "*Il giardino di Albert*" che merita una declinazione nel web.

In conclusione quindi il GL condivide l'opinione degli esperti USI in particolare per quanto attiene alla necessità preliminare di un'analisi qualitativa e per quanto attiene all'elaborazione di una più chiara strategia per il web sul "*modello BBC*".

(1) nell'analisi dell'offerta non sono stati considerati i prodotti NOUVO e SPAM, poiché non si tratta di App.

## **V. ANALISI DEL DOCUMENTO (CONCETTI DI PROGRAMMA 2018-2021)**

Capitolo dedicato a RSI – Multimedia (MM) *si pubblica qui un RIASSUNTO DELLE*

### CONCLUSIONI

#### **1) Funzione dell'offerta**

La definizione dell'obiettivo è generale e non contiene alcun elemento qualitativo o riferimento diretto al contenuto.

## 2) **Attinenza con la missione di servizio pubblico**

### 1. Importanza della componente svizzera

L'intenzione è quella di migliorare lo stato (6) e raggiungere un ambizioso obiettivo (8), L'intento è condiviso ma, come diremo in seguito (p.to 5) è necessario definire meglio negli obiettivi di sviluppo come questo miglioramento sostanziale può essere raggiunto.

Si ritiene che per promuovere la comprensione e lo scambio tra regioni del paese dovrebbe essere posto un obiettivo più ambizioso nel considerare "*le particolarità del Paese e i bisogni dei Cantoni*" (stato 6 / obiettivo 6).

Si sostiene che il MM deve vivere principalmente di produzioni proprie innovative e diversificate e presentare approfondimenti su temi di interesse generale.

L'obiettivo non è però superiore allo stato (stato 7 / obiettivo 7).

### 2. Importanza della componente Integrazione

L'intento di prestare una maggiore attenzione alla componente integrazione passando da uno stato (6) sufficiente a un obiettivo (8) buono è condiviso da questo GL.

### 3. Importanza della componente Democrazia

La valutazione dello stato (8) per quanto riguarda il MM è ritenuta generosa. Sembra necessario riconsiderare la situazione (valutazione dello stato) e in funzione del risultato definire nuovamente l'obiettivo.

### 4. Importanza della componente Cultura

Ci si accontenta della sufficienza (stato 6 / obiettivo 6), e questo lascia intendere che la componente Cultura nel MM ha un peso poco rilevante.

L'obiettivo in tal senso non è condiviso dal GL.

### 5. Importanza della Formazione

L'obiettivo è condiviso. Si esprime qualche perplessità sulla capacità di raggiungerlo visto che gli approfondimenti nel web sono ancora poco presenti.

### 6. Importanza della componente Intrattenimento

Rilevare che l'obiettivo dell'Intrattenimento è più alto, anche nel MM, di quello che ci si pone per la Cultura solleva qualche perplessità.

#### 7. Importanza della componente Inconfondibilità

La valutazione dello stato (7), se ci riferiamo solo al MM, è certamente generosa. L'obiettivo – per contro – è condiviso in quanto è anche attraverso l'inconfondibilità che RSI può ricavarsi uno spazio importante nel MM.

### 3) **Attinenza con la strategia aziendale**

#### Realizzazione della strategia aziendale

Lo stato rilevato da RSI e gli obiettivi che con MM si vogliono raggiungere presentano una differenza da 1 a 2 punti. Lo stato è, in generale, qualificato di sufficiente/discreto e gli obiettivi sono posti a livello di buono.

Il GL condivide l'analisi della situazione attuale e ritiene che gli obiettivi creino la necessaria tensione verso un miglioramento in un settore in piena espansione.

Non si ritrovano nelle linee di sviluppo gli elementi di "debolezza" dello stato e quindi i provvedimenti che si intendono avviare per raggiungere gli obiettivi che RSI si pone.

#### Pubblico e target

Stato e obiettivi sono condivisibili.

Abbiamo già segnalato nei precedenti rapporti che alcuni criteri utilizzati per definire il pubblico/target sono da rivedere. Si pone infine una domanda. Se l'obiettivo con il MM è anche quello di catturare un pubblico giovane, non si dovrebbe, nel parametro età, indicare un obiettivo diverso da (5), magari (4) o (3), ovvero pubblici più giovani?

#### Tendenze di mercato

Anche se l'evoluzione non è facilmente prevedibile, le tendenze indicate per il periodo 2018 – 2021 con una crescita complessiva del 7.5% appaiono rinunciarie.

### 4) **Struttura dei contenuti**

Il capitolo 4) – Struttura dei contenuti – dovrebbe riferire dei contenuti o perlomeno dei criteri di selezione degli stessi.

In tutto il capitolo non c'è riferimento a contenuti o a criteri di selezione degli stessi.

Una valutazione dei concetti di programma in questo ambito è pertanto impossibile.

## 5) **Linee di sviluppo**

### Attuali punti legati all'offerta

Sono condivisi i punti forti elencati. Ve ne sono altri che forse andrebbero considerati, quali:

- RSI è l'azienda leader per mezzi e risorse umane nella Svizzera italiana;
- RSI ha una presenza su tutto il territorio svizzero e anche all'estero;
- quale UA SSR RSI può sfruttare collaborazioni e sinergie con tre UA che sono leader in Svizzera nella loro area linguistica;
- sviluppo tecnologico coordinato con altre UA nel contesto SSR.

### Attuali punti deboli dell'offerta

Sono anche qui condivisi i punti deboli che andrebbero tuttavia completati. Ad esempio:

- età media del personale elevata per un'azienda attiva nel MM
- organizzazione e struttura aziendale improntata ad un modello produttivo broadcast;
- interazione migliorabile tra RSI-TV e RSI-radio;
- mancanza di specificità dei prodotti MM per rapporto alle trasmissioni broadcast
- insufficienza di prodotti specifici per il web.

### Provvedimenti avviati riguardanti le linee di sviluppo precedenti

Non c'è un chiaro riferimento alle linee di sviluppo enunciate nei precedenti concetti di programma.

#### 1. Nuove linee di sviluppo

Vi è un elenco di misure che talvolta è difficile classificare quali "*nuove linee di sviluppo*", ad esempio:

la razionalizzazione, il ridisegno grafico che dovrebbero essere attività ordinarie (e non a carattere innovativo);

Play 2.0 è un progetto SSR;

RSI +: l'implementazione nuova interfaccia è già elencata nei provvedimenti avviati.



Le nuove linee di sviluppo dovrebbero contenere indicazioni che permettano di raggiungere gli obiettivi che l'azienda si pone, in particolare quelli di attinenza con la missione di servizio pubblico. Alcuni esempi:

in relazione alla *componente Svizzera*: quale misura è prevista per portare la promozione della comprensione la coesione e lo scambio tra regioni del paese per passare dallo stato (6) all'obiettivo (8)?

In relazione alla *componente Integrazione*: quale misura è prevista per portare la promozione dell'integrazione degli stranieri dallo stato (6) all'obiettivo (8)?

In relazione alla *componente Formazione*: quale misura è prevista per contribuire alla formazione del pubblico e passare dallo stato (6) all'obiettivo (8)? Quali sono i progetti che riguardano i ragazzi e i giovani in questo campo?

In relazione alla *componente Inconfondibilità*: quale misura è prevista per garantire l'inconfondibilità dei programmi e distinguersi dai privati e passare da uno stato (7) a un obiettivo (8)?

In relazione alla *componente Presenza all'estero*: quale misura è prevista per promuovere il contatto tra gli svizzeri all'estero e la patria per passare da uno stato 7 all'obiettivo 9 (in particolare dopo il trasferimento di tv.svizzera.it a Swissinfo)?

## 2. Nuovi progetti trasversali ai vettori

Alcune criticità rilevate: l'applicazione di una nuova strategia web e social non è qui presentata.

L'aggiornamento delle App non è nuovo nè è trasversale ai vettori.

Le decisioni sul mantenimento delle App attuali non sono dei nuovi progetti .

## **VI. RICHIESTE DI VERIFICA AL CR**

Alla luce delle considerazioni sopraesposte il GL propone al CR:

- A. di prendere conoscenza del documento concetti di programma 2018-2021;
- B. di condividere critiche e conclusioni esposte dal GL nel presente rapporto per quanto attiene all'area Multimedia;
- C. di avanzare formale richiesta di verifica dei concetti di programma al CCR ai sensi dell'art. 23 bis cpv. 2) lett. c) dello statuto CORSI per il capitolo Multimedia (pag. 114-125) con l'intento di chiarire:
  1. è necessario per la RSI analizzare in dettaglio la situazione attuale e definire (analogamente a quanto fatto dalla BBC) una strategia e delle aree di intervento sulle quali concentrare le proprie attività multimediali?
  2. che peso viene concretamente attribuito (al di là delle dichiarazioni d'intenti) all'interno della strategia aziendale al settore dell'online e ai suoi sviluppi, e quali concrete misure sono previste per rafforzarlo e renderlo più interattivo?
  3. sono sufficienti i mezzi previsti nei costi proporzionali di fabbricazione per conseguire gli obiettivi previsti dal Consiglio Federale, il quale chiede di render le offerte disponibili laddove si trova il pubblico, raggiungendo principalmente quello dei giovani?

